BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Ogilvy & Mather Indonesia merupakan agensi periklanan dan pemasaran. Ogilvy menyediakan berbagai layanan *marketing communication* hingga *public relations* yang dapat membantu klien membangun, mengelola, dan mengembangkan merek mereka. Ogilvy & Mather Indonesia adalah bagian dari Ogilvy Global yang didirikan pertama kali oleh David Ogilvy di New York pada tahun 1948 dan dikenal sebagai perusahaan agensi kreatif berbasis internasional. Kini, Ogilvy sudah mendunia dan memiliki 120 cabang salah satu nya di Indonesia. Ogilvy Indonesia pun memulai operasinya pada tahun 1972 dengan nama PT Indo-Ad. Pada tanggal 5 April 2001, PT Indo-Ad secara resmi mengganti namanya menjadi Ogilvy & Mather Indonesia.

PT Indo-Ad atau biasa dikenal sebagai Ogilvy & Mather Indonesia berhasil berkali-kali memenangkan berbagai penghargaan bergengsi yang berfokus pada menciptakan ide-ide yang mengubah budaya dan memberikan dampak signifikan bagi merek-merek global maupun lokal. Contohnya, Ogilvy & Mather Indonesia mendapatkan penghargaan Yellow Pencil di Inggris diawal Juli 2017 lalu (Silalahi, M. 2017). Filosofi kreatifnya seperti *"the big idea"* dan *"make the product the hero"* masih menjadi acuan dalam industri periklanan hingga saat ini. Saat ini, Ogilvy & Mather Indonesia merupakan bagian dari WPP Group salah satu grup komunikasi pemasaran terbesar di dunia.

Ogilvy & Mather Indonesia menangani klien salah satunya seperti Unilever, Nestlé, dan Coca Cola. Tidak hanya brand internasional, Ogilvy & Mather Indonesia juga memegang klien nasional seperti Indofood (Racik, SUN, Pop Mie, Indomie, Bumbu Kaldu, Supermi, dan lainnya). Ogilvy & Mather Indonesia membantu klien-kliennya untuk mengembangkan layanan digital marketing,

penanganan media sosial dari klien-kliennya, dan strategi dalam setiap kampanye nya.

2.1.1 **Visi Misi**

Gambar 2.1 Logo Ogilvy & Mather Indonesia

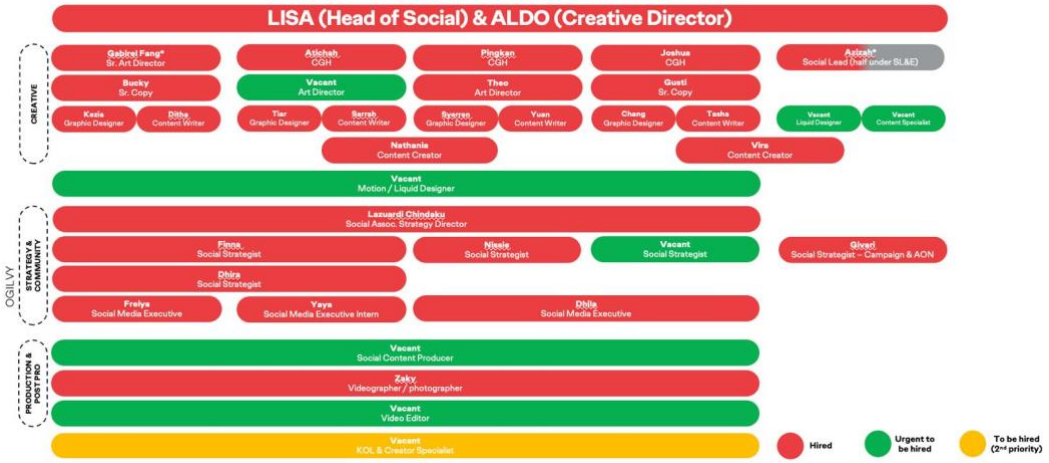
Filosofi Ogilvy & Mather Indonesia

David Ogilvy, sebagai pendiri Ogilvy memiliki filosofi yaitu "*we sell or else"*. Hal ini tidak hanya sekedar filosofi biasa. Tetapi, menekankan perihal segala periklanan dan strategi komunikasi pemasaran harus memiliki timbal balik yang menguntungkan dari segi peningkatan penjualan. Filosofi ini memiliki relevansi pada setiap kegiatan kampanye yang dibuat oleh tim kreatif Ogilvy untuk merancang kampanye dengan aksi yang dapat mendorong konsumen untuk akhirnya membeli produk yang di iklankan. Filosofi ini terus dibawa dari tahun ke tahun unutk mengingatkan Ogilvy dan semua yang terlibat bahwa tugas utama mereka adalah menghasilkan penjualan juga, bukan sekadar membuat iklan yang bagus. Jadi, setiap ide kreatif harus berujung pada hasil nyata yang mendukung pertumbuhan bisnis klien.

Visi Misi Ogilvy & Mather Indonesia

Ogilvy & Mather Indonesia memiliki visi misi yang kuat dalam membangun strategi komunikasi pemasaran yang berdampak baik pada klien-kliennya. Ogilvy & Mather Indonesia memiliki visi misi yang berfokus menjadi agensi komunikasi yang paling efektif dan inovatif di dunia, yang membantu klien mencapai hasil bisnis terbaik melalui ide-ide kreatif dan strategi yang *out of the box*. Ogilvy & Mather Indonesia selalu memastikan proses kampanye dilakukan dengan strategi yang detail, mulai dari perancangan ide sampai ke eksekusi kampanye. Hal ini bukan hanya sekedar visi misi biasa, Ogilvy & Mather Indonesia memastikan seluruh strategi pemasaran komunikasi ini berjalan dengan membawa dampak yang baik dari segi kesadaran merek, hingga persentase penjualan merek.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Dokumen Internal Ogilvy & Mather Indonesia, 2025

Struktur Organisasi Ogilvy & Mather Indonesia divisi Creative, Strategy & Community dan Production & Post Production :

- **Head of Social & Creative Director**

  Pemimpin divisi Creative yang menaungi Art Director, Graphic Designer, Content Writer, Liquid Designer, Content Specialist, Content Creator, dan

Creative Group Head. Pemimpin divisi ini memiliki tugas untuk memastikan segala aktivitas berjalan dengan baik, menjadi penghubung antara tim kreatif dan klien, menjaga agar output kreatif tetap **berkualitas tinggi** sesuai dengan brief dan identitas merek klien.

- **Strategy & Community**

  Pada divisi ini dipegang oleh Social Association Strategy Director yang menaungi Social Strategist & Always On, dan Social Media Executive. Divisi Strategy & Community harus memastikan posisi merek, pesan dan strategi pemasaran sesuai dengan arahan tim kreatif. Memantau *engagement* media sosial merek dan menjaga kepercayaan komunitas dari masing-masing merek.

- **Production & Post Production**

  Pada divisi ini terdapat Social Content Producer, Videographer & Photographer, Video Editor, dan KOL & Creator Specialist. Mereka bertanggung jawab terhadap jadwal produksi konten, mengatur talent yang diperlukan, dan memastikan pada saat syuting konten selaras dengan brief dari tim kreatif dan strategi.