

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang PT Alternative Media Group

PT Alternative Media Group (AMG) merupakan salah satu pemain kunci dalam industri periklanan dan komunikasi pemasaran di Indonesia. Sebagai perusahaan media yang sudah berdiri sejak 2006, AMG memosisikan diri sebagai penghubung strategis antara berbagai merek (klien) dengan target audiens mereka melalui serangkaian platform media, utamanya di ranah Digital Out-of-Home (DOOH), serta menawarkan layanan Creative Experience (C/X).

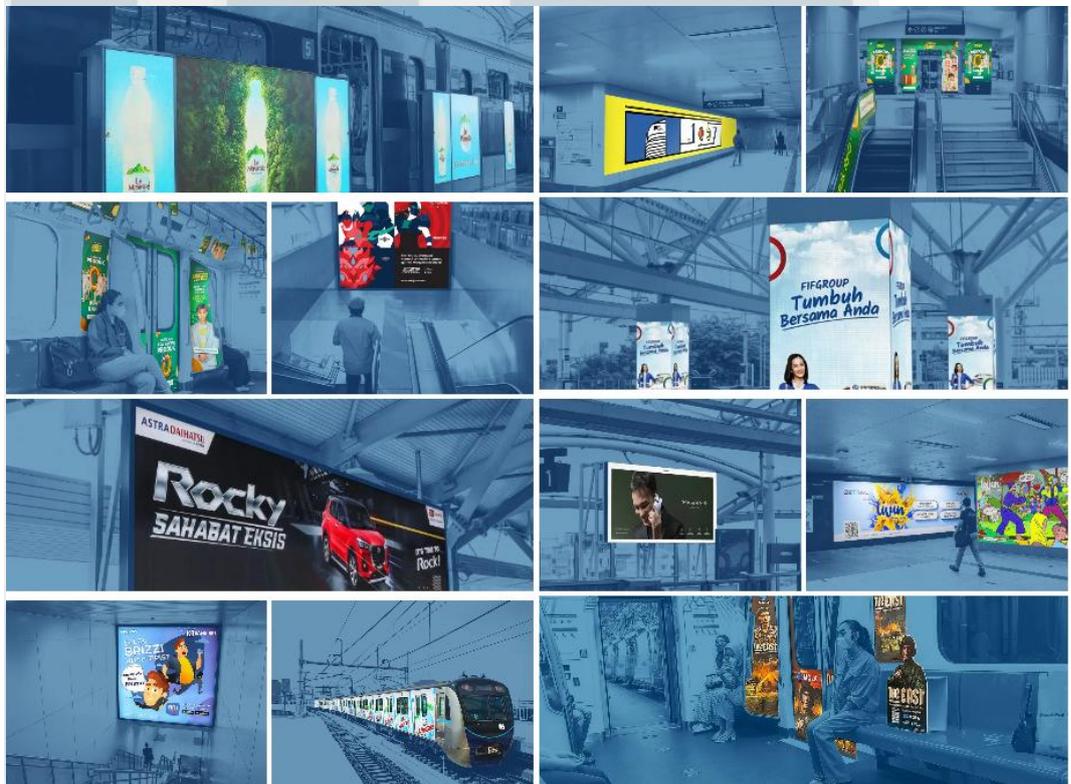
AMG telah cukup lama berkiprah dan menjadi salah satu pionir serta pemain signifikan dalam perkembangan media luar ruang digital (Digital Out-of-Home) di Indonesia. Sebagai ilustrasi, pada tahun 2019, melalui unit bisnis yang dibangun pada tahun 2010 yang bernama ADMG, AMG berhasil menjalin kemitraan eksklusif dengan PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) dalam pengelolaan media iklan di gerbong KRL Jabodetabek hingga tahun 2023. Hal ini jelas menunjukkan posisi AMG yang cukup kuat dalam segmen media transit.



Gambar 2.1. kerjasama KCI dengan AMG

Sumber: amg.id

Lebih lanjut, AMG juga tercatat sebagai salah satu dari tiga perusahaan ahli di bidang periklanan luar rumah yang membentuk konsorsium PT Avabanindo Perkasa (yang kemudian dikenal sebagai Otego Media) pada tahun 2018. Konsorsium ini berhasil memenangkan hak pengelolaan periklanan di Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta. Keterlibatan ini semakin mengukuhkan citra AMG sebagai pemain utama dalam industri Out-of-Home (OOH) dan khususnya Digital Out-of-Home (DOOH) di skala nasional (Otegomedia.com).

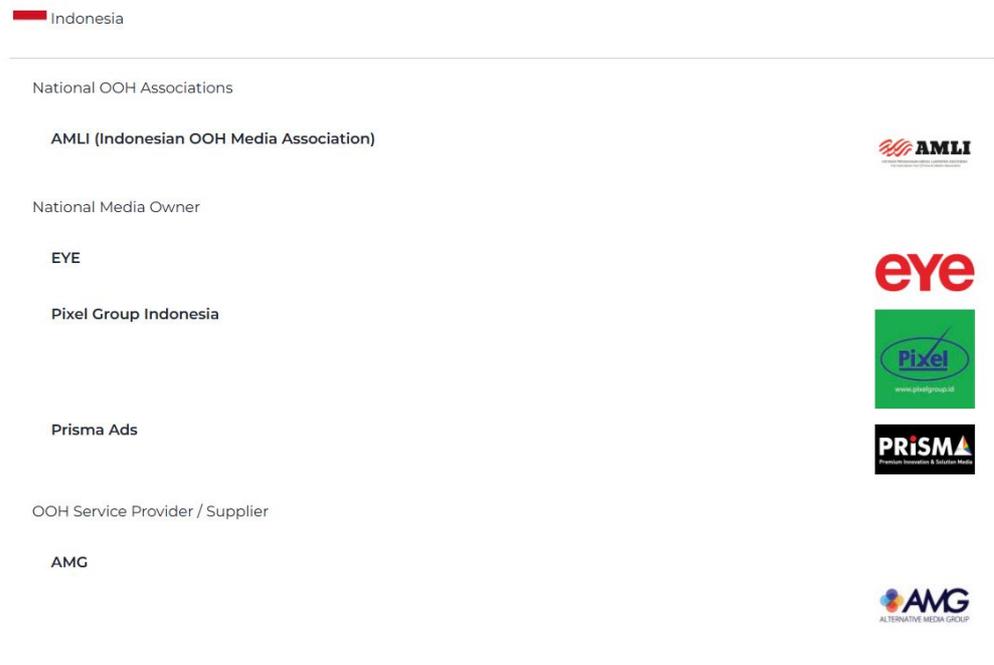


Gambar 2.2. Pemasangan iklan Otego media pada MRT

Sumber: otegomedia.com

Seiring dengan perkembangan teknologi, AMG terus beradaptasi dan memperkuat diri sebagai perusahaan media yang berbasis teknologi. Hal ini tercermin dalam inisiatif mereka untuk menghadirkan solusi *programmatic* DOOH (pDOOH). Selain itu, AMG juga aktif dalam berbagai organisasi industri, di mana mereka menjadi media lokal pertama yang bergabung dengan World Out

of Home Organization (WOO) dan memegang peran penting sebagai Sekretaris Jenderal dalam upaya membangkitkan kembali Asosiasi Media Luar Ruang Indonesia (AMLI).



Gambar 2.3. AMG sebagai *member* dari WOOH

Sumber: <https://www.worldooh.org/our-members>

Sebagai sebuah media group, PT Alternative Media Group memiliki portofolio media DOOH yang cukup luas dan tersebar di berbagai lokasi strategis dengan segmentasi audiens yang beragam. Beberapa contoh lokasi di mana media DOOH AMG dapat ditemukan meliputi:

- Office: Area gedung perkantoran
- Hospital: Lingkungan rumah sakit
- Roadside: Sisi jalan-jalan utama
- Retail Store: Dalam pusat perbelanjaan atau toko ritel
- Gym: Fasilitas pusat kebugaran

dan berbagai lokasi lainnya.

Selain fokus pada periklanan DOOH, AMG juga menawarkan layanan Creative Experience (C/X). Layanan ini dirancang untuk membantu klien dalam merancang dan mengimplementasikan pengalaman merek yang unik dan berkesan bagi target audiens mereka. Pendekatan C/X ini menekankan pada kreativitas yang terstruktur dan efektif, dengan tujuan untuk melampaui sekadar peningkatan *brand awareness* dan membangun koneksi yang lebih mendalam dengan konsumen.



Gambar 2.4. C/X AMG

Sumber: amg.id

Dengan kombinasi antara jangkauan platform media DOOH yang luas dan kapabilitas dalam menciptakan Creative Experience, PT Alternative Media Group (AMG) memposisikan diri sebagai mitra yang komprehensif bagi merek yang ingin menjangkau audiens secara efektif dan membangun interaksi yang lebih signifikan.

## 2.2 Tentang Logo



Gambar 2.5. Logo AMG

Sumber: PT AMG

Logo PT Alternative Media Group (AMG) memiliki makna filosofis yang merefleksikan esensi perusahaan dalam industri periklanan DOOH yang dinamis. Sebagai sebuah "grup media," logo ini melambangkan koneksi dan jaringan yang kuat, baik antara berbagai platform media yang dimiliki AMG, jalinan erat antara *brand* dan konsumen melalui media DOOH, maupun kolaborasi internal yang solid di dalam perusahaan. Hal ini dapat divisualisasikan melalui bentuk-bentuk yang saling terhubung, garis yang mengalir, atau elemen-elemen yang bersatu padu. Selain itu, sebagai pemain kunci di ranah DOOH, logo AMG kemungkinan juga memvisualisasikan konsep "Out-of-Home" yang terintegrasi dengan elemen digital. Penggunaan elemen visual yang futuristik atau yang membangkitkan kesan pergerakan dan interaksi di ruang publik dapat menjadi bagian dari representasi ini, menandakan perpaduan antara ruang fisik dan dunia digital dalam media periklanan. Terakhir, warna biru tua yang kini menjadi identitas logo AMG seringkali diasosiasikan dengan kepercayaan, stabilitas, keandalan, dan profesionalisme, sehingga mencerminkan komitmen AMG untuk menjadi mitra yang terpercaya dan handal bagi para klien dalam menghadirkan solusi periklanan DOOH yang efektif.

### 2.3 Visi Misi PT Alternative Media Group

PT Alternative Media Group sebagai salah satu pelopor Media DOOH memiliki visi dan misi sebagai berikut:

#### VISI

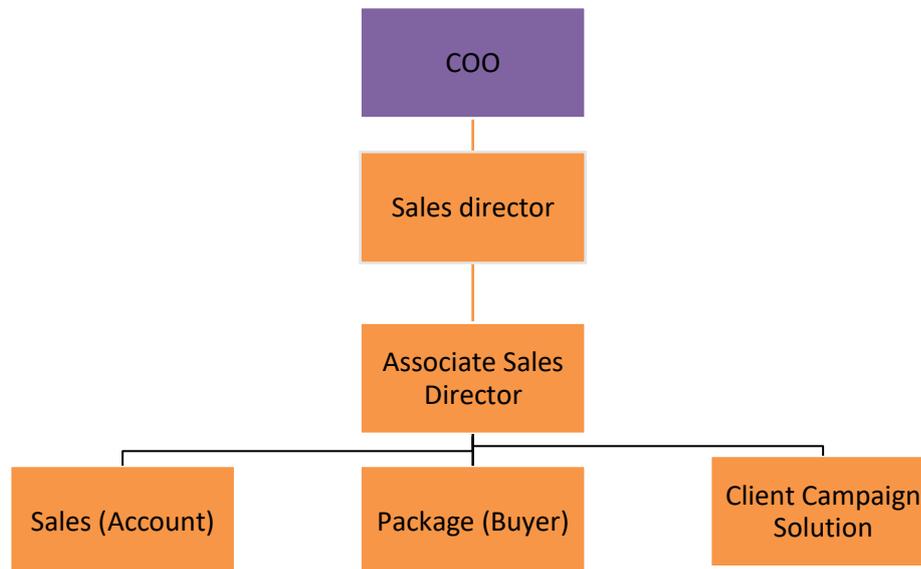
Menjadi *thoughtful leader* di industri Digital Out-of-Home (DOOH) Indonesia, salah satunya direalisasikan dengan bergabung dengan World Out of Home Organization (WOO), serta memegang peranan penting sebagai Sekretaris Jenderal dalam inisiasi kebangkitan organisasi Asosiasi Media Luar Ruang Indonesia (AMLI).

#### MISI

- Memajukan pertumbuhan industri media luar ruang di Indonesia secara berkelanjutan.
- Mengedukasi pasar mengenai potensi dan keunggulan media luar ruang, termasuk perkembangan teknologi terbarunya.

### 2.4 Struktur Organisasi PT Alternative Media Group

Sebagai pionir di industri periklanan media DOOH Indonesia selama kurang lebih sembilan belas tahun sejak didirikan pada tahun 2006, struktur organisasi yang diterapkan oleh PT AMG bertujuan untuk mengoptimalkan produksi konten harian perusahaan. Lebih lanjut, struktur ini berfungsi untuk memastikan konten yang dihasilkan berkualitas tinggi, selaras dengan visi dan misi perusahaan, serta menjangkau audiens yang lebih luas. PT AMG mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.6. Struktur Organisasi PT AMG

Sumber: Dokumen Perusahaan

## 2.5 Peran dan Fungsi Departemen

- **Chief Operating Officer (COO):** Bertanggung jawab penuh atas kelancaran dan efisiensi seluruh operasional harian PT AMG, mulai dari produksi konten DOOH hingga pemeliharaan infrastruktur. *COO* menerjemahkan strategi perusahaan, mengembangkan teknologi, memastikan kualitas, mengelola anggaran, dan mengkoordinasi antar departemen. Fokusnya adalah operasional yang efektif.
- **Sales Director:** Bertanggung jawab penuh atas arah dan pengelolaan seluruh kegiatan penjualan perusahaan untuk mencapai target pendapatan. Ini meliputi strategi akuisisi klien baru, memperkuat hubungan yang sudah ada, memimpin tim *Sales (Account)*, penetapan harga paket iklan, analisis kinerja penjualan, pelaporan ke manajemen, dan kolaborasi dengan departemen lain demi kelancaran kampanye.
- **Associate Sales Director:** Mendukung *Sales Director* dalam memimpin dan mengelola tim penjualan. Mereka berkontribusi pada strategi

- penjualan, membimbing tim sales sehari-hari, membantu pelatihan, menganalisis data penjualan, serta membangun hubungan dengan klien. Mereka juga bisa mewakili *Sales Director* dan fokus pada segmen pasar tertentu, menjadi kontak utama bagi sebagian tim.
- ***Sales (Account)***: Tim *Sales*, yang juga dikenal sebagai Tim *Account Management* memiliki tanggung jawab utama dalam menghasilkan pendapatan perusahaan melalui edukasi produk dan penjualan beserta solusi periklanan ke klien baru maupun yang sudah ada. Fungsi utama tim ini meliputi pencarian dan menjaga klien melalui identifikasi prospek dan penawaran solusi DOOH, serta pengelolaan hubungan yang lebih lanjut dengan klien yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan bisnis mereka.
- ***Package (Buyer)***: Tim *Package* atau *Buyer* di sini berperan sebagai arsitek solusi media dan ahli inventaris, bertanggung jawab merancang serta mengelola penawaran paket iklan DOOH yang menarik dan kompetitif sesuai inventaris perusahaan, dan mengatur *traffic* periklanan untuk setiap media yang dimiliki oleh AMG. Fungsi utama mereka meliputi penyusunan paket berdasarkan data inventaris dan target klien, optimasi pemanfaatan inventaris, serta penetapan harga yang strategis.
- ***Client Campaign Solution***: Tim *CCS* memegang peranan penting dalam merancang dan menjalankan strategi kampanye iklan luar ruang (DOOH) dan *activation branding* secara komprehensif. Mereka bertanggung jawab penuh atas persiapan taktik pemasaran klien (*Strategy*) dan implementasi (*Activation and Branding*) berdasarkan juga dari pemilihan lokasi penayangan iklan yang tepat, sehingga dapat memperkuat merek. Tujuannya adalah memastikan pesan klien menjangkau audiens yang ditargetkan secara efektif melalui layanan yang disediakan, sehingga membantu klien mencapai tujuan pemasaran produk atau meningkatkan citra merek mereka.