

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Hakuhodo Jakarta

Hakuhodo merupakan sebuah perusahaan pemasaran iklan dan inovasi yang didirikan pada tahun 1895, oleh Hironao Seki di Kanda-Nabecho, Tokyo. Secara konsisten, Hakuhodo berhasil masuk dalam peringkat ke-18 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. Perusahaan Hakuhodo pun memiliki banyak cabang kantor yang tersebar di sekitar 20 negara dan terdapat lebih dari 10.000 spesialis yang bekerja di seluruh dunia, salah satunya Indonesia (Hakuhodo Global, 2024).

PT Hakuhodo Indonesia telah berjalan sejak tahun 2003, yang akhirnya terpecahkan ke enam unit bisnis berbeda yang melayani berbagai variasi *marketing communication*. *Sister company* dari PT Hakuhodo Indonesia 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*. Pada tahun 2023, Hakuhodo Indonesia dan Lotus telah melakukan merger sebagai *brand agency* yang sama, sehingga dilakukan *rebranding* menjadi Hakuhodo Jakarta (Hakuhodo Indonesia, 2024).

Hakuhodo Jakarta (sebelumnya Hakuhodo Indonesia), telah dinobatkan Creative Agency of the Year sebanyak empat kali pada tahun 2011, 2012, 2016, dan 2021 di Citra Pariwara, sebuah festival periklanan terkemuka di Indonesia. Selain itu, Hakuhodo Jakarta juga telah menjadi sebuah *agency* yang paling banyak mendapatkan penghargaan di Asia, seperti penghargaan medali dan finalis di ADFEST, Ad Stars, D&AD Awards, dan London International Awards (Hakuhodo Indonesia, 2024).

Sebagai sebuah *advertising agency*, Hakuhodo Jakarta tentunya menangani banyak klien dari berbagai *brand*. Hakuhodo Jakarta menangani *brand-brand*

ternama, seperti Aqua, Biore, Honda, Kapal Api, Frisian Flag, Tempo Scan Group, dan masih banyak lagi. *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*).

The logo for HakuHodo Jakarta is displayed within a black rectangular box. The text 'HAKUHODO' is on the top line and 'JAKARTA' is on the bottom line, both in a bold, white, sans-serif font. The logo is centered within a larger, light blue circular graphic that is partially visible in the background of the page.

Gambar 2.1 Logo HakuHodo Jakarta

Sumber: *hakuHodo.id* (2024)

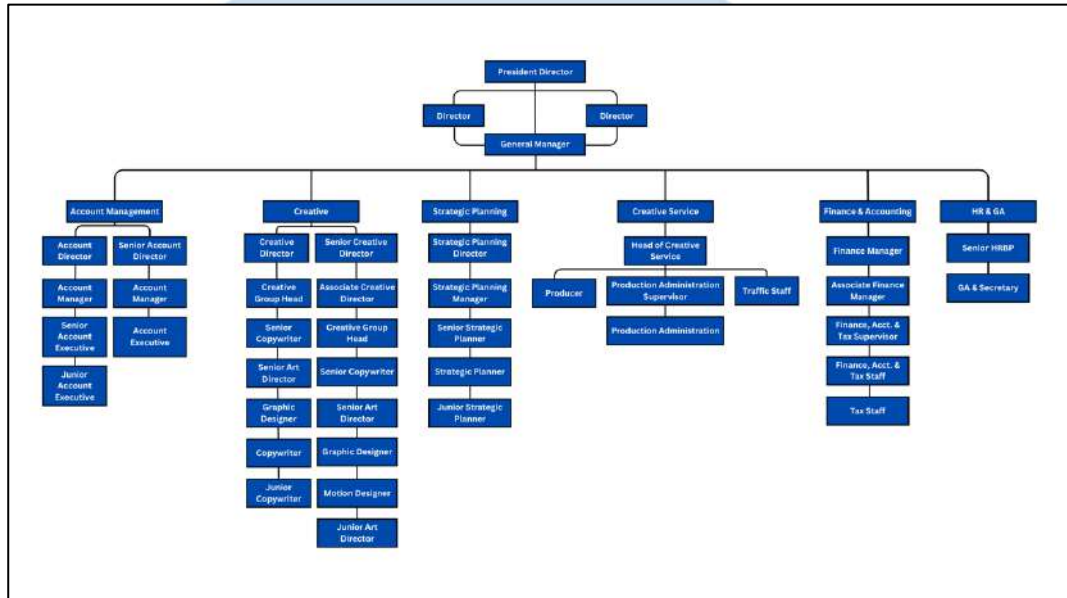
2.2 Visi Misi HakuHodo Jakarta

Visi HakuHodo Jakarta berhubungan dengan *Sei-katsu-sha*, sebuah pandangan yang alih-alih melihat seseorang sebagai konsumen, kita melihat dan memahami manusia secara holistik dengan multidimensi sebagai makhluk hidup. Keunikan setiap individu membuat setiap orang sama pentingnya dan menjadi pandangan HakuHodo tentang dunia. HakuHodo Jakarta percaya bahwa dengan berupaya mengenal *Sei-katsu-sha* lebih baik dari siapa pun, HakuHodo Jakarta akan mampu membangun jembatan yang menghubungkan klien dan media.

HakuHodo Jakarta percaya bahwa memberikan dampak nyata dalam kehidupan merupakan hal yang paling penting, maka misi dari HakuHodo Jakarta adalah menghasilkan ide-ide yang siap menghadapi masa depan melalui solusi kreatif. Selain itu, masa depan yang dilalui juga akan tercipta dari kemitraan baik dengan klien dan *stakeholders*, baik di dalam maupun dari luar untuk berkolaborasi dan mengubah keadaan bersama-sama.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Hakuhodo Jakarta memiliki struktur organisasi perusahaan sebagai berikut.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Hakuhodo Jakarta

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Hakuhodo Jakarta berada di bawah pimpinan seorang *President Director*, *Director*, *General Manager*, dan beberapa departemen, seperti *Account Management*, *Creative*, *Strategic Planning*, *Creative Service*, *Finance & Accounting*, dan *HR & GA*. Dalam menangani suatu *brand*, Hakuhodo Jakarta biasanya memiliki beberapa tim dari departemen utama yang berbeda untuk berkolaborasi dan menyelaraskan kebutuhan *brand* yang sedang dikerjakan. Beberapa departemen yang terlibat dalam tim penanganan sebuah *brand*, antara lain:

1) *Account Management*

Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki tim *Account* adalah berkomunikasi secara langsung dengan klien, memahami *brief* yang diberikan oleh klien, dan mengkoordinasikan *brief* dari klien kepada tim internal secara rinci, namun mudah dimengerti. Tim *Account* memiliki peran sebagai jembatan penghubung antara klien dan tim internal perusahaan. Selain itu, tim *Account* juga harus

mampu menjaga jalannya suatu *project* dari awal sampai akhir, hingga mencapai *objective* atau KPI yang dibentuk oleh *brand*.

2) *Strategic Strategic Planner*

Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki tim *Strategic Planner* adalah melakukan riset pasar dan mencari data mengenai *brand* untuk menjawab kebutuhan *brief* dari klien. Data yang sudah dikumpulkan akan menjadi dasar dalam pembuatan strategi, ide, dan *framework* komunikasi untuk masalah yang ingin ditangani oleh suatu *brand*.

3) *Creative*

Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki tim *Creative* adalah memahami *brief* klien yang diberikan oleh tim *Account* serta hasil data dari *Strategic Planner* dan menerjemahkannya menjadi ide yang menarik perhatian target audiens dan sesuai keinginan suatu *brand*. Ide yang dikembangkan oleh tim *Creative* akan membantu *brand* dalam mencapai tujuan dan membedakan suatu *brand* dengan kompetitornya.

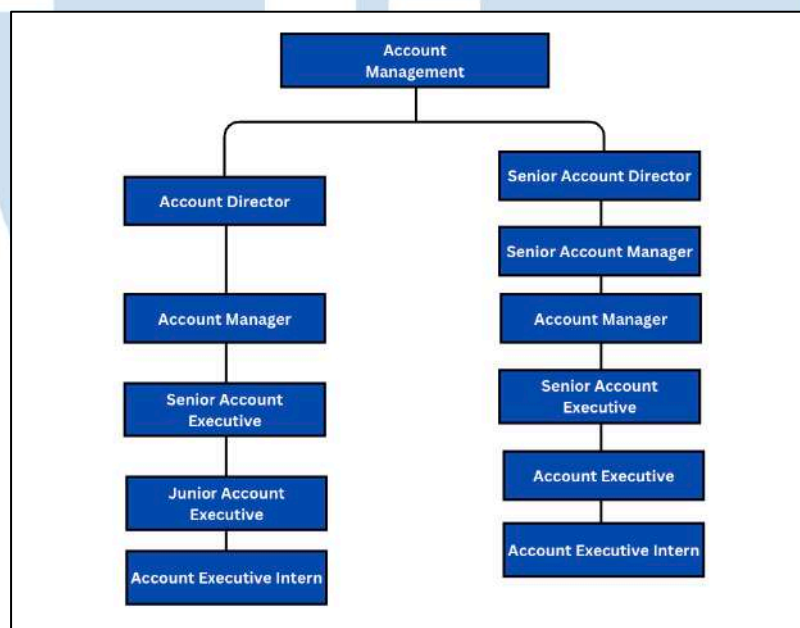
4) *Creative Service*

Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki tim *Creative Service* adalah sebagai jembatan antara tim *Creative* dan tim *Account* dalam mencari *production house/third party* untuk keperluan produksi *project* suatu *brand*.

2.4 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Selama melakukan praktik magang sebagai *Account Executive Intern*, terdapat departemen yang menaungi, yaitu departemen *Account Management*. Departemen *Account Management* memiliki tanggung jawab atas pencapaian target *project* yang ditetapkan perusahaan dan bertugas untuk mendapatkan klien baru maupun mempertahankan klien yang sudah ada. Seperti mata kuliah yang telah diajarkan, yaitu *Effective Persuasive Communication*, komunikasi persuasif merupakan

sebuah proses yang membutuhkan waktu dan tahapan tertentu sehingga melibatkan penerima pesan secara aktif. Dengan komunikasi persuasif yang baik, dapat mempengaruhi seseorang untuk mengikuti atau setuju akan sesuatu (Perloff, 2014). Hal ini diterapkan pada departemen *Account Management* yang harus membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan klien melalui komunikasi persuasif agar dapat mempengaruhi dan meyakini klien untuk percaya dalam menggunakan jasa HakuHodo Jakarta.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen *Account Management* HakuHodo Jakarta
 Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Seluruh komponen departemen *Account Management* bekerja sama untuk mencapai tujuan yang ada dengan menjalankan tanggung jawab dan uraian tugas seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1) *Senior Account Director*

Memimpin dan merencanakan kampanye periklanan yang efektif untuk klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, memberikan penugasan kepada *Senior Account Manager*, *Account Manager*, *Account Executive*, dan *Junior Account Executive*.

2) *Account Director*

Memimpin dan merencanakan kampanye periklanan yang efektif untuk klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, memberikan penugasan kepada *Senior Account Manager*, *Account Manager*, *Account Executive*, dan *Junior Account Executive*, juga menjadi *supervisor* untuk *Account Executive Intern*.

3) *Senior Account Manager*

Menjadi ahli dan mitra diskusi dengan klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, memberikan penugasan kepada *Account Executive*, serta sebagai penghubung tim internal kepada klien.

4) *Account Manager*

Menjadi ahli dan mitra diskusi dengan klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, sebagai penghubung tim internal kepada klien, serta memberikan penugasan kepada *Account Executive*.

5) *Senior Account Executive*

Menjalankan kampanye periklanan yang efektif untuk klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, sebagai penghubung tim internal kepada klien, serta memberikan penugasan kepada *Account Executive Intern*.

6) *Account Executive*

Menjalankan kampanye periklanan yang efektif untuk klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, sebagai penghubung tim internal kepada klien, melakukan riset

untuk keperluan data tim *Strategic Planner*, serta memberikan penugasan kepada Account Executive Intern.

7) *Junior Account Executive*

Menjalankan kampanye periklanan yang efektif untuk klien, mencari klien dan menjaga hubungan dengan klien terdahulu, ikut serta dalam pengembangan ide kampanye, sebagai penghubung tim internal kepada klien, melakukan riset untuk keperluan data tim *Strategic Planner*, serta memberikan penugasan kepada *Account Executive Intern*.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with the letters 'U', 'M', and 'N' arranged vertically.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA