

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

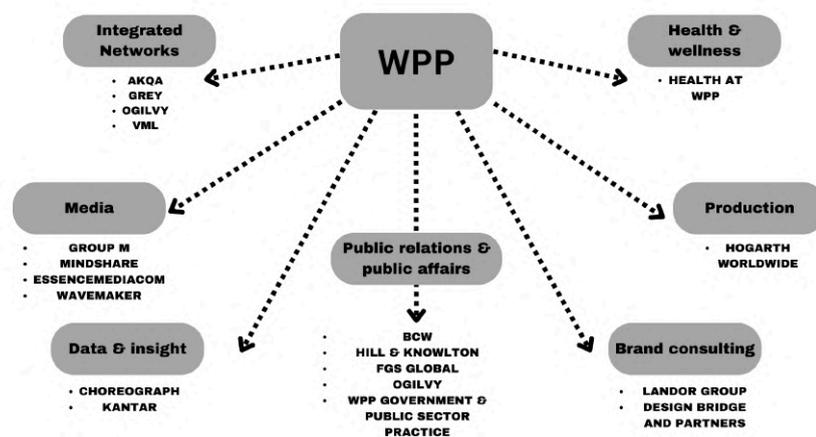
2.1 Tentang VML

Sejarah VML adalah perjalanan panjang yang bermula ketika JWT didirikan di Amerika Serikat pada tahun 1864 sebagai Carlton and Smith. Perusahaan tersebut dibeli oleh James Walter Thompson, yang telah naik pangkat dari menjadi bagian pembukuan di bisnis tersebut, dan kemudian diubah namanya sesuai pada tahun 1878. James Walter Thompson, dianggap sebagai pionir dalam industri periklanan. Thompson menggambarkan agensi sebagai penerang pada mercusuar yang memberikan solusi dan pengalaman luar biasa bagi klien. JWT diakuisisi oleh WPP (Wire & Plastic Product) pada 1987.

Keberadaan independen JWT berakhir ketika WPP mengumumkan pada November 2018 bahwa mereka akan menggabungkannya dengan agensi digital Wunderman. Pada tahun 1958, Lester Wunderman, bersama dengan rekannya, membuka Wunderman, Ricotta & Klein (WRK). Wunderman diakui sebagai pencipta pemasaran langsung modern, yang kemudian bergabung dengan J. Walter Thompson Co untuk membentuk Wunderman Thompson pada Februari 2019. CEO WPP, Mark Read, menyatakan bahwa penggabungan ini bertujuan untuk menyatukan kreativitas dan keahlian teknologi, data, dan perdagangan dalam satu organisasi untuk memenuhi kebutuhan klien dan meningkatkan daya saing.

Di sisi lain, berakar di Kansas City, Missouri, VML didirikan pada tahun 1992 oleh John Valentine, Scott McCormick, dan Craig Ligibel. Mereka berusaha untuk menciptakan sebuah agensi yang terintegrasi erat, serbaguna, dan gesit, serta menganut prinsip kolaborasi dengan klien. Awalnya, VML lahir setelah kudeta berdarah hampir terjadi di agensi sebelumnya. Meskipun demikian, mereka memutuskan untuk menjalankan bisnis mereka, dengan klien pertama mereka adalah Northwest Airlines.

Pada tahun 2000, CEO WPP saat itu, Sir Martin Sorrell, mengusulkan rencana pembelian kepada pendiri VML. Kesepakatan diumumkan pada Juni 2001, VML akan menjadi bagian dari WPP sebagai grup agensi independen, mempertahankan independensi mereknya setelah tuntutan dari pendiri VML. VML, atau Valentine McCormick Ligibel, seperti yang awalnya dikenal sejak didirikan pada tahun 1992, telah menawarkan layanan terintegrasi *online* dan *offline*, termasuk periklanan, konsultasi bisnis, dan pembuatan aplikasi perangkat lunak. VML memiliki klien-klien yang mengesankan, termasuk Colgate-Palmolive, Coca-Cola, dan American Express. Namun, WPP melihat nilai yang lebih besar dalam model bisnisnya. Sorrell tertarik untuk memperluas kehadiran WPP dalam layanan pemasaran yang dianggap lebih menguntungkan daripada periklanan tradisional.



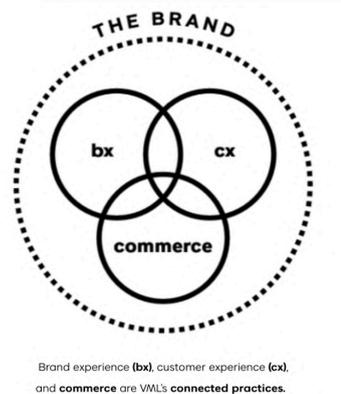
Gambar 2.1 Perusahaan dalam WPP Group

Sumber: Diolah dari *Website WPP* (2024)

WPP berupaya untuk mengintegrasikan beberapa agensi kreatif ikoniknya dengan perusahaan yang lebih berfokus pada digital. Pada tahun yang sama dengan penggabungan J. Walter Thompson & Wunderman Digital yang membentuk Wunderman Thompson pada 2018, Young & Rubicam juga disatukan dengan perusahaan iklan digital VML untuk membentuk VMLY&R. Pada 2023, WPP, pada 2023 mengumumkan penggabungan dua agensi kreatif utamanya,

VMLY&R dan Wunderman Thompson, sebagai bagian dari upaya untuk menyederhanakan bisnisnya untuk klien pemasar.

VML menggambarkan dirinya sebagai agensi pemasaran global yang mengubah merek melalui "pengalaman konsumen terhubung" dan berkomitmen untuk "memberikan solusi 360 derajat bagi klien". Mereka menolak label industri tradisional seperti "agen kreatif" atau "agen digital", lebih fokus pada penyelesaian masalah dan melakukan pekerjaan yang luar biasa. Layanan yang mereka tawarkan sangat luas, mencakup layanan konsultasi merek, merancang strategi membangun merek, serta riset konsumen dan analisis data (Oakes & Kiefer, 2018).



Gambar 2.2 Pilar Layanan VML

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Tiga pilar utama yang menjadi fondasi VML adalah pengalaman merek (*brand experience*), pengalaman pelanggan (*customer experience*), dan perdagangan (*commerce*). Dengan menggabungkan praktik-praktik BX, CX, dan *Commerce*, VML bertujuan untuk menciptakan merek yang terhubung guna merangsang pertumbuhan dan memberikan manfaat bagi merek. VML konsisten dalam melampaui harapan pelanggan dan memberikan pengalaman yang unik. Dengan jangkauan global yang meliputi 30.000 karyawan lebih di lebih dari 150 kantor di lebih dari 60 pasar, VML mendorong budaya yang mementingkan koneksi, rasa memiliki, dan menghargai perbedaan. Di Indonesia, VML memulai operasinya pada Januari 2024.

Beberapa kelebihan VML sebagai perusahaan global dibandingkan dengan perusahaan agensi lainnya, pertama, terlepas dari berbagai penghargaan yang diraih, penggabungan antara Wunderman Thompson dan VMLY&R melengkapi keunggulan satu sama lain, VMLY&R, yang fokus pada *business experience*, *customer experience*, dan *e-commerce*, akan didukung dengan keahlian komunikasi, analisis data, tim *e-commerce*, dan kreativitas yang kuat dari WT. Kedua, memiliki daya tarik yang kuat terhadap klien dan kemampuan untuk mengembangkan karyawan internal dengan sumber daya global yang luas. Dengan akses ke berbagai negara, dapat dengan mudah menghubungi rekan-rekan di regional untuk mendapatkan dukungan. Misalnya, jika membutuhkan bantuan dalam menangani bisnis farmasi, VML mendapatkan bantuan tim ahli dari VML Health di regional. Ketiga, terkadang dapat memenangkan klien tanpa harus melakukan *pitching*, karena reputasi yang kuat membawa brand-brand global yang justru mencari VML.

Keempat, karyawan internal memiliki akses ke berbagai *tools* dan *insight* dari regional dan global yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pekerjaan. Seperti akses ke library *deck-deck* yang sudah ada, WPP Cloud, dan berbagai pelatihan yang dapat diikuti, baik yang berbayar maupun gratis. Terakhir, meskipun merupakan bagian dari jaringan global, perusahaan ini tetap fokus pada pasar Indonesia dan mayoritas karyawan adalah orang Indonesia. Sebagian besar pekerjaan yang dilakukan adalah untuk klien di Indonesia, dan semua *insight* yang digunakan juga berasal dari Indonesia. Meskipun ada beberapa karyawan asing, mereka hanya menyumbang sebagian kecil dari tim. Jadi, semua keputusan yang diambil berdasarkan kebutuhan dan karakteristik pasar lokal.

Selain dari aspek keunggulannya di mata klien, VML juga konsisten membangun kenyamanan bagi karyawan internal. Survei yang dilakukan VML Indonesia (2022) terhadap karyawan internal perusahaan menunjukkan bahwa tingkat kebahagiaannya mencapai 80%. VML Indonesia melakukan berbagai upaya untuk memberikan kenyamanan bagi karyawannya. Beberapa upayanya adalah pertama, selama bulan Ramadan, VML Indonesia memberikan beragam takjil buka puasa untuk seluruh karyawan. Kedua, saat hari perempuan

internasional, VML menyediakan fasilitas memijat dan kecantikan gratis bagi karyawan perempuan.



Gambar 2.3 Bentuk Employer Branding VML

Sumber: Media Sosial Perusahaan (2024)

Selain itu, VML juga merayakan berbagai hari-hari penting seperti mengenakan kebaya bagi perempuan dan batik bagi laki-laki saat Hari Kartini dan membentuk berbagai komunitas olahraga di kantor.

U
M
N

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

2.2 Visi Misi

Visi VML adalah “*creating connected brands to drive growth*”, dalam bahasa Indonesia berarti "menciptakan *brand* yang terhubung untuk mendorong pertumbuhan". VML menjadi ingin menjadi “mercusuar” inovasi dan pertumbuhan dalam dunia yang terus berubah. Warisannya dibangun atas pengalaman dan keahlian lebih dari 300 tahun yang digabungkan, tempat kreativitas bertemu dengan teknologi, dan sudut pandang yang beragam memantik inspirasi.

Guna mencapai visi tersebut, berikut adalah misi yang diterapkan VML.

1) Integrasi BX, CX, dan *Commerce*

Hanya melalui integrasi sempurna dari *Brand Experience* (BX), *Consumer Experience* (CX), dan *Commerce* VML dapat memenuhi konsumen, mendorong pertumbuhan, dan membangun kepercayaan. Kemampuan unik VML untuk mengintegrasikan praktik-praktik ini menjadi kunci dalam menciptakan merek yang terhubung untuk mendorong pertumbuhan.

2) Solusi *End-to-End*

VML menawarkan solusi *end-to-end* yang mencakup seluruh *consumer journey*, termasuk komunikasi, perdagangan, konsultasi, CRM, CX, data, produksi, dan teknologi.

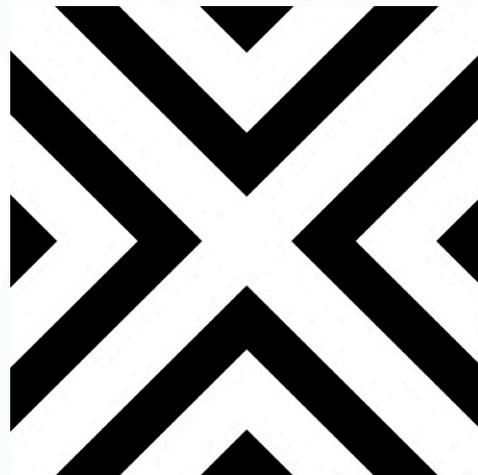
3) Budaya dan Lingkungan Kerja yang Positif

VML membentuk keluarga global dengan lebih dari 30.000 karyawan tersebar di lebih dari 150 kantor di lebih dari 60 pasar, dan kami memelihara budaya yang menghargai koneksi, rasa memiliki, dan kekuatan perbedaan. VML menjaga lingkungan kerja yang inklusif yang memberikan penghargaan dan memajukan karier, didukung oleh inisiatif Inklusi, Keadilan, & Rasa Keterikatan serta komitmen Yayasan VML untuk memberikan kembali dan memberikan dampak positif dalam masyarakat dan lebih luas.

2.3 Logo VML

Dalam konteks teknologi dan komunikasi modern, filosofi yang mendasari desain logo VML, khususnya dengan penonjolan huruf X di dalamnya, menunjukkan konsep yang sangat relevan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Huruf X mewakili titik pertemuan yang signifikan dalam era digital. Simbol ini merepresentasikan konsep "*connectivity*" atau konektivitas, menggambarkan jaringan global yang terhubung dan interaksi kompleks antara berbagai elemen dalam dunia digital.
- 2) Pentingnya konektivitas dalam era digital saat ini, individu, perusahaan, dan komunitas saling terhubung melalui berbagai platform dan teknologi. Konektivitas ini membuka ruang untuk kolaborasi, pertukaran ide, dan inovasi yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan berkelanjutan dengan menyajikan solusi bagi klien, kreativitas, teknologi, dan konsultasi saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain.



Gambar 2.4 Logo VML

Sumber: *Website* VML (2024)

Dengan demikian, filosofi di balik logo VML tidak hanya menyoroti konsep konektivitas dalam konteks teknologi dan komunikasi, tetapi juga menunjukkan pentingnya kolaborasi lintas disiplin dan integrasi solusi untuk mencapai tujuan bersama dalam dunia yang terus berubah dan berkembang dengan cepat (Tungate, 2023)

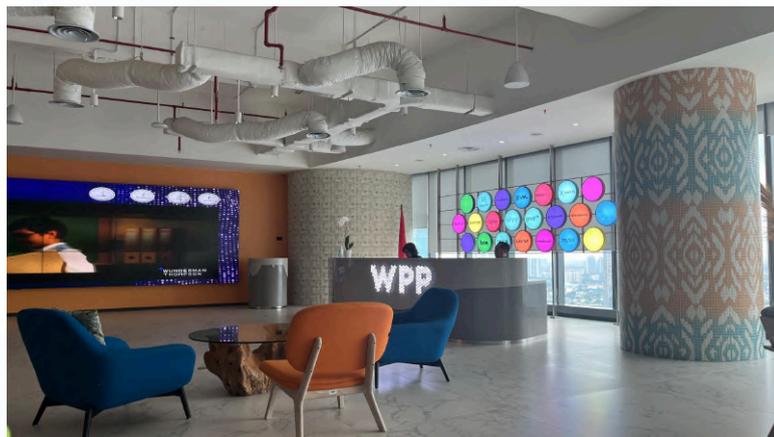
2.4 Data Umum Perusahaan

Kantor VML Indonesia berada dalam gedung RDTX Place yang bersamaan dengan perusahaan-perusahaan di bawah naungan WPP Group lainnya, terlebih lengkapnya sebagai berikut.

Nama Perusahaan	VML Indonesia
Alamat Perusahaan	Jl. Prof. Dr. Satrio No. 3, Gedung RDTX Place Lantai 35, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta Selatan
Kontak Perusahaan	+62 21 27883788
Website Perusahaan	https://www.vml.com/

(Sumber Olahan Peneliti, 2024)

Dibawah ini adalah kantor terpusat WPP Group yang berada pada gedung RDTX Place:



Gambar 2.5 Kantor WPP Group

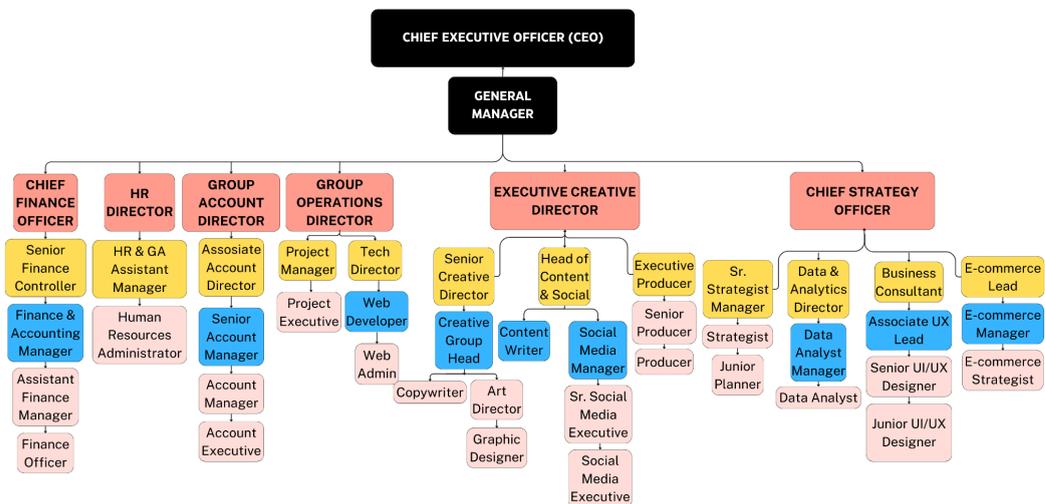
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2024)

Perusahaan-perusahaan di bawah naungan WPP Group terletak dari lantai 33 - 37, pusat area WPP adalah lantai 37 yang berisi area serbaguna dan ruang pertemuan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan data internal VML Indonesia, berikut adalah struktur organisasi yang diterapkan:



Gambar 2.6 Struktur Organisasi VML

Sumber: Diolah dari Data Internal Perusahaan (2024)

2.5.1 Peran & Tanggung Jawab Departemen

2.5.1.1 Finance

Departemen keuangan di VML dipimpin oleh seorang *Chief Finance Officer*. Tugas dan tanggung jawab departemen keuangan meliputi perencanaan strategi keuangan jangka panjang agensi, termasuk manajemen risiko, dan pengembangan bisnis, pencatatan semua pengeluaran dan penerimaan perusahaan.

- 1) Mengelola anggaran seperti merencanakan, mengelola, dan memantau anggaran agensi. Mereka memastikan alokasi dana yang sesuai untuk proyek dan aktivitas agar memenuhi kebutuhan klien serta mencapai tujuan bisnis agensi.
- 2) Melaporkan keuangan dengan menyusun laporan keuangan yang akurat dan teratur. Mereka memantau arus kas, laba rugi, dan posisi keuangan secara keseluruhan.

- 3) Merencanakan strategi keuangan jangka panjang agensi, termasuk manajemen risiko, dan pengembangan bisnis. Departemen ini mampu memberikan analisis keuangan dan saran kepada tim pimpinan VML untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.
- 4) Menganalisis kinerja keuangan guna evaluasi efektivitas strategi dan keputusan keuangan agensi. Ini mencakup pemantauan kinerja keuangan terhadap tujuan bisnis serta proyeksi keuangan untuk masa depan.

2.5.1.2 Human Resource

Di VML, departemen ini dipimpin oleh seorang *HR Director*. Berikut adalah peran dan tanggung jawabnya.

1) Perekrutan & Pelatihan Karyawan Baru

Mengidentifikasi kebutuhan akan staf baru, merancang, dan menjalankan strategi perekrutan yang efektif guna memenuhi kebutuhan agensi, mencakup penyusunan deskripsi pekerjaan, pengumuman lowongan, melakukan wawancara dengan calon karyawan, dan proses seleksi. Tidak hanya sampai di situ, departemen ini juga mengurus proses pengenalan bagi karyawan baru, termasuk menyediakan pelatihan dan orientasi untuk memperkenalkan mereka pada budaya perusahaan, prosedur kerja, dan kebijakan agensi.

2) Manajemen Performa & Permasalahan Internal

Merancang, melaksanakan, dan mengelola sistem evaluasi kinerja karyawan. Bagian SDM bekerja sama dengan manajer untuk menetapkan tujuan kinerja, memberikan umpan balik, dan mengidentifikasi peluang pengembangan karir. Menangani konflik dan masalah antara karyawan atau antara karyawan dan manajemen. Bagian SDM berperan sebagai mediator dan memastikan bahwa masalah diselesaikan secara adil dan seimbang.

3) Manajemen Kompensasi & Benefit Karyawan

Bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola program kompensasi dan manfaat bagi karyawan agensi, termasuk penentuan gaji, insentif, asuransi kesehatan, dan program kesejahteraan lainnya.

4) Menjamin Kepatuhan dan Pengawasan Hukum

Menjamin bahwa agensi mematuhi semua peraturan ketenagakerjaan dan hukum yang berlaku. Bagian SDM bertugas memastikan bahwa kebijakan dan prosedur agensi sesuai dengan peraturan yang relevan.

2.5.1.3 Account Management

Bagian Manajemen Akun di agensi VML memegang peran penting dalam memfasilitasi hubungan antara agensi dan klien serta memastikan suksesnya pelaksanaan proyek. Berikut adalah beberapa peran dan tanggung jawabnya:

- 1) Menjaga koneksi yang kuat dengan klien sebagai titik kontak utama antara agensi dan klien, memahami kebutuhan klien, mendengarkan umpan balik, dan memastikan kepuasan klien. Departemen ini menjadi penghubung antara tim internal agensi, klien, dan mitra eksternal. Departemen manajemen akun secara rutin berkomunikasi bersama pihak guna menciptakan kesepahaman terkait proyek.
- 2) Berkolaborasi dengan Tim Kreatif, Strategis, dan Produksi untuk merancang strategi pemasaran dan komunikasi yang efektif bagi klien. Departemen manajemen akun bekerja sama dengan klien untuk merumuskan tujuan dan rencana kerja yang jelas.
- 3) Mencari peluang untuk memperluas bisnis dengan klien yang sudah ada dan mengidentifikasi prospek baru untuk mendapatkan klien potensial. Departemen manajemen akun terlibat dalam proses penawaran dan negosiasi kontrak dengan klien. Selain itu, departemen ini juga mengidentifikasi potensi masalah atau hambatan dalam pelaksanaan proyek dan bekerja sama dengan tim internal untuk menemukan solusi yang tepat. Departemen manajemen akun bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran proyek dan memenuhi harapan klien.

2.5.1.4 Operations

Departemen operasional di agensi VML memiliki peran penting dalam mengawasi berbagai aspek operasional agensi untuk memastikan efisiensi dan keberhasilan dalam penyampaian proyek kepada klien. Berikut beberapa peran dan tanggung jawab dari departemen operasional di agensi VML:

- 1) Mengatur sumber daya manusia, teknologi, dan keuangan agensi. Ini melibatkan perencanaan dan penugasan tenaga kerja, mengelola infrastruktur teknologi informasi, serta mengontrol anggaran dan biaya operasional.
- 2) Manajemen Proyek dengan memimpin dan mengelola pelaksanaan proyek dari awal hingga akhir, bekerja sama dengan Tim Kreatif, Strategis, *Account*, dan Produksi untuk memastikan proyek berjalan sesuai rencana, anggaran, dan tenggat waktu yang ditetapkan.
- 3) Memastikan operasi agensi memenuhi standar kualitas dan keamanan yang tinggi. Departemen operasional bertanggung jawab atas kontrol kualitas dan prosedur keamanan untuk memastikan kepuasan klien dan keamanan data yang sensitif. Departemen ini akan mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko potensial yang terkait dengan operasi agensi. Departemen operasional berkolaborasi dengan tim pimpinan untuk mengembangkan strategi mitigasi risiko dan mengurangi dampak negatif pada proyek dan bisnis agensi.

2.5.1.5 Creative

Departemen kreatif memegang peran yang sangat penting dalam menciptakan ide-ide kreatif dan solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan klien serta memberikan dampak yang signifikan dalam kampanye pemasaran dan komunikasi. Di VML Departemen ini dipimpin oleh seorang *Executive Creative Director* yang terdiri atas 3 divisi yaitu Tim Kreatif (Menciptakan *big idea*), Tim Konten dan Sosial (Mengelola konten media sosial dan *website*), dan Tim Produksi (Eksekusi). Berikut adalah beberapa peran dan tanggung jawab dari Departemen kreatif di agensi VML:

- 1) Tim Kreatif: Terdiri dari *Art Director*, *Copywriter*, dan *Graphic/Motion Designer*, tim ini membangun ide-ide besar kreatif dan konsep kampanye yang menarik dan relevan dengan tujuan pemasaran klien. Selain itu, tim ini juga membuat tulisan dan merancang elemen visual untuk kampanye pemasaran, termasuk desain grafis, ilustrasi, dan pemilihan warna. Departemen kreatif memastikan bahwa materi promosi dan komunikasi visual mencerminkan identitas merek klien dan menarik perhatian target audiens.
- 2) Tim Konten dan Sosial: Terdiri dari Tim Media Sosial dan *Content Writer*, Tim Media Sosial bertanggung jawab untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan, seperti teks, gambar, video, dan elemen multimedia lainnya. Sedangkan *Content Writer* bertugas untuk menghasilkan konten yang memukau dan bermakna untuk situs *web* klien.
- 3) Tim Produksi: Bertugas untuk memproduksi materi multimedia, termasuk video, animasi, dan presentasi, untuk memperkuat pesan merek dan memberikan pengalaman yang menarik bagi audiens, mereka melakukan proses produksi dari konsep hingga penyuntingan akhir dan distribusi.

Departemen kreatif di agensi VML bertanggung jawab atas penciptaan ide-ide kreatif dan konten yang memikat untuk membantu merek klien mencapai tujuan pemasaran dan komunikasi mereka.

2.5.1.6 Strategy

Departemen strategi di agensi VML memegang peran penting dalam mendukung agensi dan klien dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan terukur. Berikut adalah beberapa peran dan tanggung jawab dari departemen strategi di agensi VML:

- 1) Melakukan riset pasar dan analisis tren industri untuk memahami kondisi bisnis dan persaingan. Departemen Strategi mengumpulkan data dan informasi relevan untuk membantu agensi dan klien dalam membuat keputusan strategis.

- 2) Berkolaborasi dengan klien untuk menetapkan tujuan pemasaran yang jelas dan dapat diukur. Departemen strategi membantu mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi merek klien, serta merumuskan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.
- 3) Segmentasi Pasar: Menganalisis audiens target dan melakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang paling relevan dan potensial. Departemen strategi membantu klien dalam memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku konsumen untuk mengarahkan strategi pemasaran.
- 4) Merancang strategi *branding* yang kuat dan konsisten untuk merek klien. Departemen strategi membantu dalam mengidentifikasi nilai inti merek, proposisi penjualan unik, dan pesan kunci yang akan disampaikan kepada audiens target. Mengembangkan rencana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan merek kepada audiens. Ini termasuk pemilihan saluran komunikasi yang tepat dan pengembangan konten yang relevan.
- 5) Melakukan evaluasi terhadap kinerja strategi pemasaran dan mengoptimalkan strategi berdasarkan hasilnya. Departemen strategi terus memantau kemajuan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.6 Struktur Divisi

Dalam kurun waktu dari 2 Januari hingga 30 Juni 2024, mahasiswa telah menjalani program magang di VML Indonesia selama enam bulan dengan peran sebagai *Social Media Executive* di Divisi Konten dan Sosial di bawah Departemen Kreatif.



Gambar 2.7 Struktur Divisi Content & Social

Sumber: Diolah dari Data Internal Perusahaan (2024)

Selama magang, mahasiswa telah berinteraksi secara intensif dengan timnya yang dipimpin oleh seorang *Social Media Manager*, yaitu Gevintha Karunia Maully, *Senior Social Media Executive*, yaitu Yeremia Geoffrey Rasoen, dan Seysha Desnikia. Mereka bertanggung jawab membimbing, menginstruksikan, mengajari, dan mengawasi mahasiswa.

Berikut masing-masing tugas pada Divisi *Content & Social* yang memiliki hubungan dalam proses kerja magang:

a. *Head of Content & Social*

Peran dari *Head of Content & Social* adalah memimpin dan mengawasi kerja tim *Social Media* dan *Content Writer* guna mencapai keselarasan antar tim dan mencapai tujuan. Salah satu upaya yang dilakukan secara rutin adalah Head of Content & Social akan mengadakan pertemuan

berkala dengan para *Social Media Manager* untuk mengontrol proses kerja mingguan.

b. *Content Writer*

Tugas utamanya adalah menulis artikel, blog, halaman produk, deskripsi layanan, dan konten lainnya yang diperlukan untuk *website* klien dan memastikan konten yang dihasilkan menarik, informatif, dan sesuai dengan gaya *brand* klien.

c. *Social Media Manager*

Peran utamanya adalah mengelola dan mengarahkan strategi media sosial untuk klien dengan merancang dan mengimplementasikan strategi media sosial yang sejalan dengan tujuan pemasaran dan *branding* klien. Kedua, bekerja sama dengan tim kreatif dan tim strategi untuk memastikan keselarasan antara strategi media sosial dan upaya pemasaran yang lebih luas. Ketiga, mengkoordinasikan dan membagi pekerjaan kepada *Social Media Executive*.

d. *Social Media Executive*

Peran *Social Media Executive* adalah pertama melaksanakan strategi media sosial yang telah dirancang oleh *Social Media Manager* dan tim kreatif. Kedua, mengunggah dan menjadwalkan konten di berbagai platform media sosial sesuai dengan kalender konten. Ketiga, merancang konten yang menarik dan relevan untuk berbagai platform media sosial klien.