

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Hakuhodo Digital Indonesia

Hakuhodo Digital Indonesia atau PT Hadya Wirya Mahir merupakan agensi pemasaran digital *full-service* (*full-service digital marketing agency*) yang menyediakan layanan pemasaran secara menyeluruh, mulai dari *Account Management*, *Creative Services*, *Media Planning*, sampai *Account Planning Include Research*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2018 dan merupakan bagian dari Hakuhodo International, salah satu perusahaan periklanan terbesar di Jepang yang telah berdiri sejak tahun 1895. Hakuhodo Digital Indonesia dikenal unggul dalam strategi digital, pengelolaan media sosial, serta pengembangan teknologi pemasaran dengan pendekatan berbasis data (*data-driven marketing*).

Menurut Sandra Moriarty (2015), terdapat lima bentuk agensi periklanan, yaitu: *Full-Service Agencies*, *In-House Agencies*, *Creative Boutiques*, *Media-Buying Services*, dan *Agency Networks and Holding Companies*. Dalam hal ini, Hakuhodo Digital Indonesia termasuk ke dalam kategori *Full-Service Agency*. Sebuah *full-service agency* menyediakan empat fungsi utama, yaitu: *Account management*, *Creative services*, *Media planning*, dan *Account planning including research*. *Account management* berperan sebagai penghubung antara klien dan tim agensi untuk memastikan setiap kebutuhan klien terpenuhi. *Creative services* bertugas mengembangkan ide, konsep, serta materi visual dan *copywriting* yang sesuai dengan strategi komunikasi. *Media planning* menentukan media yang paling tepat dan efektif untuk menjangkau target audiens berdasarkan riset dan anggaran. Sementara itu, *account planning including research*, berfokus pada analisis pasar dan perilaku konsumen guna merumuskan strategi komunikasi yang relevan dan tepat sasaran.

Sejak didirikan, Hakuhodo Digital Indonesia terus berkembang dengan menghadirkan solusi pemasaran inovatif berbasis data dan teknologi. Menerapkan filosofi '*sei-katsu-sha*' *insight*, perusahaan ini berupaya memahami perilaku

konsumen secara mendalam untuk merancang strategi yang lebih efektif dan relevan. ‘*Sei-katsu-sha*’ merupakan konsep khas Hakuhoodo yang melihat individu sebagai manusia seutuhnya dengan kehidupan, emosi, dan pengalaman sehari-hari sehingga memungkinkan pendekatan pemasaran yang lebih holistik, terintegrasi, dan inovatif.

The logo consists of the word "HODIGITAL" in a bold, dark blue, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a stylized orange circle with a small dot in the center, resembling a digital eye or a data point.

Gambar 2. 1 Logo Hakuhoodo Digital Indonesia.
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025).

Logo Hakuhoodo Digital Indonesia terdiri dari elemen huruf "H:DIGITAL", huruf "H" memiliki tanda titik berwarna merah. Elemen ini melambangkan inovasi, kreativitas, serta pendekatan berbasis data yang diterapkan perusahaan dalam setiap strategi pemasaran digital yang mereka jalankan. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada data, Hakuhoodo Digital Indonesia mampu beradaptasi dengan perubahan tren digital guna menciptakan pengalaman interaktif yang menarik bagi audiens klien mereka. Berbagai merek ternama telah bekerja sama dengan perusahaan ini yaitu, Telkomsel, Grab, KAO, TikTok, BRI, dan masih banyak lainnya. Banyak klien memilih agensi *full-service* seperti Hakuhoodo Digital Indonesia karena mampu menangani berbagai aspek kebutuhan komunikasi dan pemasaran secara menyeluruh (Landa, 2022). Hakuhoodo Digital Indonesia menawarkan berbagai layanan di bidang pemasaran digital, yang mencakup:

1. *Web and Mobile App Design Development*

Hakuhoodo Digital Indonesia melayani perancangan dan pengembangan *website* serta aplikasi *mobile*. Ini mencakup desain tampilan (UI/UX), pengembangan teknis agar aplikasi bisa berjalan dengan baik, serta memastikan pengalaman pengguna yang optimal di berbagai perangkat.

Hakuhodo menyediakan layanan ini untuk membantu klien membangun kehadiran digital yang efektif.

2. *Integrated Marketing Strategy*

Hakuhodo Digital Indonesia membantu merek mencapai tujuan mereka melalui strategi pemasaran digital yang komprehensif. Perusahaan ini mengelola kampanye digital dari awal hingga akhir dengan pendekatan lintas *platform* guna menjangkau berbagai titik interaksi dengan konsumen.

3. *KOL Management*

Dengan komunitas yang terdiri dari berbagai *influencer* dan *Key Opinion Leaders* (KOL), Hakuhodo Digital Indonesia mampu memperluas jangkauan merek dan menjangkau target audiens yang tepat.

4. *Social Media Management*

Perusahaan ini membantu meningkatkan kehadiran digital suatu merek melalui konten media sosial yang strategis dan menarik, guna meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens.

5. *Cutting-Edge Technology*

Hakuhodo Digital Indonesia memanfaatkan teknologi terbaru berbasis data guna memastikan kampanye digital klien selalu relevan dengan perkembangan industri.

2.2 Visi Misi Hakuhodo Digital Indonesia

Hakuhodo Digital Indonesia memiliki visi dan misi yang berfokus pada tiga prinsip utama: *People-Centered, Data-Driven, and Global Creative Communications*.

1. *People-Centered*

Hakuhodo Digital menerapkan filosofi '*Sei-katsu-sha*', yang berarti melihat audiens bukan hanya sebagai konsumen tetapi sebagai individu dengan kehidupan, aspirasi, dan kebutuhan yang kompleks. Dengan pendekatan ini, strategi pemasaran yang dikembangkan akan lebih relevan dan mampu menciptakan koneksi emosional dengan audiens.

2. *Data-Driven*

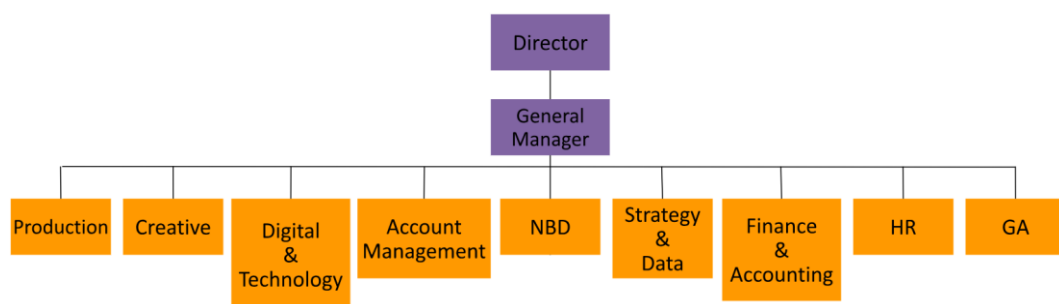
Dalam setiap kampanye yang dijalankan, Hakuhodo Digital menggunakan analisis data sebagai dasar pengambilan keputusan. Data digunakan untuk memahami perilaku audiens, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan efektivitas kampanye digital yang dilakukan.

3. *Global Creative Communications*

Sebagai bagian dari jaringan global Hakuhodo, Hakuhodo Digital Indonesia mengusung standar komunikasi kreatif kelas dunia. Dengan perpaduan antara wawasan lokal dan perspektif global, agensi ini menghadirkan solusi pemasaran yang inovatif dan kompetitif di tingkat internasional.

2.3 Struktur Organisasi Hakuhodo Digital Indonesia

Struktur organisasi merupakan gambaran menyeluruh mengenai pembagian fungsi kerja dan hubungan koordinatif antar departemen dalam suatu perusahaan. Hakuhodo Digital Indonesia sebagai *digital marketing agency* memiliki struktur organisasi yang mendukung proses kerja kolaboratif antar divisi untuk menjalankan kampanye secara efektif dan efisien. Struktur ini memungkinkan setiap divisi untuk berfokus pada peran spesifiknya sekaligus tetap terhubung dalam alur kerja terpadu guna mencapai tujuan kampanye secara menyeluruh.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Hakuhodo Digital Indonesia.

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025).

Struktur organisasi Hakuhodo Digital Indonesia dipimpin oleh *Director*, yang berada di posisi tertinggi dalam hierarki perusahaan. Di bawahnya terdapat *General Manager*, yang mengawasi berbagai departemen utama. Berikut adalah struktur organisasi Hakuhodo Digital Indonesia:

1. *Production*

Bertanggung jawab atas produksi materi kreatif, termasuk video, desain grafis, dan elemen lainnya yang mendukung kampanye digital.

2. *Creative*

Departemen yang mengembangkan konsep kreatif dan strategi komunikasi visual untuk berbagai kampanye.

3. *Digital & Technology*

Mengelola aspek teknologi digital, termasuk pengembangan *web*, aplikasi, dan inovasi digital lainnya.

4. *Account Management*

Bertugas mengelola hubungan dengan klien serta memastikan kebutuhan klien dapat diterjemahkan ke dalam eksekusi kampanye yang efektif.

5. *NBD (New Business Development)*

Bertanggung jawab mencari peluang bisnis baru serta mengembangkan strategi ekspansi perusahaan.

6. *Strategy & Data*

Menganalisis data kampanye dan merancang strategi berbasis data untuk meningkatkan efektivitas pemasaran.

7. *Finance & Accounting*

Mengelola keuangan perusahaan, termasuk anggaran, pelaporan keuangan, serta pengelolaan aset.

8. *HR (Human Resources)*

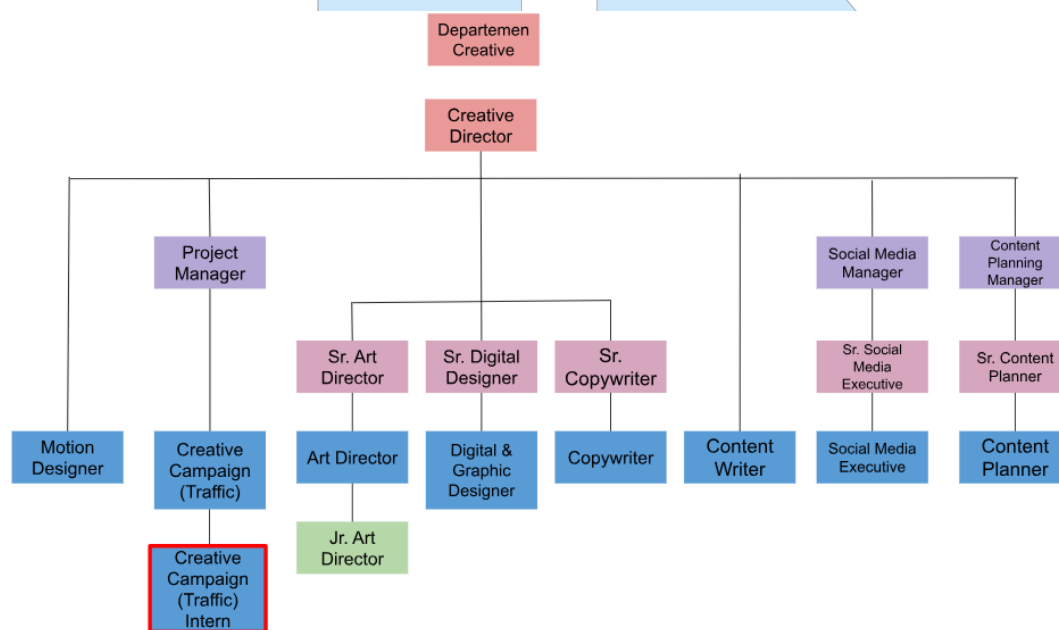
Mengurus aspek sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, serta pengelolaan karyawan.

9. *GA (General Affairs)*

Bertanggung jawab atas operasional umum perusahaan, termasuk fasilitas kantor dan kebutuhan administrasi.

2.4 Struktur Organisasi Departemen *Creative* Hakuodo Digital Indonesia

Departemen *Creative* di Hakuodo Digital Indonesia memiliki struktur yang tersusun secara fungsional untuk mendukung proses kerja kreatif dalam kampanye periklanan. Setiap posisi dalam departemen ini memiliki peran yang saling terhubung, mulai dari tahap perencanaan hingga produksi materi visual. Struktur ini memungkinkan koordinasi yang optimal antara berbagai fungsi kreatif agar hasil dapat selaras dengan kebutuhan klien.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Kreatif.
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025).

Di Hakuodo Digital Indonesia, posisi pemegang saat ini adalah *creative campaign (traffic)*, yang termasuk dalam *Departement Creative*. Struktur organisasi di departemen ini terdiri dari beberapa posisi yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Berikut penjelasan struktur organisasi departemen kreatif:

1. *Creative Director*

Posisi tertinggi dalam *Department Creative* yang bertanggung jawab atas seluruh aspek kreatif dalam kampanye. *Creative Director* memastikan bahwa seluruh konsep yang dibuat sesuai dengan visi perusahaan dan kebutuhan klien.

2. *Project Manager*

Bertanggung jawab untuk mengawasi jalannya proyek kreatif dari awal hingga akhir. *Project Manager* bekerja sama dengan berbagai divisi untuk memastikan kelancaran eksekusi proyek sesuai dengan *timeline* dan *brief* klien.

3. *Motion Designer*

Berperan dalam pembuatan elemen animasi dan *motion graphic* yang mendukung kampanye kreatif. *Motion Designer* bertugas menciptakan konten visual bergerak yang menarik untuk berbagai *platform* digital.

4. *Creative campaign (traffic)*

Creative campaign (traffic) merupakan divisi yang mengurus *brief campaign* dari suatu *brand*. *Brief campaign* tersebut didapatkan dari *Account Executive*. Dari *brief* yang sudah diterima, akan diteruskan kepada *Designer*, *Copywriter*, dan *Art Director*. Setelah *brief* sudah dikerjakan, hasilnya akan diteruskan kembali oleh *creative campaign (Traffic)* ke *Account Executive*.

5. *Senior Art Director*

Bertanggung jawab atas pengembangan konsep visual dalam kampanye kreatif. *Senior Art Director* bekerja dengan tim desain dan *Art Director* untuk memastikan kualitas visual yang dihasilkan sesuai dengan standar perusahaan.

6. *Art Director*

Memimpin tim desain dalam menciptakan konsep dan eksekusi visual. *Art Director* memastikan bahwa semua elemen desain sesuai dengan strategi komunikasi dan *branding*.

7. *Junior Art Director*

Membantu *Art Director* dalam pembuatan konsep desain dan visual. *Junior Art Director* berperan dalam detail eksekusi desain serta pengolahan elemen grafis.

8. *Senior Digital Designer*

Mengembangkan materi visual digital, seperti *banner*, *landing page*, dan elemen UI/UX lainnya untuk berbagai *platform online*. *Senior Digital Designer* bekerja sama dengan tim kreatif untuk memastikan tampilan visual yang menarik dan fungsional.

9. *Digital & Graphic Designer*

Bertugas dalam pembuatan desain grafis digital untuk berbagai kebutuhan kampanye. *Designer* ini bekerja dengan berbagai divisi untuk memastikan elemen visual mendukung tujuan komunikasi yang diinginkan.

10. *Senior Copywriter*

Bertanggung jawab dalam pembuatan teks dan konsep kreatif yang digunakan dalam kampanye pemasaran. *Senior Copywriter* mengembangkan strategi komunikasi yang sesuai dengan *brand identity*.

11. *Copywriter*

Membantu dalam penulisan teks untuk iklan, media sosial, dan materi pemasaran lainnya. *Copywriter* bekerja untuk menciptakan pesan yang menarik dan sesuai dengan target audiens.

12. *Content Writer*

Berfokus pada pembuatan konten tulisan, baik dalam bentuk artikel, blog, maupun deskripsi produk. *Content Writer* memastikan setiap konten memiliki struktur dan gaya bahasa yang sesuai dengan kebutuhan *brand*.

13. *Social Media Manager*

Bertanggung jawab atas strategi media sosial, termasuk perencanaan dan pengelolaan konten. *Social Media Manager* bekerja dengan tim kreatif untuk memastikan keterlibatan audiens yang maksimal.

14. *Senior Social Media Executive*

Membantu dalam implementasi strategi media sosial, menganalisis performa konten, serta berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan *engagement*.

15. *Social Media Executive*

Berperan dalam mengelola akun media sosial, memposting konten, serta merespons interaksi dari audiens.

16. *Content Planning Manager*

Mengembangkan strategi perencanaan konten berdasarkan kebutuhan kampanye. *Content Planning Manager* bekerja sama dengan tim kreatif untuk menentukan tema dan format konten.

17. *Senior Content Planner*

Bertanggung jawab dalam penyusunan kalender konten dan memastikan setiap materi sesuai dengan strategi komunikasi yang telah ditetapkan.

18. *Content Planner*

Membantu dalam proses perencanaan dan produksi konten, termasuk riset dan analisis tren.

Setiap divisi dalam *Department Creative* memiliki peran penting dalam menghasilkan kampanye kreatif yang efektif. Kolaborasi antara berbagai posisi ini memastikan bahwa *output* kreatif yang dihasilkan berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan klien serta strategi perusahaan.

UMN