

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hakuhodo adalah perusahaan pemasaran dan inovasi terintegrasi dengan kantor di sekitar 20 negara dan wilayah serta lebih dari 10.000 spesialis yang bekerja di seluruh dunia. Hakuhodo adalah agensi inti dari Hakuhodo DY Holdings, yang secara konsisten menduduki peringkat di antara 10 perusahaan agensi teratas dunia oleh Ad Age. Hakuhodo didirikan oleh Hironao Seki di 22 Kanda-Nabecho, Tokyo, sebagai perantara ruang iklan untuk majalah pendidikan pada tahun 1895. Secara konsisten, Hakuhodo berhasil masuk dalam peringkat ke-10 sebagai perusahaan *agency* teratas di dunia. Terkenal akan kreativitasnya, Hakuhodo telah menjadi pemenang Grand Pix di Cannes Lions Internasional Festival of Creativity sebanyak dua kali dan dinobatkan sebagai Network of the Year di ADFEST 2021 (*Hakuhodo Global*, 2024).

PT Hakuhodo Indonesia didirikan pada tahun 2003, yang akhirnya terpecahkan ke enam unit bisnis berbeda yang melayani berbagai variasi marketing communication, terdiri dari Hakuhodo Indonesia, Lotus, Hybrid H, dan H-Three sebagai brand agency, I-Dac Indonesia sebagai digital media, Hakuhodo Digital sebagai digital agency, dan H+ sebagai digital transformation. Dengan ekspansi bisnis Hakuhodo International Indonesia (HIID), Hakuhodo Indonesia melakukan rebranding pada tahun 2023 menjadi Hakuhodo Jakarta. Hakuhodo Jakarta sendiri telah dinobatkan sebagai Creative Agency of the Year sebanyak empat kali (2011, 2012, 2016, 2021) dalam ajang Citra Pariwisata, festival periklanan terkemuka di Indonesia. Hakuhodo Jakarta terus memberikan solusi terbaik bagi klien mereka, dengan berlandaskan pada filosofi Wawasan Sei-katsu-sha dan Kemitraan Hakuhodo (*Hakuhodo Jakarta*, 2024).

## **2.2 Visi Misi Perusahaan**

Hakuhodo sebagai salah satu biro iklan terbesar di dunia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### **VISI**

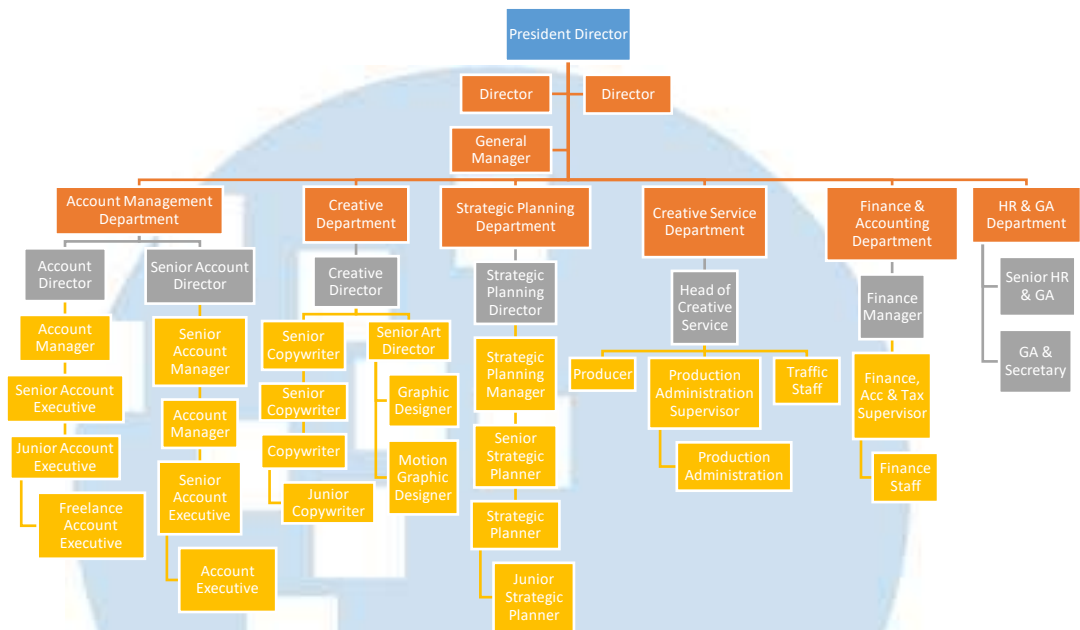
Visi bersama dari Hakuhodo dan Hakuhodo DY Media Partners, perusahaan media yang terintegrasi penuh dengan Hakuhodo DY Group. Dalam lima hingga sepuluh tahun ke depan, mereka melihat diri merek sebagai bisnis yang bekerja sama dengan sei-katsu-sha untuk menciptakan ide dan tren baru yang penting. Sei-katsu-sha adalah fondasi dari semua yang dilakukan di Hakuhodo. Wawasan ini mengingatkan Hakuhodo bahwa konsumen lebih dari sekadar pembeli yang menjalankan fungsi ekonomi. Mereka memiliki detak jantung. Mereka adalah individu dengan gaya hidup yang berbeda. Pada tahun 1980-an, jauh sebelum agensi lain mengakui nilai dari pendekatan holistik, Hakuhodo memperkenalkan istilah ini untuk menekankan komitmen kami terhadap perspektif 360 derajat yang komprehensif tentang kehidupan konsumen.

### **MISI**

Misi Hakuhodo yaitu akan mengembangkan filosofi Sei-katsu-sha Insight yang telah mereka kembangkan selama lebih dari tiga dekade menjadi sarana untuk merencanakan masa depan dengan lebih tepat. Lebih jauh lagi, kami akan membawa prinsip Kemitraan ke tingkat yang baru dengan mengubahnya menjadi kerangka kerja untuk kreasi bersama dengan semua pemain, baik sei-katsu-sha, pemasar, maupun media.

## **2.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Hakuhodo Jakarta memiliki struktur organisasi perusahaan sebagai berikut

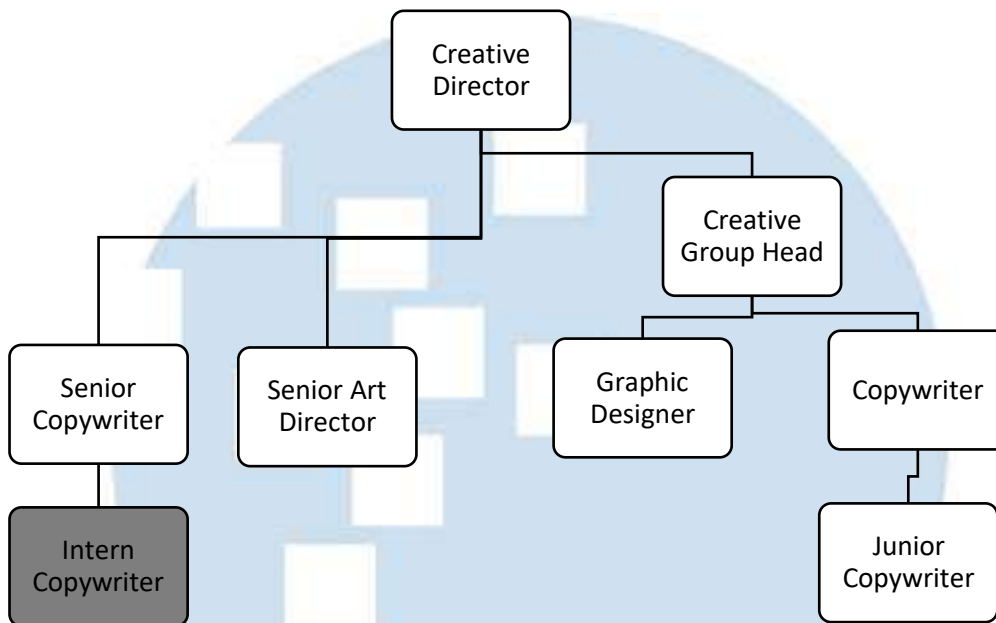


Gambar 2.1 Struktur Organisasi Hakuodo Jakarta

(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2024)

Hakuodo Jakarta dipimpin oleh President Director yang dibawahnya terdapat Director, General Manager, dan beberapa departemen lainnya, seperti Account Management, Creative, Strategic Planning, Creative Service, Finance & Accounting, dan HR & GA. Posisi pemegang sendiri lansung berada dibawah *Creative Director* dan *Senior Copywriter* sebagai *Intern Copywriter* di Hakuodo Jakarta.





Gambar 2.2 Struktur Tim Internal Pemegang  
(Sumber: Data Internal Perusahaan 2024)

Terdapat 2 (dua) tim *creative* di Hakuodo Jakarta, departemen *creative* bertanggung jawab atas semua output yang dihasilkan. Secara umum, departemen *creative* berfungsi untuk mengolah dan mengeksekusi ide serta konten yang sudah di berikan melalui *client brief* agar dapat tersampaikan kepada tujuan klien dalam memasarkan produk-produknya. Berikut ini adalah *job description* pada setiap posisi di dalam Departemen Kreatif:

#### A. Creative Director

Creative Director merupakan pemimpin dari suatu tim kreatif yang bertanggung jawab untuk mengarahkan dan mengelola aspek kreatif dari sebuah project. Mengkoordinasikan dan mengarahkan tim yang terdiri dari copywriter, design graphic, art director dan creative group head untuk mencapai tujuan kreatif yang ditetapkan.

#### B. Creative Group Head

Creative Group Head sebagai pemimpin dan pengarah bagi tim kreatif yang terdiri dari art director, copywriter, dan design graphic. Memastikan alur kerja tim berjalan

efektif serta memastikan setiap output kreatif yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

#### C. Senior Copywriter

Senior Copywriter menjadi pemimpin dalam penulisan kreatif serta mengawasi tim copywriter, copywriter junior, dan copywriter intern untuk memastikan kualitas penulisan konten. Dan juga memberikan bimbingan dan mentoring kepada anggota tim dalam pengembangan kemampuan penulisan atau copy.

#### D. Senior Art Director

Senior Art Director Merupakan seorang profesional kreatif yang memiliki peran penting dalam mengembangkan dan mengelola aspek visual dari proyek-proyek kreatif serta memimpin dan mengkoordinasikan tim design graphic dan illustrator. Dan memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan konsep, gaya, dan arah visual yang selaras dengan strategi pemasaran.

#### E. Graphic Designer

Graphic Designer merupakan seorang yang bertanggung jawab untuk merancang dan menghasilkan karya visual yang efektif dan estetis. Serta mengembangkan konsep, gaya, dan desain visual untuk berbagai jenis proyek, seperti iklan, kemasan, website, dan lainnya

#### F. Copywriter

Copywriter merupakan seorang yang bertanggung jawab untuk menciptakan dan menulis berbagai macam konten yang persuasive dengan tujuan untuk menarik, menginformasikan, dan mempengaruhi audiens. Serta emahami kebutuhan klien, target audiens, dan tujuan komunikasi dan mengembangkan konsep dan pesan kreatif yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

#### G. Junior Copywriter

Junior Copywriter merupakan seorang yang membantu senior copywriter dan copywriter dalam pengembangan penulisan. Serta mempelajari dan memahami target audiens, tren industri, dan positioning brand klien dan mengumpulkan

informasi dan wawasan yang relevan untuk membantu pengembangan konsep dan konten.

Pekerjaan utama sebagai *copywriter intern* selama proses kerja magang di Hakuodo Jakarta sebagai berikut :

- Berkontribusi pada pengerjaan copywriting semua brand yang menggunakan jasa Hakuodo Jakarta.
- Berpartisipasi dalam *creative briefs*, presentasi, dan *meeting*.
- Bekerja sama dengan *creative* tim lainnya untuk melakukan brainstorming membahas ide-ide kreatif hingga mengembangkan solusi *copywriting* untuk pemasaran.
- Mengerjakan tugas-tugas yang diberikan perusahaan.

