

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Tentang Hakuodo Jakarta

Berdiri sejak 6 Oktober 1895, Hakuodo merupakan sebuah perusahaan pemasaran iklan dan inovasi yang didirikan langsung oleh Hironao Seki di Kanda-Nabecho, Tokyo, Jepang. Secara konsisten, Hakuodo berhasil masuk dalam peringkat ke-10 sebagai perusahaan agensi periklanan teratas dunia. Hakuodo juga telah berhasil menjadi pemenang Grand Pix di Cannes Lions Internasional Festival of Creativity sebanyak dua kali dan dinobatkan sebagai Network of the Year di ADFEST 2021. Hingga kini, perusahaan Hakuodo sudah tersebar di sekitar 20 negara dan memiliki lebih dari 10.000 spesialis yang bekerja di seluruh dunia, dan Hakuodo Indonesia adalah salah satunya. (Hakuodo Global, 2024).

Hakuodo Indonesia (PT Hakuodo International Indonesia) telah berdiri sejak tahun 2003, hingga sekarang terpecahkan ke enam unit bisnis yang berbeda dan memiliki spesialisasinya masing-masing. Keenam unit agensi tersebut meliputi Hakuodo Jakarta, Hybrid H, dan H-Three sebagai *brand agency*, lalu I-DAC sebagai *digital media agency*, Hakuodo Digital sebagai *digital agency*, dan H+ sebagai *digital transformation agency*. Dahulu, Hakuodo Jakarta merupakan dua unit agensi yang berbeda, yaitu Hakuodo Indonesia dan Lotus, namun pada tahun 2023 hingga saat ini kedua unit agensi tersebut bergabung menjadi satu dengan nama Hakuodo Jakarta (Hakuodo Jakarta, 2024).



Gambar 2.1 Struktur Perusahaan PT Hakuodo Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Selama bergerak dalam industri periklanan, HakuHodo Jakarta berhasil mendapatkan banyak penghargaan dari tahun ke tahun. Salah satu penghargaan yang didapatkan secara terus-menerus adalah penghargaan Creative Agency of the Year sebanyak empat kali pada tahun 2011, 2012, 2016, dan 2021 di Citra Pariwisata, sebuah festival periklanan terkemuka di Indonesia. Selain itu, penghargaan-penghargaan lainnya yang didapatkan (HakuHodo Jakarta, 2024) meliputi :

1. *Top 25 Best Agencies in Asia* oleh *Campaign Brief Asia* (2017 - 2021)
2. *Indonesia's Hottest Agencies* oleh *Campaign Brief Asia* (2021)
3. *Campaign of The Year* oleh *LIA* (2017)
4. *Campaign of The Year* oleh *Cannes Lions, Cilo, Spikes, NYF*, dan *AdFest* (2018)
5. *Campaign of The Year* oleh *Spikes, AdStar*, dan *D&AD* (2019)
6. *Campaign of The Year* oleh *AdFest, OneShow, LIA, AdStar*, dan *NYF* (2021)

Sebagai sebuah *advertising agency*, HakuHodo Jakarta tentunya menangani banyak klien dari berbagai *brand* ternama seperti Aqua, Biore, Honda, Kapal Api, Frisian Flag, Tempo Scan Group, dan masih banyak lagi (HakuHodo Jakarta Brainchild, 2024). *Brand* yang ditangani HakuHodo Jakarta dapat terbagi menjadi dua kategori, yaitu *project based* (*brand* memiliki *project* atau kampanye tertentu sehingga memiliki jangka waktu yang lebih pendek) dan *retainer-fee based* (*brand* yang memiliki kontrak tahunan sehingga *agency* akan mendapatkan sebuah *brief* kebutuhan *brand*).



**HAKUHODO
JAKARTA**

Gambar 2.2 Logo HakuHodo Jakarta
Sumber: (HakuHodo Jakarta, 2024)

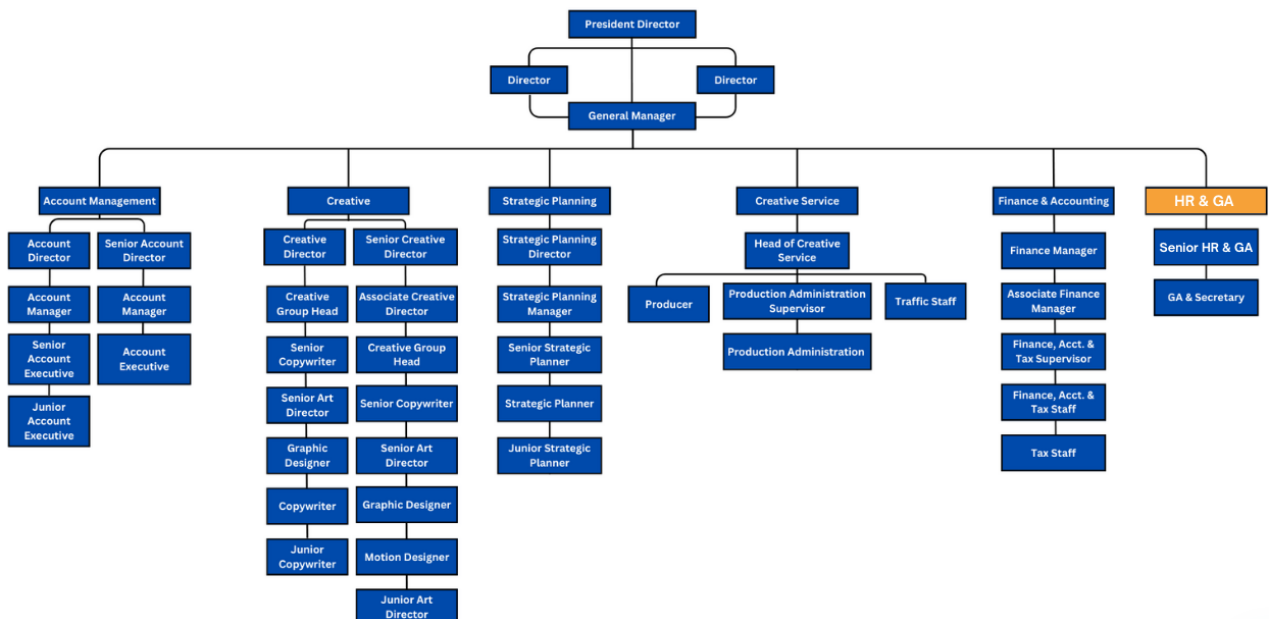
2.1.2. Visi Misi Hakuodo Jakarta

Visi Hakuodo Jakarta berfokus dengan konsep *Sei-katsu-sha*, sebuah pandangan dimana konsumen lebih dari sekedar pembelanja yang menjalankan fungsi ekonomi. Konsep *Sei-katsu-sha* juga berarti mengekspresikan individu yang sesungguhnya, dengan darah dan daging, bukan sebagai “konsumsen” yang tanpa wajah. Hakuodo Jakarta percaya bahwa dengan berupaya mengenal *Sei-katsu-sha* lebih baik dari siapapun, Hakuodo Jakarta percaya bahwa dengan memahami konsumen lebih baik, kita dapat membangun hubungan yang kuat antara pelanggan dan media.

Misi dari Hakuodo Jakarta adalah menghasilkan ide-ide yang siap menghadapi masa depan melalui solusi netral sampai menengah. Selain itu, masa depan yang dilalui juga akan tercipta dari kemitraan baik dengan klien dan pemangku kepentingan, baik di dalam maupun dari luar untuk berkolaborasi dan mengubah keadaan bersama-sama sehingga dapat tercipta dampak nyata yang positif bagi kehidupan para konsumen dan para pemangku kepentingan

2.2. Struktur Organisasi Hakuodo Jakarta

Hakuodo Jakarta memiliki Struktur organisasi perusahaan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Hakuodo Jakarta
 Sumber: (Data Internal Perusahaan, 2024)

Dalam struktur organisasi, pimpinan teratas Hakuodo Jakarta ditempati oleh seorang *President Director* yang dibawah oleh *Director, General Manager*, dan enam departemen lainnya seperti *Account Management, Creative, Strategic Planning, Creative Service, Finance & Accounting*, dan *HR & GA*. Berikut merupakan masing-masing peran dan *job description* pada keenam departemen yang ada di perusahaan Hakuodo Jakarta:

1. Departemen Account Management:

Dalam departemen *Account Management*, masing-masing peran memiliki tanggung jawab yang berbeda untuk saling melengkapi. *Account Director* berfokus pada strategi dan hubungan jangka panjang dengan klien, *Account Manager* berfokus mengelola proyek dan koordinasi internal, sementara *Account Executive* berfokus mendukung administrasi dan pelaksanaan kampanye.

2. Departemen Creative:

Terdapat beberapa peran yang bekerja sama untuk mengembangkan dan mengeksekusi kampanye kreatif dalam departemen *creative*, yakni *Creative Director* bertugas memimpin visi dan arah kreatif, *Creative Group Head* bertugas untuk mengelola beberapa proyek, *Copywriter* bertanggung jawab penuh atas penulisan naskah, *Art Director* mengembangkan konsep visual, dan *Graphic Designer* yang bertugas menghasilkan desain grafis.

3. Departemen Strategic Planning:

Departemen *Strategic Planning* bertanggung jawab penuh untuk mengembangkan strategi pemasaran serta komunikasi yang efektif berdasarkan analisis data dan wawasan dari konsumen. Ada beberapa peran yang terlibat seperti *Strategic Planning Director* yang berfokus untuk menganalisa dan menyusun strategi, *Strategic Planning Manager* merancang dan mengembangkan strategi dan komunikasi yang sesuai dengan tujuan bisnis klien, *Junior Strategic Planning* berfokus untuk mendukung riset dan pengumpulan data.

4. Departemen Creative Service:

Departemen *Creative Service* memastikan bahwa proyek-proyek kreatif dapat diselesaikan dengan lancar, efisien, dan sesuai dengan anggaran. Hal ini dapat dilakukan dengan mengelola alur kerja, sumber daya, dan kualitas produksi yang dilakukan dengan kolaborasi dari berbagai peran, seperti *Head of Creative Service*, *Producer*, *Production Administration*, dan *Traffic Staff*.

5. Departemen Finance & Accounting:

Tugas utama dari departemen *Finance & Accounting* adalah untuk mengelola aspek keuangan dan akuntansi perusahaan, memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan benar, dan laporan keuangan disusun sesuai dengan standar yang berlaku. Adanya peran-peran yang bertugas di departemen ini adalah *Finance Manager*, *Associate Finance Manager*, *Tax Supervisor*, dan *Tax Staff*.

6. Departemen HR & GA:

Departemen *HR & GA* bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya manusia dan urusan internal perusahaan. Dalam hal ini, HR atau *Human Resources* bertugas dan berfokus untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi internal dalam perusahaan, seperti mempertahankan karyawan yang berkualitas, memastikan seluruh karyawan internal dapat bekerja sesuai dengan peraturan, dan perusahaan memiliki budaya organisasi yang baik dan sehat. Sementara GA atau *General Affairs* merujuk pada pengelolaan fasilitas dan administrasi kantor.

Dalam hal ini, fokus utama pekerja magang adalah mempelajari lebih dalam terkait aktivitas komunikasi internal dalam sebuah perusahaan. Adanya aktivitas komunikasi internal yang memungkinkan dan terdekat dengan tujuan pekerja magang ada pada departemen *Human Resources*. Maka dari itu, pekerja magang sebagai *Human Resources intern* fokus menjalankan tugas-tugas yang berkaitan dengan konsep utama yang dipilih yakni adalah *internal communications & corporate culture* dan konsep pendukung yang adalah *writing for public relations*.