

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber: <https://glints.com/id/companies/hakuhodo-digital-indonesia/45bfacbc-3092-4548-810b-72e67916ca76>

Hakuhodo Digital Indonesia atau bisa disebut dengan H:Digital merupakan *full-service digital marketing agency*. Agensi ini memiliki keahlian di bidang *digital insight*, strategi, desain, pengembangan, dan pemasaran sosial media. Agensi ini didorong berdasarkan data dan mudah beradaptasi dengan perubahan guna menciptakan pengalaman yang sepenuhnya menarik bagi klien. Hakuhodo Digital Indonesia sudah berdiri selama 6 tahun dan sudah memiliki berbagai macam *client*. Beberapa *brand* milik *client* yang sudah dikenal masyarakat dan ditangani oleh Hakuhodo Digital Indonesia adalah Telkomsel, Caffino, dan Grab.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

Hakuhodo Digital Indonesia atau bisa disebut dengan H:Digital merupakan *full-service digital marketing agency*. Agensi ini memiliki keahlian di bidang *digital insight*, strategi, desain, pengembangan, dan pemasaran sosial media. Agensi ini didorong berdasarkan data dan mudah

beradaptasi dengan perubahan guna menciptakan pengalaman yang sepenuhnya menarik bagi klien.

Hakuhodo Digital Indonesia merupakan satu-satunya agensi yang didirikan di luar Jepang dan juga satu-satunya yang didirikan di Indonesia. Hakuhodo Digital Indonesia didirikan pada tahun 2018 dan memiliki PT yang bernama PT Hadya Wiryah Mahir. Hakuhodo Digital Indonesia menyediakan layanan *Digital Marketing Strategy, Social Media Management and Content, Web and Mobile App Design Development, Digital Activation, dan Content Marketing*. Hakuhodo Digital Indonesia memiliki visi dan misi yaitu *People Centered, Data-Driven, and Global Creative Communications*. Visi misi tersebut memiliki makna yang sama seperti filosofi perusahaan Hakuhodo, Inc yaitu *Sei-Katsu-Sha (Life-Living-Person)* yang menjelaskan bahwa perusahaan melihat mereka sebagai seseorang yang membeli atau mengonsumsi dari sisi ekonomi, perusahaan melihat dan memahami manusia secara holistik dan multidimensi sebagai manusia yang hidup, mencari peluang baru, dan merancang gaya hidup masa depan.

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

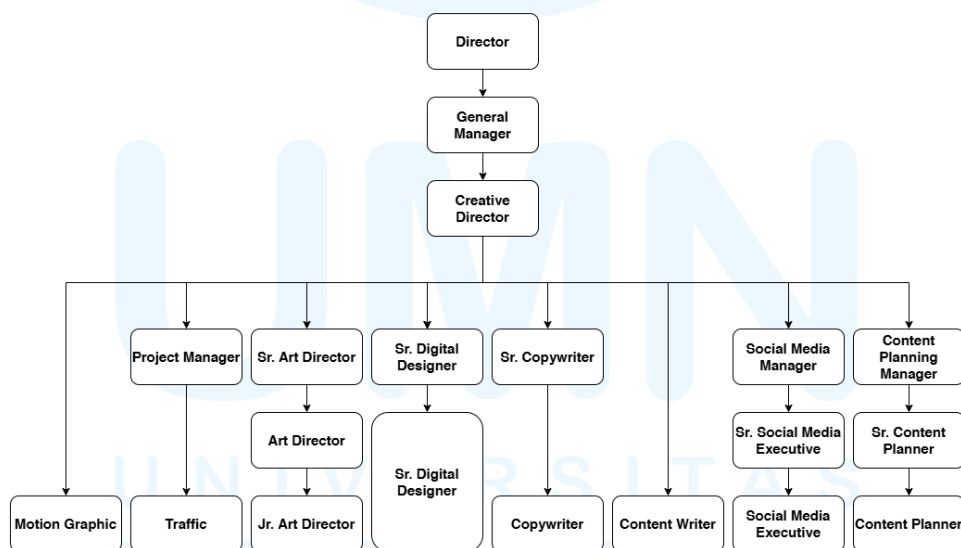
Hakuhodo, Inc adalah perusahaan marketing terintegrasi dari 10 perusahaan marketing terbesar di dunia. Perusahaan ini memiliki jaringan yang menghubungkan lebih dari 150 kantor di 20 negara dengan adanya kemitraan lebih dari 3.000 klien. Beberapa dari hubungan tersebut telah bertahan selama lebih dari 60 tahun. Hakuhodo, Inc didirikan oleh Hironao Seki di Tokyo pada 1895 sebagai perantara ruang iklan untuk majalah edukasi. Perusahaan ini memiliki filosofi *Sei-Katsu-Sha (Life-Living-Person)* yang menjelaskan bahwa perusahaan melihat mereka sebagai seseorang yang membeli atau mengonsumsi dari sisi ekonomi, perusahaan melihat dan memahami manusia secara holistik dan multidimensi sebagai manusia yang hidup, mencari peluang baru, dan merancang gaya hidup masa depan. Hakuhodo, Inc memiliki perusahaan di Indonesia yang bernama Hakuhodo International Indonesia. Salah satu anak perusahaan yang termasuk kedalam

Hakuhodo International Indonesia adalah Hakuhodo Digital Indonesia. Hakuhodo Digital Indonesia merupakan satu-satunya agensi yang didirikan di luar Jepang dan juga satu-satunya yang didirikan di Indonesia. Hakuhodo Digital Indonesia berdiri pada tahun 2018 dan memiliki PT yang bernama PT Hadya Wiryah Mahir.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Hakuhodo Digital Indonesia merupakan *full-service digital marketing agency* yang memiliki keahlian di bidang digital *insight*, strategi, desain, pengembangan, dan pemasaran sosial media yang didorong berdasarkan data dan mudah beradaptasi dengan perubahan guna menciptakan pengalaman yang sepenuhnya menarik bagi klien. Oleh karena itu, Hakuhodo Digital Indonesia memiliki struktur organisasi perusahaan yang disetiap bagiannya memiliki tugas masing-masing untuk memenuhi tujuan, visi dan misi perusahaan.

### BAGAN STRUKTUR HAKUHODO DIGITAL INDONESIA



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Pada struktur organisasi perusahaan kantor, terbagi menjadi 9 departemen yaitu departemen *Production*, *Creative*, *Digital & Technology*, *Account Management*, *NBD*, *Strategy & Data*, *Finance & Accounting*, *Human Resource*,

dan *General Affair*. Setiap departemen memiliki tugas masing-masing untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Pada departemen *Production* dan *Creative* sering melakukan koordinasi dalam penugasannya. Departemen *Production* bertanggung jawab atas pelaksanaan produksi sesuai dengan kebutuhan perusahaan, sedangkan departemen *Creative* merupakan departemen yang fokus pada pengembangan ide dan konsep kreatif baik secara konten maupun visualnya.

### 2.3 Portofolio Perusahaan

Hakuhodo Digital Indonesia berdiri sejak tahun 2018 atau sudah berjalan selama 6 tahun telah mengumpulkan beragam pengalaman dengan klien-klien yang berada di bidang atau industri yang berbeda. Berikut ini adalah kumpulan *brand* dari klien yang dilayani oleh Hakuhodo Digital Indonesia.



Gambar 2.3 Klien Hakuhodo Digital Indonesia  
Sumber: Dokumen Perusahaan

Selain itu, Hakuhodo Digital Indonesia memiliki pencapaian atau *achievement*. Berikut ini adalah pencapaian yang telah di dapat oleh Hakuhodo Digital Indonesia. Beberapa pencapaian yang telah di dapat oleh Hakuhodo Digital adalah tentang kampanye *TELKOMSEL #BhayPlastik* yang dimenangkan pada *MOB-EX Awards 2020 (Southeast Asia)* dengan membawa medali emas untuk

*Content Marketing Agency of The Year 2019*, medali silver untuk *Best Use of Social media*, dan medali perunggu untuk *Best Use of Social media Strategy* dan *Finalist for Most Engaging Mobile Campaign*. Adapun juga pencapaian lainnya dengan kampanye yang berbeda yaitu *Promina Homemade* dengan membawa medali emas pada *MOB-EX Awards 2020* sebagai *Best Mobile Advertising Strategy*, *Most Engaging Mobile Campaign*, dan *Most Innovative Use of Mobile*. Beberapa pencapaian tersebut menjadikan HakuHodo Digital Indonesia memiliki pandangan yang positif sebagai agensi *Digital Marketing* yang dapat menarik perhatian calon klien baru.

Dari beberapa klien yang dilayani oleh HakuHodo Digital Indonesia, terdapat beberapa *brand* yang dipercayakan kepada penulis sebagai *Digital/Graphic Designer* selama menjalankan program MBKM magang yaitu *brand* Telkomsel: program Candaan Ruang Tengah, dan Caffino.

### **2.3.1 Telkomsel: Program Candaan Ruang Tengah**



Gambar 2.4 Logo Telkomsel

Sumber: <https://soerabaja45.co.id/beranda/logo-telkomsel-baru/>

Telkomsel merupakan anak perusahaan Telkom Indonesia yang bergerak di bidang telekomunikasi bagi konsumen individu yang berdiri sejak tahun 1995. Telkomsel merupakan perusahaan telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Telkomsel memiliki berbagai produk dan layanan yang

beragam. Salah satu layanan hiburan pada Telkomsel adalah program Candaan Ruang Tengah. Program ini merupakan *podcast* yang dijalankan Telkomsel melalui Youtube dengan memberikan konten-konten lucu dan sharing dari berbagai selebritas.



Gambar 2.5 Preview Telkomsel: Program Candaan Ruang Tengah  
Sumber: [www.Youtube.com/@telkomsel](http://www.Youtube.com/@telkomsel)

Pada program Candaan Ruang Tengah, Telkomsel membuat konten berupa video Candaan Ruang Tengah dengan membagikannya secara episode setiap minggunya. Selain itu, terdapat juga konten yang dibagikan melalui media sosial berupa *cut scene* video dari episode yang telah ditayangkan. Dalam konten *cut scene* tersebut terdapat desain *cover* yang memiliki 3 warna sebagai warna latar belakang dari *cover* tersebut yaitu merah, abu-abu, dan putih. Selain itu, Telkomsel memiliki font tersendiri yang bernama Telkomsel Batik Sans. Font tersebut digunakan di berbagai desain dan desain *cover* pada konten milik Telkomsel itu sendiri.

### 2.3.2 Caffino



Gambar 2.6 Logo Caffino  
Sumber: Dokumen Perusahaan

Caffino merupakan produk kopi instan yang berdiri sejak tahun 2018 dan termasuk ke dalam bagian produk dari PT Sumber Kopi prima. *Brand*



Caffino dimulai dari sebuah impian bahwa masyarakat harus mendapatkan secangkir kopi yang paling memuaskan kapanpun mereka mau. Caffino bertujuan untuk mengangkat pengalaman konsumen dalam menikmati kopi kapan saja karena kopi yang luar biasa menciptakan momen yang luar biasa juga. Caffino memiliki 3 jenis produk yang berbeda yaitu Caffino Bold, Caffino RTD, dan Caffino ICE.



Gambar 2.7 Preview Beberapa Hasil Desain Konten Caffino  
Sumber: [www.instagram.com/Caffino.id/](http://www.instagram.com/Caffino.id/)

Pada Desain konten *brand* Caffino menggunakan *font Burford Family Font* dan *Roboto Family Font*. *Burford Font* biasanya digunakan sebagai headline dan *Roboto Font* sebagai bagian isi atau *body copy*. Selain *font*, terdapat pembagian warna yang digunakan untuk desain konten Caffino yaitu warna cyan, biru, hitam, putih, dan coklat sebagai varian warna untuk konten-konten yang ada pada Caffino. Warna cyan biasanya digunakan untuk postingan *Instagram Post* dan *Instagram Story* yang membahas tentang Caffino RTD. Adapun warna biru yang biasa digunakan untuk postingan *Instagram Post* dan *Instagram Story* dengan pembahasan produk Caffino ICE, warna hitam digunakan untuk postingan dengan produk jenis *Bold*.