

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang Redcomm Indonesia

Redcomm Indonesia adalah sebuah agensi pemasaran digital yang berasal dari Jakarta, Indonesia. Redcomm Indonesia didirikan oleh Damon Hakim pada Juli 2001. Sudah 23 tahun sejak pendiriannya, Redcomm Indonesia telah memegang lebih dari 1.000 *campaign*, menangani lebih dari 500 *brand* hingga mencapai *Key Performance Indicator* (KPI) sebesar 99 persen dan telah memenangkan penghargaan sebagai *Agency of The Year* selama 6 (enam) tahun berturut-turut (Redcomm, 2024).



Gambar 2.1 Logo Redcomm Indonesia

Sumber: (Redcomm, 2024)

Redcomm Indonesia sendiri merupakan anak perusahaan di bawah Red Asia Inc bersama Crimson Agency, Kenna, Salt, Brand Media Indonesia (BMI) dan MIX. Redcomm Indonesia juga memiliki beberapa unit seperti Terracotta, Maroon, Scarlet, Blssed dan Ruby termasuk di dalamnya.

Crimson Agency merupakan *partner* dari Redcomm Indonesia yang juga agensi digital namun dengan pendekatan PR atau hubungan masyarakat. Hal tersebut menandakan bahwa Crimson Agency tidak hanya berfokus pada layanan digital, namun juga memiliki strategi pendekatan yang berorientasi pada *public relations*.

Kenna lebih kepada menawarkan solusi kepada perusahaan untuk memaksimalkan investasi pemasaran mereka, Kenna memiliki keahlian dalam bidang data dan teknologi yang berfokus dalam membantu organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan laba atas investasi dalam pemasaran atau biasa disebut ROI (*Return on Investment*).

Salt menawarkan perusahaan dan merek dalam memperkuat strategi pemasaran mereka melalui teknologi yang jauh lebih fleksibel seperti AI (*artificial intelligence*) dan tahan terhadap perubahan, Salt berfokus pada transformasi digital sehingga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan atau gangguan yang ada pada segmentasi pasar pemasaran baik dari segi perilaku konsumen, inovasi teknologi, ataupun lainnya. *Services* utama Salt adalah *Bespoke Technology Development, AI Transformation, Talent Augmentation* dan *Cyber Security*.

Brand Media Indonesia merupakan *Media consulting management* yang bergerak di bidang pembuatan konten dan *event* yang *services* utamanya adalah *Brand Publishing, Media & Community* dan *360° Content*.

MIX memiliki hak eksklusif untuk beberapa kemitraan olahraga, termasuk hak siar untuk Liga Premier Inggris, Liga Eropa dan *Indonesia E-sports University League* (IEL). Hal ini dapat menjadi keuntungan besar bagi perusahaan yang ingin memanfaatkan popularitas olahraga sepak bola dan e-sports Indonesia, dengan memiliki mitra secara global di bidang teknologi, data dan platform, MIX memiliki peran besar dalam mempercepat pertumbuhan *e-sports* di Indonesia.

Tidak hanya *partner*, Redcomm Indonesia juga memiliki bisnis unit seperti Terracotta, Maroon, Scarlet, Blssed dan Ruby. *Services* yang diberikan oleh setiap unit adalah sama, karena meliputi pemasaran digital dan KOL/*influencers Management*, tidak terdapat banyak perbedaan selain dari segi *managing director* dan juga klien yang ditangani, namun Blssed memiliki *service* yang sedikit berbeda dari bisnis unit lainnya karena Blssed menawarkan *Live Shopping/Streaming*.

Ruby sendiri memiliki 2 tim yaitu Omega dan Alpha, saat ini tim Ruby Omega memiliki beberapa klien yang sedang melakukan kerja sama, seperti Hyundai, Xiaomi, PrimeMed, Belfoods Royal, Uniqlo dan EJ Sports.

Redcomm Indonesia memiliki lokasi kantor di Gambir, Jl. Tanah Abang II No.47, RT.1/RW.4, Petojo Sel., Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10160.

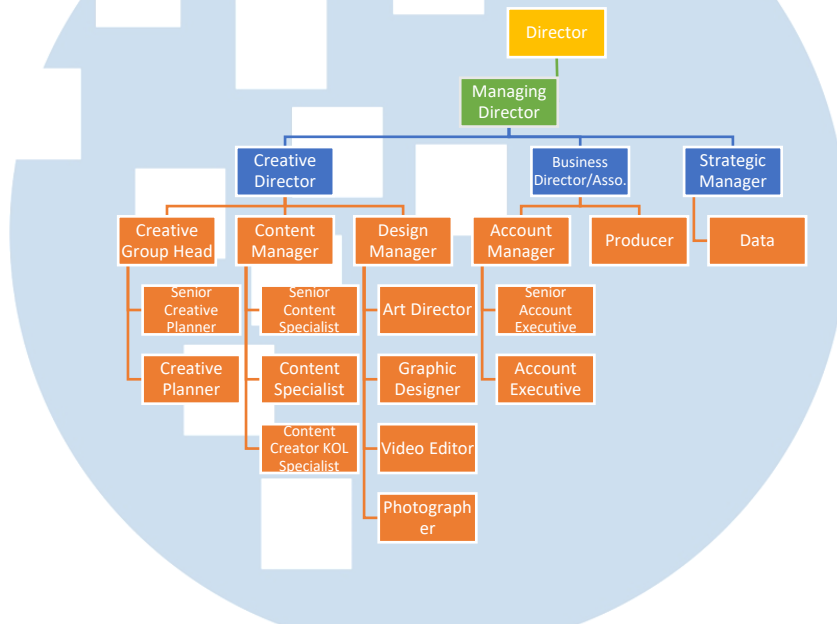
## **2.2 Visi Misi Redcomm Indonesia**

Redcomm Indonesia memiliki visi yang kuat dalam membangun reputasi serta integritas dalam dunia periklanan *The Leading Indonesian Digital Agency, That Stands Out in Asia By Winning Awards for Its Creativity and Effectiveness*, dapat dikatakan bahwa Redcomm Indonesia ingin menjadi agensi digital terkemuka di Indonesia yang dapat bersaing di Asia dengan memenangkan penghargaan melalui kreativitas dan efektivitas. Visi ini menunjukkan bahwa Redcomm Indonesia ingin menjadi pemimpin di industri digital Indonesia yang dikenal secara luas di Asia, yang mempunyai keunggulan dengan mendapatkan banyak penghargaan dalam hal inovasi kreatif serta kemampuan untuk menghasilkan hasil yang efektif untuk kliennya.

Redcomm Indonesia menganggap memberikan dampak yang maksimal dalam memberikan pelayanan strategi digital harus dikemas dengan eksekusi yang unik serta memiliki tim yang penuh semangat dan kreatif dengan lingkungan berorientasi kekeluargaan *Building a Digital Agency driven by a passionately creative team in a family environment serving respectful brand owners with strong digital strategy wrapped in unique execution in pursuit of maximum impact*, yang diartikan bahwa Redcomm Indonesia memiliki komitmen untuk menciptakan suasana kerja yang harmonis dan penuh dukungan serta berfokus menyediakan solusi digital penuh kreativitas dan efektif dengan strategi digital yang kuat, sehingga tujuan dalam memberikan dampak besar dapat tercapai melalui strategi dan pelaksanaan yang baik.

### 2.3 Struktur Organisasi Redcomm Indonesia

Redcomm Indonesia telah berjalan sejak tahun 2001 yang beroperasi di Jakarta, Indonesia yang memberikan layanan pembuatan iklan secara digital dengan struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Redcomm Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Gambar di atas merupakan struktur organisasi Redcomm Indonesia. Dikepalai oleh CEO dan dibantu *managing director* di setiap unitnya. Terdapat 3 departemen di dalam Redcomm Indonesia, yaitu departemen *creative*, *business* dan *strategic*. Pelaksanaan kerja magang dibawah oleh departemen *business* bagian *account* dengan struktur serta penjelasan seperti berikut:

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



Gambar 2.3 Struktur Departemen *Business (Account)*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pada Gambar 2.3 di atas terdapat 2 tim *account* di Redcomm Indonesia, khususnya pada unit Ruby yang bertanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan klien dan menghubungkan tim internal dengan tim klien. Di bawah ini penjelasan masing-masing *job description* pada Departemen *Business (Account)* serta hubungannya dalam proses kerja magang di Redcomm Indonesia:

A. Account Manager

Mencari klien, menjaga hubungan baik dengan klien, menjaga hubungan baik dengan tim internal, ikut serta dalam mengembangkan ide proyek, penghubung tim internal dengan agensi lain dan klien serta memberikan penugasan kepada *Account Executive* dan *Account Executive Intern*.

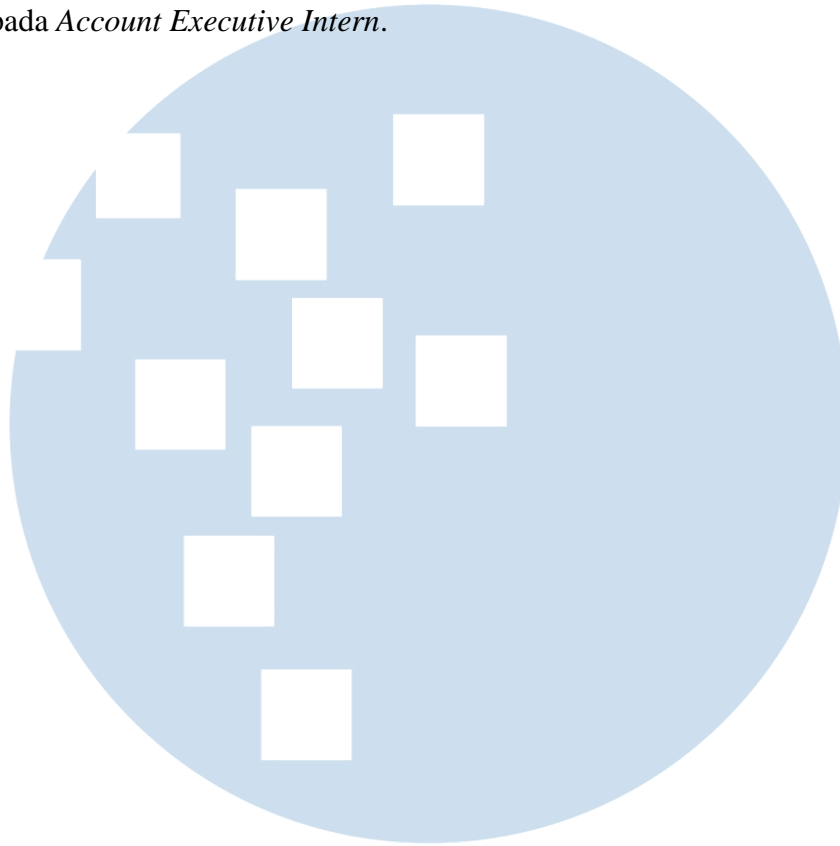
B. Senior *Account Executive*

Mencari klien, menjaga hubungan baik dengan klien, menjaga hubungan baik dengan tim internal, ikut serta dalam mengembangkan ide proyek, penghubung tim internal dengan agensi lain, PH dan klien serta memberikan penugasan kepada *Account Executive Intern*.

C. *Account Executive*

Mencari klien, menjaga hubungan baik dengan klien, menjaga hubungan baik dengan tim internal, ikut serta dalam mengembangkan ide proyek, penghubung

tim internal dengan agensi lain, PH dan klien serta memberikan oenugasan kepada *Account Executive Intern*.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA