

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan akselerasi digital telah mengubah lanskap bisnis, termasuk industri periklanan (Hartatik Hartatik, et al., 2023). Dalam beberapa dekade terakhir, ruang lingkup *advertising agency* berkembang pesat, beralih dari metode tradisional seperti media cetak, TV, dan radio, menuju dominasi digital (Erwin Erwin, et al., 2023). Transformasi ini dipicu oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin terhubung dengan platform digital dan media sosial.

Dalam era kompetisi yang semakin ketat, perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk menciptakan strategi pemasaran dan komunikasi yang efektif. Meskipun banyak perusahaan memiliki tim internal yang mampu menangani fungsi marketing, banyak yang memilih untuk mempercayakan tanggung jawab ini kepada agensi. Keputusan ini biasanya diambil karena berbagai alasan strategis, mulai dari efisiensi hingga kebutuhan akan keahlian khusus (Hasibuan, Lubis, & Syarvina, 2023).

Perusahaan membutuhkan agensi karena beberapa alasan utama, seperti keahlian khusus yang dimiliki oleh agensi, efisiensi waktu yang memungkinkan perusahaan untuk fokus pada *core business*, kreativitas yang membawa perspektif baru dan ide-ide segar, serta akses agensi ke teknologi canggih dan data yang dapat digunakan untuk mengukur dan mengoptimalkan performa kampanye (Amalia & Panduwinata, 2022).

Proses pemilihan agensi yang tepat adalah langkah krusial bagi perusahaan, yang biasanya dimulai dengan *briefing* awal di mana perusahaan menjelaskan kebutuhan, tujuan, dan anggaran mereka kepada calon agensi. Selanjutnya, agensi akan melakukan *pitching* untuk menyampaikan proposal strategi, ide kreatif, dan estimasi hasil. Proses ini juga melibatkan evaluasi portofolio untuk memastikan agensi memiliki pengalaman di bidang yang relevan, serta pertimbangan nilai tambah seperti fleksibilitas, budaya kerja, dan kemampuan kolaborasi agensi

(Schnugg & Song, 2020).

*Agency* hadir dengan berbagai jenis dan spesialisasi, masing-masing dirancang untuk menghadirkan solusi efektif. Mulai dari *marketing agency* yang fokus pada strategi pemasaran, *creative agency* yang mengedepankan ide-ide segar, hingga *public relations agency* yang membangun citra, *advertising agency* untuk kampanye iklan, *social media agency* yang mengelola platform digital, dan digital *agency* yang menawarkan solusi berbasis teknologi (Nobelita & Rahmalia, 2024).

Dari segi cakupan layanan, *agency* terbagi menjadi dua kategori utama: *full-service agency* dan *specialist agency*. *Full-service agency* menawarkan solusi lengkap untuk semua kebutuhan pemasaran digital Anda, mulai dari desain situs web hingga iklan, dengan keunggulan pengelolaan terpadu di satu tempat. Sementara itu, *specialist agency* fokus pada keahlian tertentu, seperti *branding* atau SEO, untuk memberikan hasil yang mendalam dan maksimal di bidang yang mereka kuasai (Schultheiß & Lewandowski, 2021).

Salah satu jenis *agency* yang populer adalah *advertising agency*. *Advertising agency* adalah lembaga bisnis yang merancang, memproduksi, dan mengelola iklan untuk membantu perusahaan menarik audiens, membangun citra merek, dan meningkatkan penjualan (Amalia & Panduwina, 2022). Dengan perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen ke platform digital, digital *advertising agency* menjadi solusi modern yang menggabungkan kreativitas, data, dan teknologi untuk menjangkau audiens secara lebih efektif (Hasibuan, Lubis, & Syarvina, 2023). Digital *advertising agency* kini menjadi arsitek strategi komunikasi yang relevan dan kompetitif.

Agensi periklanan bertujuan merancang, mengelola, dan mengeksekusi kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan, dan mendorong penjualan. Agensi digital fokus pada platform seperti media sosial, mesin pencari, situs web, dan aplikasi seluler untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam era digital, peran *digital advertising agency* menjadi kunci bagi keberhasilan merek. Salah satunya adalah Bailey Capel, yang berfokus pada layanan iklan digital. Sebelumnya dikenal sebagai Doyle, Dane, and Bernbach (DDB), agensi ini berubah nama pada 2021.

Pada awalnya, DDB memulai operasinya dengan hanya 13 karyawan dan satu klien, dan menjadi bagian dari Omnicom Group, sebuah grup komunikasi pemasaran terkemuka yang menaungi berbagai agensi periklanan dunia, termasuk DDB. Di Indonesia, DDB berkembang menjadi agensi *full-service* yang kini dikenal sebagai Bailey Capel dan telah beroperasi selama dua tahun.

Bailey Capel fokus menciptakan ide berbasis strategi untuk membangun merek klien dan mendorong audiensi membeli produk atau layanan. Agensi ini membantu klien skala kecil hingga menengah memanfaatkan kanal digital secara efisien untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan pendapatan (Capel, 2024). Di era digital, Bailey Capel menawarkan layanan seperti SEM, SEO, pemasaran media sosial, *content marketing*, dan kampanye PPC.

Keunggulannya terletak pada personalitas layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran setiap klien. Industri digital *advertising* sangat kompetitif, dengan raksasa seperti Google dan Meta (Facebook) mendominasi pasar melalui platform iklan berbasis data mereka. Selain itu, platform seperti TikTok dan Instagram juga berkembang pesat (Hartatik Hartatik, et al., 2023). Dalam kompetisi ini, Bailey | Capel menempati posisi sebagai agensi menengah yang berfokus melayani UKM dengan layanan iklan digital yang terjangkau dan efektif.

Kotler (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2016) menjelaskan bahwa periklanan digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen. Bukan hanya sebagai alat promosi, periklanan digital memungkinkan perusahaan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan pelanggan, menjadikan pengalaman pemasaran lebih relevan dan personal.

Ikhsan (Amalia & Panduwinata, 2022) menyatakan bahwa periklanan digital adalah bagian dari pemasaran berbayar melalui platform digital untuk menjangkau audiensi lebih luas dan terarah. Keunggulannya terletak pada kemudahan pengukuran yang memungkinkan pemantauan kinerja kampanye secara *real-time*, serta fleksibilitas anggaran yang efisien.

digital juga berperan penting dalam membangun hubungan berkelanjutan dengan konsumen melalui teknik *remarketing*, yang meningkatkan peluang konversi. Di Bailey Capel, setiap proyek klien mengikuti proses yang terstruktur

dan dinamis. Dimulai dengan pemahaman kebutuhan klien melalui pertemuan awal, tim mendalami visi dan tujuan pemasaran. Selanjutnya, dilakukan analisis target audiens, tren pasar, dan platform digital yang relevan. Tim kreatif dan strategi kemudian merancang kampanye yang mencakup strategi konten, penempatan iklan, dan pemanfaatan teknologi terbaru. Setiap proyek memiliki pendekatan unik, mulai dari pemilihan platform media sosial, optimasi SEO, hingga pembuatan konten visual yang sesuai dengan identitas merek.

Setelah konsep kampanye disetujui, tahap berikutnya adalah implementasi dan eksekusi, di mana iklan dijalankan di platform digital seperti media sosial, Google Ads, atau situs web pihak ketiga sesuai target demografi. Tim Bailey | Capel memantau setiap aspek kampanye dengan cermat, dan evaluasi serta optimasi merupakan bagian integral dari proses ini. Berdasarkan data performa, tim dapat segera menyesuaikan kampanye, baik dengan menargetkan ulang audiensi maupun mengubah konten iklan untuk meningkatkan efektivitas.

Di balik setiap kampanye sukses, proyek disesuaikan dengan kebutuhan spesifik klien. Wysocki (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2016) mendefinisikan proyek sebagai rangkaian kegiatan kompleks dengan tujuan spesifik yang harus diselesaikan sesuai batas waktu, anggaran, dan spesifikasi. Kerzner & Saladis (2017) menambahkan bahwa proyek adalah usaha sementara untuk menghasilkan produk atau layanan unik. Proyek dimulai dari brief klien, *brainstorming* kreatif, penyusunan strategi, hingga implementasi elemen kampanye di berbagai media. Kolaborasi efektif antara pihak internal dan eksternal menjadi kunci keberhasilan.

Koordinasi antara tim kreatif, digital, dan produksi bertujuan memastikan pesan tepat sasaran dan berdampak maksimal. Fokus utama setiap proyek adalah memenuhi kebutuhan klien dan menciptakan nilai bisnis yang diinginkan, yang menjadi tolak ukur kinerja dan kemajuan proyek.

Mengingat berbagai elemen yang terlibat dalam menjalankan sebuah proyek periklanan, Bailey Capel menyadari bahwa *account planning* berperan krusial sebagai pilar utama yang memastikan kelancaran seluruh proses. (Erwin Erwin, et al., 2023) mengungkapkan *account planning* adalah sebuah pendekatan untuk menghasilkan wawasan konsumen yang membantu dalam pengembangan strategi

dan taktik serta dalam mengevaluasi kampanye komunikasi.

Secara umum, terdapat tiga aktivitas utama dalam *account planning* yang menjadi pilar penting dalam proses perencanaan komunikasi yang efektif: mengembangkan wawasan konsumen, merumuskan strategi periklanan, dan mengevaluasi efektivitas pesan. Menurut (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2016), *account planning* merupakan elemen kunci dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye periklanan. Beberapa manfaat utama dari *account planning* termasuk fokus yang lebih mendalam pada sasaran pemasaran dan periklanan, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas upaya periklanan.

Lebih dari itu, *account planning* juga diakui sebagai pendekatan yang mampu meningkatkan efektivitas periklanan dengan mengintegrasikan wawasan konsumen dan sikap mereka sejak tahap awal dalam proses pengembangan periklanan. *Account planning* dapat berupa pekerjaan, proses, atau cara mendekati perencanaan bisnis. *Account planning* juga tentang bagaimana menjaga konsumen di pusat pemasaran dan komunikasi.

*Account planning* yang strategis dan terstruktur tentu menjadi landasan penting dalam menciptakan kampanye periklanan yang efektif. Namun, untuk memastikan ide-ide yang telah direncanakan dapat dieksekusi dengan baik, diperlukan *project management* yang solid. (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2016) mendefinisikan *project management* sebagai penerapan pengetahuan, keterampilan, alat, dan teknik

yang terkoordinasi dalam setiap aktivitas proyek dengan tujuan utama memastikan semua persyaratan terpenuhi secara optimal. Senada dengan itu, (Schnugg & Song, 2020) menambahkan bahwa *project management* yang efektif dicapai melalui integrasi lima proses utama: inisiasi, perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, dan penutupan.

*Project management* adalah kolaborasi tim dengan komitmen tinggi untuk mencapai tujuan bersama, melibatkan manajer proyek, asisten manajer (jika diperlukan), kantor proyek, dan tim yang kompeten (Kerzner & Saladis, 2017). Manajemen proyek yang efektif mencakup pengelolaan sumber daya, anggaran, waktu, pengendalian risiko, inovasi, dan penerapan standar kualitas, dengan

pendekatan multidisiplin yang menggabungkan keterampilan teknis, kepemimpinan, dan komunikasi yang kuat.

Di Bailey Capel, *project management* tidak hanya berfokus pada penyelesaian proyek tepat waktu dan sesuai anggaran, tetapi juga mendorong kolaborasi lintas tim untuk menghasilkan output berkualitas tinggi dan dampak signifikan bagi klien. Tim *project management* mengorkestrasi seluruh proses kreatif, dari perencanaan hingga evaluasi, dengan pendekatan sistematis yang fleksibel terhadap perubahan *brief* dan kebutuhan pasar. Dengan memimpin koordinasi lintas fungsi, *project management* memastikan semua elemen berjalan harmonis untuk mencapai tujuan akhir.

Bailey | Capel sukses menjalankan proyek kampanye besar untuk brand ternama, meningkatkan *brand awareness dan engagement* secara signifikan. Hasil utama dari manajemen proyek meliputi kampanye pemasaran digital multi-platform, pengembangan konsep kreatif unggul, efisiensi waktu dan anggaran, serta kolaborasi tim yang efektif. Dengan manajemen proyek yang disiplin dan fleksibel, Bailey Capel mampu merealisasikan ide-ide kreatif yang berdampak, memenuhi target jangka pendek, dan memperkuat reputasi *brand* secara berkelanjutan. Keberhasilan ini membuktikan peran penting *project management* terstruktur dalam mencapai keunggulan kompetitif di industri.

Oleh karena itu, Bailey Capel telah dipilih sebagai perusahaan tempat melaksanakan program magang untuk posisi *Project Management Intern*. Magang di Baileys Capel adalah pilihan yang sangat tepat karena agensi ini memiliki reputasi yang solid dalam menggabungkan kreativitas dengan strategi untuk menciptakan hasil yang luar biasa. Dikenal dengan kemampuannya untuk

menghadirkan ide-ide segar yang selalu relevan dengan tren terkini, Baileys Capel juga memiliki portofolio klien yang beragam dari berbagai industri, memberikan saya kesempatan untuk belajar dari berbagai perspektif. Lebih dari itu, filosofi kolaborasi yang diterapkan di agensi ini sangat sejalan dengan nilai-nilai profesional yang ingin saya kembangkan. Baileys Capel menawarkan pendekatan unik yang mendalam, memastikan pengalaman belajar yang terarah dan sesuai dengan kebutuhan industri saat ini. Magang di Baileys Capel bukan hanya

peluang untuk belajar dari para ahli, tetapi juga kesempatan untuk berkontribusi pada proyek-proyek yang berdampak besar, memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam perjalanan karier.

Keputusan ini diambil karena Bailey Capel telah berhasil menunjukkan kemampuannya dalam menerapkan strategi manajemen proyek yang efektif serta memiliki sistem komunikasi internal yang kuat. Dengan reputasi yang telah terbangun, perusahaan ini menawarkan lingkungan yang mendukung pengembangan keterampilan dan pengetahuan di bidang manajemen proyek yang sangat berharga bagi pengalaman magang ini

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Beberapa maksud dan tujuan kerja magang yang penulis lakukan sebagai *Assistant Project Manager* adalah :

1. Mengasah *soft skill* yaitu keterampilan komunikasi yang kuat, kepemimpinan, dan kemampuan bernegosiasi.
2. Mengasah *hard skill* yaitu *project planning* dan *scheduling timeline*
3. Memperluas peluang *networking* dan mengembangkan pengalaman dengan para profesional di industri kreatif.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang ini dimulai sejak tanggal 5 Agustus 2023 hingga 5 November 2023 Dengan jam kerja yang dimulai dari pukul 08.00 hingga pukul 18.00 WIB, tetapi seiring berjalannya waktu saya mengajukan lembur/*overtime* dan WFH atau *work from home*, agar dapat mengejar target jam yang diberikan oleh kampus yaitu 640 jam, dan untuk memberikan hasil proses yang terbaik kepada tempat magang saya.

## 1.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan kegiatan magang, sebelum diterima penulis melakukan prosedur pelaksanaan kerja magang yaitu :

1. Mengajukan persetujuan KM-1 kepada Universitas Multimedia Nusantara mengenai perusahaan *agency* Bailey Capel sebagai tempat magang
2. Mendapatkan surat KM-2 dari Universitas Multimedia Nusantara yang berisi Persetujuan untuk melakukan magang di perusahaan *agency* Bailey Capel
3. Melakukan Permohonan praktik magang di perusahaan *agency* Bailey Capel dengan mengirimkan CV ke HRD Bailey Capel
4. Mendapatkan surat Penerimaan magang di perusahaan *agency* Bailey Capel oleh HRD
5. Mengisi *Daily task* untuk melaporkan tugas harian yang dilakukan penulis melalui *website* merdeka
6. Melakukan bimbingan laporan magang kepada dosen pembimbing yang telah ditentukan
7. Melaksanakan sidang akhir sebagai syarat kelulusan telah menyelesaikan proses kerja magang.

