

## BAB II

### GAMBARAN PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Bailey Capel

Bailey Capel merupakan sebuah agensi kreatif independen yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Sebelum dikenal dengan nama ini, perusahaan awalnya merupakan bagian dari *Doyle Dane Bernbach (DDB)*, sebuah grup agensi komunikasi pemasaran global yang berdiri sejak tahun 1986. DDB adalah bagian dari *Omnicom Group*, salah satu jaringan periklanan terbesar di dunia, yang menaungi berbagai agensi terkemuka seperti BBDO, *Omnicom Media Group*, TBWA, dan DAS. Dengan kantor pusat di *New York*, DDB memiliki jaringan yang luas dengan cabang di berbagai belahan dunia, termasuk Asia, Timur Tengah, Amerika Utara, Amerika Latin, dan Eropa.

DDB mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2001 dengan nama PT Advisindo Artistika. Pada awalnya, perusahaan ini memiliki tiga anak perusahaan, yaitu DDB Advis, DDB Brainstorm, dan DDB Rapp Collins. DDB Advis dan DDB Brainstorm berperan sebagai agensi periklanan dengan fokus yang berbeda sesuai dengan kebutuhan klien, sementara DDB Rapp Collins lebih berfokus pada *Customer Relationship Management (CRM)*, yang mencakup *direct marketing*, *sales promotion*, *membership*, dan *newsletter*. Ketiga perusahaan ini berafiliasi sejak tahun 2001 hingga akhirnya pada tahun 2011, DDB Advis memutuskan untuk tidak lagi berafiliasi dengan DDB Indonesia dan menjalin kemitraan dengan Iris Creative Agency. Keputusan ini menyebabkan pemisahan DDB Brainstorm dan DDB Rapp Collins, meninggalkan DDB Indonesia sebagai satu-satunya entitas yang bertahan di bawah DDB Worldwide dan *Omnicom Group*.

Pada tanggal 1 Oktober 2021, DDB Indonesia melakukan *rebranding* menjadi Bailey Capel. Transformasi ini disebabkan oleh perubahan kebijakan dari DDB Worldwide yang mengharuskan cabang yang tidak lagi dimiliki oleh pemegang saham mayoritas untuk beroperasi secara independen. Sebagai respons

terhadap perubahan ini, John Bailey dan Brian Capel yang sebelumnya menjabat sebagai pemimpin di DDB Indonesia memutuskan untuk mengambil alih operasional perusahaan dan mendirikan agensi independen dengan nama Bailey Capel di bawah PT Inizuma Dua Indonesia. Nama Bailey Capel sendiri diambil dari nama kedua pendiri tersebut, yaitu John Bailey dan Brian Capel, yang memiliki pengalaman luas di industri periklanan global.



Gambar 2.1 Logo Bailey Capel  
Sumber: Data Pribadi Kantor

Bailey Capel memiliki komitmen untuk terus memberikan layanan terbaik kepada kliennya dengan mengedepankan prinsip utama, yaitu *"People, Product, Profit"*. Filosofi ini menekankan pentingnya mencari individu yang tepat, memberikan inspirasi, serta mendorong mereka untuk menciptakan karya berkualitas tinggi. Melalui pendekatan ini, *profit* dianggap sebagai hasil alami dari inovasi dan dedikasi tim. Selain itu, perusahaan juga menerapkan prinsip *"Do what is right for the brand, everything else including money is secondary"*, yang berarti bahwa setiap keputusan yang diambil harus didasarkan pada kepentingan terbaik bagi brand yang dikelola. Pendekatan ini memastikan bahwa kualitas dan dampak positif dari setiap kampanye tetap menjadi prioritas utama perusahaan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Bailey Capel berkantor pusat di Jl. Bangka Raya, Kemang, Jakarta Selatan. Sebagai sebuah agensi independen, Bailey Capel terus berkembang sejak pendiriannya pada tahun 2011. Memiliki tim yang terdiri dari para profesional berpengalaman di industri periklanan, perusahaan ini telah sukses membangun reputasi sebagai salah satu agensi kreatif terbaik di Indonesia. Bailey Capel menawarkan berbagai layanan di bidang periklanan dan pemasaran, yang mencakup Social Media Management, Content Creation, AV Production, dan TVC Production. Pengalamannya yang bertahun-tahun di industri periklanan, beberapa brand ternama yang telah bermitra dengan Bailey Capel antara lain Johnson's Baby (produk bayi dan perawatan anak), Sutra (alat kontrasepsi), Honda (otomotif), Castrol (pelumas kendaraan), Johnson & Johnson (produk kesehatan), Polident (pembersih gigi palsu), RMHC (organisasi non-profit), Sweety (popok bayi), Fiesta (alat kontrasepsi), Jakarta Intercultural School (pendidikan), Panadol (farmasi), Richeese (makanan cepat saji), dan masih banyak lagi.

Dalam perjalanannya, Bailey Capel telah meraih berbagai penghargaan bergengsi di industri periklanan, antara lain Indonesia *Creative Agency of the Year* (2013) sebagai agensi kreatif terbaik di Indonesia, Citra Pariwara (2016) untuk kategori *Digital Brand Utility/Tools* dalam kampanye "Cerita Bintang" Permata Tabungan Bintang, *Best Use of Special Events and Stunt/Live Advertising* (2017) untuk kampanye produk Clean & Clear dari Johnson & Johnson, serta *Best Use of Ambient Media - Small Scale* (2017) untuk kampanye Clean & Clear Oil Control dari Johnson & Johnson.

## **2.2 Visi Misi Bailey Capel**

### **VISI**

Menjadi agensi periklanan terkemuka yang menyediakan solusi pemasaran terpadu untuk mendukung pertumbuhan bisnis klien di Indonesia.

MISI

Menjadi agensi periklanan yang terhormat dan berpengaruh di Indonesia dan negara sekitarnya.

### 2.2.1 Nilai Dasar Bailey Capel

Bailey Capel memiliki nilai-nilai inti yang menjadi dasar dalam menjalankan setiap proses kerja. Berlandaskan kreativitas dan kepedulian terhadap sesama, nilai-nilai ini membentuk budaya perusahaan yang mendorong kolaborasi lintas divisi dan menghasilkan solusi pemasaran terpadu.

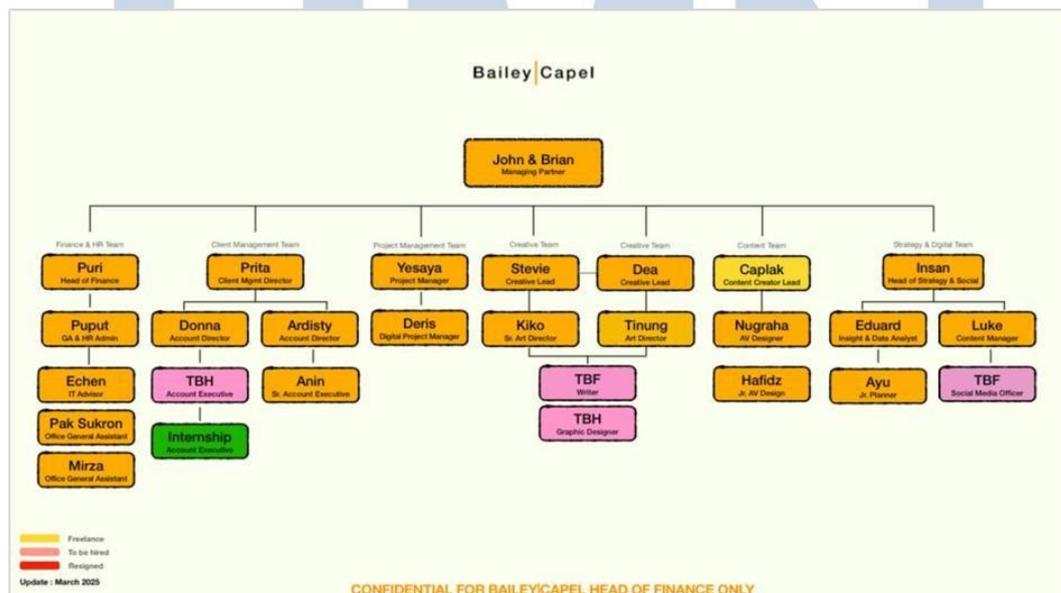
#### 1. Knowledge

Menekankan pentingnya memahami kebutuhan klien, semangat untuk terus belajar, terbuka terhadap ide baru, serta aktif mencari informasi dan berbagi pengetahuan.

#### 2. To Achieve the Best

Selalu bekerja sama dalam menemukan solusi terbaik. Mengutamakan kualitas tanpa cacat, ketepatan waktu, produktivitas tinggi, dan sikap proaktif dalam setiap proses kerja.

### 2.3 Struktur Organisasi Bialely | Capel



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Bailey Capel

Sumber: Human Resources Database Bailey Capel, 2025

Dalam menjalankan operasionalnya sebagai sebuah agensi periklanan, Bailey Capel memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa departemen dengan tanggung jawab dan fungsi masing-masing. Setiap departemen bekerja secara terkoordinasi sebagai satu kesatuan untuk mendukung kelancaran proyek dan pencapaian tujuan perusahaan. Struktur ini juga menggambarkan alur kerja, penanggung jawab, serta peran dari setiap bagian dalam mendukung proses kerja di industri periklanan yang dinamis. Adapun departemen yang ada di Bailey Capel antara lain:

A. *Finance & HR Team (Head of Finance, GA & HR Admin, IT Advisor, Office General Assistant, Office General Assistant)*

Departemen *Finance & Human Resources* memiliki peran penting dalam memastikan kestabilan finansial dan keberlangsungan operasional perusahaan secara menyeluruh. Dalam lingkup keuangan, *Finance & Accounting Supervisor* bertanggung jawab dalam pengaturan sistem akuntansi, manajemen arus kas, serta pengelolaan piutang dan utang untuk menjamin ketersediaan dana operasional perusahaan. Selain itu, departemen ini juga menyusun sistem dan prosedur keuangan agar seluruh transaksi berjalan tertib dan dapat mengurangi risiko finansial. Pada aspek penganggaran, dilakukan pengawasan terhadap penggunaan dana untuk memastikan efisiensi dan efektivitas pengeluaran, serta menyusun laporan perbedaan anggaran kepada manajemen. Proses tutup buku juga menjadi bagian penting, termasuk penyusunan jurnal akrual dan penyesuaian secara tepat waktu guna menghindari temuan dari auditor.

Di sisi lain, fungsi *HR* mencakup pengelolaan sistem *payroll*, penyusunan kontrak kerja, pengurusan asuransi kesehatan, hingga kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan. *HR* juga menangani administrasi kepegawaian seperti data masuk-keluar karyawan, pembuatan surat kontrak atau terminasi, serta pengelolaan benefit dan hak karyawan. Selain itu, *HR* juga menjembatani komunikasi dengan instansi pemerintah, mengusulkan pelatihan karyawan

kepada direksi, mencatat absensi dan cuti, serta memastikan seluruh arsip kepegawaian dikelola secara rahasia dan terstruktur. Tugas pengawasan terhadap *staff finance & accounting* juga dilakukan melalui evaluasi kinerja dan penetapan objektif kerja tahunan. Selain itu, *IT Advisor* bertugas memastikan seluruh sistem teknologi berjalan dengan optimal, termasuk pemeliharaan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*), pengelolaan jaringan internet, serta pengamanan data perusahaan. *IT Advisor* juga bertanggung jawab dalam melakukan *troubleshooting* jika terjadi kendala teknis, memberikan rekomendasi terkait pengembangan sistem yang lebih efisien, hingga memastikan seluruh *tools* digital yang digunakan oleh tim seperti server, *cloud storage*, hingga sistem manajemen proyek berfungsi dengan baik.

Sebagai usaha untuk mendukung aktivitas kantor secara keseluruhan, *General Affairs* menangani kebutuhan operasional seperti pemesanan alat tulis, logistik pantri, dan pengelolaan *petty cash*. Departemen ini juga mengurus relasi dengan *vendor* eksternal seperti penyewaan kendaraan, gedung, hingga jasa kebersihan profesional. Selain itu, *General Affairs* bertanggung jawab atas pengajuan klaim pengeluaran, pengaturan perjalanan dinas, pengiriman dokumen lokal maupun internasional, serta pengurusan dokumen legal seperti KITAS dan visa kerja. Seluruh aktivitas ini bertujuan untuk menjaga efisiensi administrasi kantor dan memastikan lingkungan kerja berjalan dengan lancar dan produktif.

*B. Client Management Team (Client Management Director, Account Director, Sr. Account Executive)*

Departemen *Account* memiliki peran penting dalam menjaga hubungan antara agensi dengan klien serta memastikan bahwa seluruh proses komunikasi dan produksi berjalan dengan lancar, tepat waktu, dan sesuai anggaran. Dalam struktur organisasi Bailey Capel, Departemen *Account* terdiri dari beberapa posisi, yaitu *Client Management Director (Group Account Director)*, *Account*

*Director*, dan *Senior Account Executive*. Masing-masing posisi memiliki tanggung jawab yang saling berkesinambungan dan dibagi berdasarkan jenjang kewenangan serta tanggung jawab strategis terhadap klien dan proyek.

*Client Management Director* atau *Group Account Director* merupakan posisi strategis tertinggi dalam Departemen *Account* yang bertanggung jawab atas pengawasan menyeluruh terhadap beberapa tim *Account* sekaligus, termasuk memastikan seluruh pekerjaan berjalan sesuai waktu dan standar yang telah ditentukan. Posisi ini menjadi penghubung utama antara agensi dan klien pada level senior, dengan tanggung jawab untuk menjaga hubungan jangka panjang, menyelaraskan objektif bisnis klien dengan strategi komunikasi agensi, serta memimpin koordinasi lintas departemen dalam proses perencanaan kampanye.

Selain itu, *Client Management Director* juga harus memahami secara mendalam karakteristik produk atau layanan klien, kondisi pasar, konsumen, hingga posisi kompetitor. Dalam menjalankan perannya, posisi ini turut meninjau ulang *creative brief* sebagai landasan utama dalam proses kreatif dan, jika diperlukan, memberikan *briefing* langsung kepada media *partner* atau *partner* eksternal lainnya. Dengan cakupan tanggung jawab yang luas, posisi ini memastikan bahwa strategi komunikasi klien dapat dieksekusi dengan efektif, efisien, dan konsisten di seluruh lini tim *Account*.

*Account Director* merupakan posisi yang bertugas memastikan pelaksanaan strategi komunikasi berjalan tepat sasaran untuk klien yang menjadi tanggung jawabnya. Berbeda dengan *Client Management Director* yang memimpin beberapa tim sekaligus, *Account Director* lebih berfokus pada koordinasi operasional dan pelaksanaan proyek untuk satu atau beberapa klien tertentu. Posisi ini menjadi penghubung langsung antara agensi dan klien dalam kegiatan sehari-hari, serta bertugas menyeimbangkan masukan dari berbagai departemen internal guna memastikan objektif klien dan agensi dapat dicapai secara bersamaan.

Dalam pelaksanaannya, *Account Director* harus memahami produk atau jasa klien, tujuan pemasaran, karakteristik pasar dan konsumen, serta kompetitor. Ia juga menyusun dan meninjau *creative brief* sebagai pedoman tim kreatif, mengawasi seluruh tahapan produksi materi kampanye, serta memberikan pengarahan kepada media *partner* atau pihak eksternal jika dibutuhkan. *Account Director* turut membantu menyelesaikan permasalahan pemasaran yang dihadapi klien dan memastikan seluruh pekerjaan diselesaikan tepat waktu serta sesuai anggaran.

### C. *Project Management Team (Project Manager, Digital Project Manager)*

*Project Manager* merupakan posisi yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan alur kerja seluruh proyek yang melibatkan departemen kreatif. Dalam menjalankan fungsinya, *Project Manager* menjadi penghubung utama antara tim *Account*, tim Perencanaan Strategis (*Planning*), tim Kreatif, dan tim Digital, guna memastikan setiap pekerjaan berlangsung secara terorganisir dan sesuai dengan *timeline* serta anggaran yang telah ditentukan.

Tugas *Project Manager* mencakup pengelolaan *database* proyek dan sistem pelacakan pekerjaan (*job tracking system*), menjadwalkan seluruh pertemuan penting seperti *creative meetings*, *WIP (work in progress)*, presentasi, hingga *pre-production meeting*. *Project Manager* juga bertanggung jawab memantau status harian proyek melalui rapat mingguan (*weekly status meetings*), menyusun perkiraan kerja bulanan (*monthly forecast*), serta mengelola kebutuhan sumber daya tambahan seperti *freelancer*. Selain itu, *Project Manager* wajib memastikan bahwa setiap proyek memiliki nomor produk, kampanye, dan pekerjaan yang terdokumentasi dalam sistem Spectra PF, serta didistribusikan kepada tim *Account* melalui sistem bersama. Ketepatan pengisian *timesheet* karyawan dalam sistem AURA juga berada dalam pengawasan *Project Manager*, untuk menjaga akuntabilitas waktu dan produktivitas kerja seluruh tim.

*Digital Project Manager* memiliki tanggung jawab serupa namun lebih terfokus pada proyek-proyek berbasis digital. Peran ini mencakup pengelolaan jadwal produksi konten digital, koordinasi antar tim digital dan kreatif, serta memastikan setiap *output* digital sesuai *brief* dan *timeline*. Posisi ini juga memastikan seluruh aktivitas kampanye digital terlaksana secara efisien dan tepat sasaran.

#### D. *Creative Team (Creative Lead, Sr. Art Director, Writer, Graphic Designer)*

*Creative Lead* merupakan posisi tertinggi di departemen kreatif yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan keseluruhan konsep kreatif untuk kampanye iklan. Posisi ini bertugas mengembangkan ide dari *brief* yang diterima, baik secara individu maupun bersama *copywriter*, untuk kemudian dipresentasikan kepada klien. Selain itu, *Creative Lead* juga bekerja sama dengan tim *account* dan *planner* dalam mendiskusikan kebutuhan dan tujuan klien. Dalam proses eksekusi kampanye, *Creative Lead* bertanggung jawab atas kualitas desain, melakukan *pitching* ide, mengatur anggaran proyek, hingga mengarahkan tim produksi seperti *fotografer* atau seniman eksternal. *Creative Lead* juga melakukan penyuntingan akhir sebelum hasil kerja dipresentasikan kepada klien.

*Senior Art Director* berperan sebagai pemimpin produksi artistik dalam setiap proyek visual. Tugas utamanya meliputi supervisi terhadap pembuatan *file prepress* dan menjaga konsistensi kualitas desain dari awal hingga siap cetak atau distribusi digital. Posisi ini juga memberikan pelatihan dan arahan teknis kepada studio *artist* terkait persiapan *file*, penggunaan perangkat *output*, serta teknik kalibrasi warna. Selain itu, *Senior Art Director* bertanggung jawab dalam menjaga standar teknis *artwork*, melakukan pengecekan kelengkapan *file*, mengarsipkan aset desain, serta mengatur dan memelihara perangkat studio. Dalam prosesnya, ia juga terlibat dalam pengembangan metode kerja untuk memastikan integritas visual kampanye tetap terjaga dan sesuai dengan konsep kreatif.

*Copywriter* memiliki peran strategis dalam menciptakan pesan komunikasi yang persuasif dan relevan untuk target audiens. *Copywriter* bekerja sama dengan tim *account* dan *art director* dalam menginterpretasikan *brief* klien dan mengembangkan ide-ide kreatif. Tugasnya mencakup penulisan naskah iklan secara orisinal dan sesuai gaya *brand*, mulai dari *headline*, *body copy*, hingga konten digital. Selain itu, *copywriter* juga bertanggung jawab untuk melakukan *proofreading*, revisi sesuai masukan internal atau dari klien, serta memastikan kampanye berjalan efektif dari tahap pengembangan hingga produksi. Dalam beberapa proyek, *copywriter* juga terlibat dalam pemilihan *talent* suara atau visual dan berkolaborasi dengan berbagai pihak produksi.

*Graphic Designer* berperan dalam menerjemahkan ide kreatif ke dalam visual yang menarik dan efektif secara komunikasi. *Graphic Designer* dalam sebuah agensi memiliki tanggung jawab utama untuk mengembangkan konsep visual dan menerjemahkan *brief* dari klien bersama tim *account*. Posisi ini bekerja erat dengan *Art Director* dan *Copywriter* untuk menciptakan kampanye iklan yang efektif secara visual. Tugasnya meliputi pengembangan ide kreatif, pembuatan desain, serta revisi berdasarkan masukan dari klien maupun tim internal. Selain itu, *Graphic Designer* juga terlibat dalam proses produksi kampanye, mulai dari tahap awal hingga finalisasi, termasuk membuat materi seperti banner digital, desain *UI website*, dan *motion graphic* sederhana. Dalam pelaksanaannya, *Graphic Designer* sering kali harus mengerjakan beberapa proyek sekaligus dalam waktu yang terbatas, sambil tetap mengikuti tren budaya populer dan perkembangan desain terkini untuk menjaga hasil karyanya tetap relevan dan menarik.

#### E. *Content Team (Content Creator Lead, AV Designer, Jr, AV Design)*

*Content Team* dalam agensi memiliki peran penting dalam menghasilkan konten visual dan audiovisual yang sesuai dengan strategi komunikasi *brand*. Tim ini bekerja lintas departemen, khususnya dengan tim kreatif dan *account*,

untuk memastikan konten yang diproduksi relevan dengan target audiens dan tujuan kampanye.

*Content Creator Lead* bertanggung jawab sebagai pemimpin dalam proses produksi konten, mulai dari perencanaan hingga publikasi. Posisi ini mengarahkan konsep kreatif konten digital maupun audiovisual, serta memastikan keselarasan antara pesan *brand* dan *output* visual. *Content Creator Lead* juga mengelola *timeline* produksi, melakukan *review* hasil *editing*, serta mengoordinasi tugas antara *AV Designer* dan tim kreatif lainnya. Selain itu, posisi ini juga berperan dalam merancang *storyboard*, menyusun *creative direction* untuk *video*, serta memastikan setiap konten yang diproduksi sesuai dengan *brief* dan target media yang dituju.

*AV Designer* bertanggung jawab dalam merancang dan memproduksi materi audiovisual, termasuk video iklan, konten sosial media, dan presentasi digital. Pekerjaan *AV Designer* mencakup pembuatan animasi, *motion graphic*, *editing footage*, pengolahan audio, dan integrasi elemen desain visual dalam format *video*. Dalam prosesnya, *AV Designer* bekerja berdasarkan arahan dari *Content Creator Lead* serta berkolaborasi dengan tim kreatif untuk memastikan visual *storytelling* dapat dikemas dengan menarik dan informatif. Kemampuan teknis dalam penggunaan *software editing* seperti Adobe Premiere Pro, After Effects, dan Final Cut Pro sangat dibutuhkan dalam posisi ini.

*Junior AV Designer* merupakan posisi pendukung dalam proses produksi audiovisual. Tugas utamanya meliputi asistensi *editing video*, pengolahan elemen visual seperti teks, transisi, dan *color grading* sederhana, serta membantu pengelolaan *file* produksi. Selain itu, *Jr. AV Designer* juga terlibat dalam riset referensi visual dan pengumpulan *footage* atau aset grafis yang dibutuhkan. Posisi ini memungkinkan pengembangan keterampilan teknis di bawah bimbingan *AV Designer*, sambil tetap berkontribusi aktif dalam mendukung kelancaran produksi konten yang efektif dan berkualitas.

*F. Strategy & Digital Team (Head of Strategy & Social, Insight & Data Analysis, Content Manager, Jr. Planner, Social Media Officer)*

*Head of Strategy & Social* memimpin pengembangan strategi komunikasi yang komprehensif, mencakup strategi *brand*, *campaign planning*, hingga distribusi konten digital. Posisi ini menjembatani *insight* konsumen dengan solusi kreatif, serta memastikan pendekatan kampanye berbasis data dan sesuai tujuan bisnis klien. Selain itu, peran ini juga mengawasi tim strategi dan sosial media, memastikan setiap inisiatif digital mampu meningkatkan *brand relevance* dan *engagement*.

*Insight & Data Analyst* berperan mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dari berbagai platform digital untuk mendapatkan *consumer insight*, evaluasi performa kampanye, hingga *competitive mapping*. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar perencanaan strategi kreatif, evaluasi *campaign*, serta bahan presentasi kepada klien. *Tools* yang digunakan meliputi *Google Analytics*, *Meta Business Suite*, serta platform media *monitoring* lainnya.

*Content Manager* bertugas merancang kalender konten, mengelola strategi distribusi konten *across channels*, serta memastikan narasi *brand* konsisten dan *engaging* di seluruh *platform* digital. *Content Manager* juga bekerja sama dengan tim kreatif dan sosial media untuk mengembangkan ide konten yang relevan dengan tren dan kebutuhan audiens, serta melakukan evaluasi performa konten secara berkala untuk perbaikan berkelanjutan.

*Junior Planner* memiliki peran penting dalam proses pengembangan strategi kampanye dengan mendukung tim internal maupun berinteraksi langsung dengan klien. Tugas utamanya mencakup memahami tujuan dan objektif klien, menganalisis data pasar serta tren industri menggunakan *tools* yang tersedia, dan mengelola proyek riset termasuk *focus group* kecil jika dibutuhkan. *Junior Planner* juga bertanggung jawab dalam menyusun *brief* untuk tim kreatif, mempresentasikan strategi kepada klien, serta memantau

efektivitas kampanye selama berjalan dan memberikan saran perbaikan. Selain itu, posisi ini dituntut untuk terus mengikuti perkembangan tren digital agar strategi yang disusun tetap relevan dan kompetitif.

*Social Media Officer* bertanggung jawab atas operasional harian media sosial *brand*, termasuk penjadwalan, publikasi konten, hingga interaksi dengan audiens. Posisi ini juga memonitor tren dan performa setiap *platform*, membuat laporan *engagement*, serta memberi rekomendasi pengembangan konten berdasarkan *insight* yang diperoleh dari interaksi pengguna. Kolaborasi erat dilakukan dengan tim kreatif dan konten untuk memastikan setiap *output* sosial media mencerminkan *tone of voice brand*.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA