

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Escative Digital Indonesia merupakan agensi *digital marketing* yang berfokus pada beberapa platform digital terkemuka di antaranya Meta (Facebook dan Instagram), TikTok, dan Google. PT Escative Digital Indonesia membantu berbagai bisnis dan *brand* dalam mengoptimalkan kehadiran *online* mereka, menjangkau audiens yang relevan, serta mencapai tujuan pemasaran yang terukur. Hingga saat ini, PT Escative Digital Indonesia telah melayani puluhan *brand* dengan menawarkan solusi pemasaran digital yang terukur, kreatif, dan efektif melalui strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap klien.

2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

PT Escative Digital Indonesia, juga dikenal sebagai Escative, adalah agensi *digital marketing* yang berfokus pada beberapa platform digital terkemuka di antaranya Meta (Facebook dan Instagram), TikTok, dan Google. Escative sendiri berasal dari gabungan 3 kata yaitu *estimated*, *calculated*, dan *effective*. Dalam menjalankan usahanya, Escative memiliki visi yaitu meningkatkan *level brand* secara efektif melalui estimasi dan perhitungan yang dipertimbangkan dengan baik serta bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Sementara misi Escative adalah meningkatkan kapasitas strategi pemasaran setiap *brand*, senantiasa mengupayakan kisah sukses yang setara dengan standar hasil kerja kami, memaksimalkan kepakaran internal kami dalam lanskap digital dan memanfaatkan strategi pemasaran yang transformatif, senantiasa

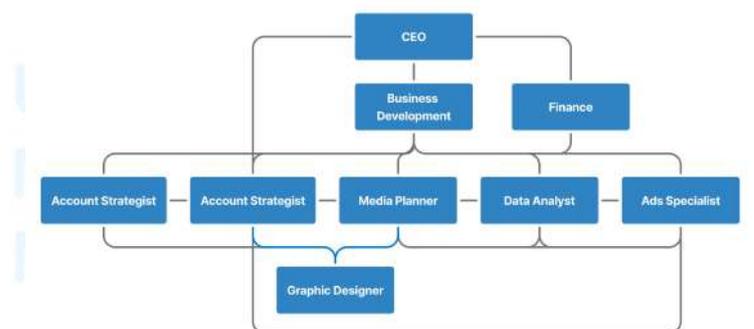
memberikan proses penyampaian dengan performa yang efektif dan efisien, menghasilkan kinerja melampaui batas, serta menjadi mitra jangka panjang bagi klien/*brand*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Escative Digital Indonesia, atau dikenal sebagai Escative, adalah agensi *digital marketing* yang didirikan oleh William Hendarming S.T. pada tahun 2022. Saat ini, Escative berlokasi di PIK 1, Jakarta Utara. Escative menawarkan solusi dengan membantu berbagai *brand* untuk mengoptimalkan kehadiran *online* mereka, menjangkau audiens yang relevan, serta mencapai tujuan pemasaran yang terukur melalui strategi pemasaran digital pada platform Meta (Facebook dan Instagram), TikTok, dan Google. Hingga saat ini, Escative telah melayani puluhan *brand* terkemuka dalam berbagai bidang di antaranya bidang kesehatan dan farmasi (Kalbe Farma, Bintang Toedjoe, Pharos Indonesia, Extra Joss, Femmy, Bejo Jahe Merah, Disflatyl, Septico, EJ Sport, Komix Herbal, Sweet Spot, Ozen, dan Prolean), bidang kecantikan dan *fashion* (The Body Shop, BIOAQUA, Kojie-San, Immuno Derma Clinic, Wecare Beauty Clinic, Lucid House, Soon, KCMTKU, Rein, Her Palais, WithPoppy, Satine, Handmadeshoesby, dan DANS Official Indonesia), bidang edukasi (Zenius dan Serenity), bidang *home living* (SCNP dan Philips), bidang *game* dan *entertainment* (Weird Genius, JAFF Market, Duckie Land, Scream or Dance, Adhya Pictures, dan The Lazy Monday), bidang B2B (Coffee Meets Stocks, RTS Expedition & Logistic, dan Pabrik Lakban), bidang *travel & resort* (Traveloka dan Royal Urban Resort), bidang *real estate* (TBS Property dan Mentari Hijau), bidang otomotif (MINI), bidang *food and beverage* (Liliwetan, Tuna House, RTS Station, Baby Whip, Muara Kuring, dan Bapak Bakery), bidang *baby product* (KSM Group, BabiesFirst, GOODWAY Toys, Beringin Toys, dan Cottons).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menjalankan usahanya, PT Escative Digital Indonesia memiliki sejumlah anggota tim. Tim Escative terdiri dari CEO yang berperan sebagai pemimpin tim Escative. Selanjutnya, *business development* yang bertugas mencari peluang dan mengembangkan kerjasama baru. *Finance* bertanggung jawab dalam mengelola semua aspek keuangan agensi. *Account strategist* yang merupakan jembatan antara klien dengan tim internal agensi berperan dalam merancang strategi komprehensif untuk klien dengan memahami tujuan bisnis klien, mengembangkan strategi pemasaran digital yang sesuai, mengelola ekspektasi klien, dan memastikan bahwa kampanye berjalan sesuai rencana serta mencapai target yang ditetapkan. *Media planner* berperan dalam merencanakan penempatan iklan di berbagai saluran media digital (diantaranya, Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, *programmatic ads*). *Media planner* bertanggung jawab untuk menganalisis data audiens, menetapkan target pasar, dan mengalokasikan anggaran untuk memastikan iklan mencapai audiens yang tepat dengan biaya yang efektif. *Data analyst* berperan dalam mengumpulkan, membersihkan, menganalisis, dan melaporkan data kinerja kampanye. *Ads specialist* bertanggung jawab dalam melakukan eksekusi teknis dan pengelolaan kampanye iklan digital di berbagai *platform*. Terakhir, dalam proses implementasi strategi dan rencana, *graphic designer* memegang peranan penting dalam memvisualisasikan materi promosi, di mana tugas-tugas desain ini diberikan dan dikoordinasikan oleh *account strategist* dan *media planner* sesuai dengan kebutuhan kampanye tiap klien yang dipegang.



Gambar 2.2 Bagan Struktur PT Escative Digital Indonesia

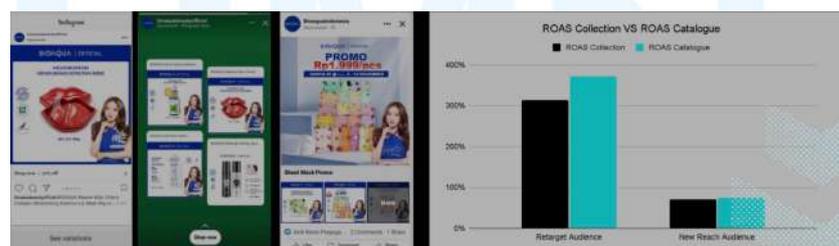
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Escative Digital Indonesia, juga dikenal sebagai Escative, didirikan oleh William Hendarming S.T. sejak tahun 2022. Hingga saat ini, Escative telah melayani puluhan *brand* terkemuka dengan memberikan layanan performa terbaik kepada setiap *brand* yang dipegangnya. Berikut berbagai pencapaian Escative terhadap *brand* yang pernah ditangani.

2.3.1 BIOAQUA

BIOAQUA adalah salah satu produk kecantikan ahli dari China yang terkenal dalam perawatan jerawat dan komedo, eksfoliator, masker, hidrasi, dan lainnya. Seperti keadaan masyarakat di Indonesia yang gemar secara impulsif melakukan pembelian setelah melihat idola/inspirasi mereka seperti *brand ambassador* (BA) atau *influencer*, BIOAQUA menggunakan Wilona sebagai BA untuk memberikan kredibilitas produk dan meluncurkan produknya dalam kampanye 11.11. Sebelum hari-H peluncuran BA, Escative memulai iklan kolaborasi dan kampanye taktis untuk mengarahkan lalu lintas ke katalog dan koleksi *e-commerce*. Escative berhasil meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan biaya iklan mereka, sebagai imbalan untuk mendapatkan ROAS yang positif.



Gambar 2.3 BIOAQUA

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.2 The Body Shop

Kampanye The Body Shop menggunakan strategi yang menggabungkan konten *Always On* dengan konten CPAS. Hal ini diperkuat dengan menggunakan *landing page* pada situs web untuk menargetkan ulang

audiens dari *awareness funnel* menggunakan konten yang berfokus pada pertimbangan, diikuti oleh iklan yang berfokus pada konversi melalui CPAS. Hal tersebut memastikan bahwa lapisan-lapisan *funnel* berkesinambungan di sepanjang perjalanan pelanggan. Hasil dari kampanye ini, Escative berhasil meningkatkan *CTR annually* sebesar +206%, *engagement rate (%) per quarter* sebesar +25%, dan 27-55x ROAS di Meta Ads.

