

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Bailey | Capel. Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Bailey | Capel merupakan sebuah agensi kreatif yang berdiri secara independen dari tahun 2021 oleh John Bailey dan Brian Capel selaku *Managing Partner*. Berlokasikan di Jalan Bangka Raya No.101, RT.2/RW.10 Pela Mampang Kec. Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan. Bailey | Capel memberikan layanan pada aspek kreatif untuk membantu perusahaan atau brand dalam mengembangkan sekaligus mengeksekusi program. Setiap proses dikerjakan dengan perhatian pada detail serta disesuaikan menjadi hasil yang kreatif dan inovatif guna mendukung tujuan pemasaran.

Sebelum menjadi independen, agensi Bailey | Merupakan bagian dari grup agensi Doyle Dane Bernbach Worldwide Communications (DDB). Berdiri sejak tahun 1996 dengan fokus pada layanan komunikasi pemasaran secara global. Kantor pusat DDB berada di New York dan memulai operasinya di Indonesia di bawah nama DDB Group Indonesia atau PT Advisindo Artistika dari tahun 2001 hingga 2021.

Perusahaan Bailey | Capel berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik dengan filosofi dasar “*People, Product, Profit*” menekankan pentingnya inspirasi pada individu yang tepat sembari mendukung mereka untuk menciptakan karya berkualitas tinggi. Bagi Bailey | Capel, keuntungan (*profit*) bukanlah tujuan utama, melainkan hasil alami dari dedikasi dan inovasi tim. Dari filosofi tersebut lahirlah

prinsip “*Do what is right for the brand, everything else including money is secondary,*” yang berarti setiap keputusan dan tindakan harus selalu didasarkan pada kepentingan terbaik bagi brand yang dikelola. Pendekatan ini memastikan bahwa kualitas, integritas, dan dampak positif dari setiap kampanye tetap menjadi prioritas utama perusahaan.

Sejak pendiriannya hingga menjadi agensi independen, Bailey | Capel sudah menerima beberapa penghargaan di industri periklanan, seperti *Creative Agency of the Year* (2013), *Best Use of Special Events and Stunt/Live Advertising* (2017) untuk kampanye produk Clean & Clear dari Johnson & Johnson, dan *Best Use of Ambient Media - Small Scale* (2017) untuk kampanye Clean & Clear Oil Control dari Johnson & Johnson.

2.1.1. Visi dan Misi

1) Visi

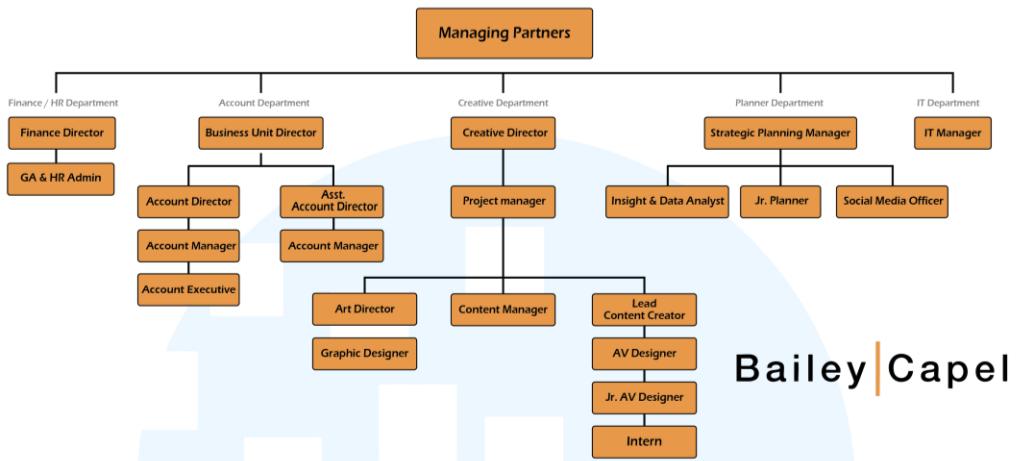
“Untuk memberikan solusi pemasaran terpadu untuk membantu mereka tumbuh di Indonesia”.

2) Misi

“Untuk menjadi perusahaan *advertising agency* yang terhormat dan berpengaruh di Indonesia dan negara sekitarnya”.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

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. Berikut terlampir struktur organisasi :



Bailey | Capel

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Bailey | Capel. Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Merujuk pada gambar 2.2 di atas, struktur organisasi Bailey | Capel menempatkan Managing Partner sebagai kedudukan tertinggi di agensi. Di bawahnya, struktur tersebut terbagi menjadi lima departemen utama, yaitu Finance/Human Resources, Account, Creative, Planner, dan IT. Masing-masing divisi memiliki tanggung jawab dan fungsi spesifik yang saling berhubungan untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan secara menyeluruh. Berikut merupakan rincian mendetail tiap departemen:

1) Finance/Human Resources

Pada aspek keuangan, departemen *Finance* bertanggung jawab atas pengelolaan sistem akuntansi, arus kas, serta administrasi seluruh transaksi perusahaan, memastikan semua berjalan tertib dan transparan. Selain itu, departemen ini juga melakukan pengawasan anggaran untuk memastikan efisiensi penggunaan dana serta menyusun laporan keuangan secara berkala untuk disampaikan kepada manajemen. Proses tutup buku, penyusunan jurnal akrual, dan pelaporan keuangan dilakukan dengan cermat untuk menjamin akurasi dan menghindari kesalahan administratif.

Sementara itu, fungsi departemen *Human Resources (HR)* berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia, mencakup sistem penggajian,

penyusunan kontrak kerja, pengelolaan asuransi dan benefit karyawan, serta kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan. *HR* juga menangani administrasi kepegawaian seperti pendataan karyawan, pengajuan cuti, dan terminasi kerja, serta memastikan seluruh arsip kepegawaian tersimpan secara aman dan terorganisir. Selain itu, *HR* turut berperan dalam menjaga hubungan industrial, mengusulkan pelatihan pengembangan kompetensi, serta melakukan evaluasi kinerja untuk mendukung produktivitas dan kesejahteraan karyawan.

2) *Account*

Departemen ini merupakan penghubung utama antara klien dengan tim internal perusahaan. Bertanggung jawab untuk memastikan setiap kebutuhan dan ekspektasi klien dapat diterjemahkan menjadi strategi komunikasi yang efektif sesuai dengan arah kreatif. Terlebih lagi, *Account* mengelola alur jalan suatu proyek dari akuisisi klien, penjadwalan hingga pemantauan kampanye. Peran mereka sebagai penghubung mengharuskan mereka untuk menjaga hubungan perusahaan dengan klien secara jangka panjang.

3) *Creative*

Departemen ini memiliki tanggung jawab untuk pengembangan dan pelaksanaan ide dari briefing yang sudah diterima, menentukan arah visual dan konsep narasi untuk setiap proyek kampanye. Alur proses *Creative* di awali dengan *brainstroming* ide yang memungkinkan dilaksanakan kemudian *storyboarding* ide tersebut dalam bentuk visual atau ataupun audiovisual sesuai dengan kebutuhan.

4) *Planner*

Departemen ini berperan dalam perumusan strategi komunikasi proyek berdasarkan hasil riset serta analisis target audiens dan tren pasar, lalu menyesuaikannya dengan kebutuhan klien. *Planner* membantu mengarahkan departemen *Creative* dan *Account* untuk menemukan pendekatan paling optimal demi mencapai tujuan kampanye. Selain itu,

departemen ini juga berperan dalam penyusunan *creative brief* yang menjadi pedoman bagi tim internal dalam proses pengembangan ide dan produksi. Usai setiap kampanye, *Planner* akan menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan, serta memberikan rekomendasi perbaikan untuk proyek berikutnya.

5) *IT*

Departemen ini bertanggung jawab untuk memastikan seluruh sistem teknologi informasi yang digunakan oleh perusahaan berjalan dengan lancar. Pemeliharaan yang dilakukan oleh *IT* merupakan perangkat lunak (*software*), pengaturan jaringan internet, serta perlindungan keamanan data perusahaan. Selain itu, mereka juga memberikan dukungan teknis kepada karyawan ketika berhadapan dengan masalah sistem atau perangkat lainnya.

2.3 Analisis *SWOT* Perusahaan

Untuk lebih memahami posisi strategis yang dimiliki oleh Bailey | Capel sebagai agensi periklanan. Analisis *SWOT* (*Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, *Threats*) dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang memengaruhi kinerja operasional perusahaan seperti kekuatan utama perusahaan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang untuk perkembangan dan ancaman yang perlu diantisipasi.

2.3.1 *Strengths* (Kekuatan)

Bailey | Capel memiliki karyawan yang kompeten dan berpengalaman dalam industri kreatif. Salah satunya adalah para managing partner yaitu John Bailey dan Brian Capel yang sebelumnya merupakan bagian dari grup agensi Doyle Dane Bernbach Worldwide Communications. Selain itu, perusahaan juga mengedepankan kode etik berlandaskan kualitas, integritas, dan profesionalitas, memastikan bahwa setiap proyek akan dilakukan dengan dedikasi untuk hasil terbaik bagi klien. Reputasi perusahaan semakin diperkuat melalui berbagai penghargaan industri yang berhasil diraih, seperti

Creative Agency of the Year (2013) serta penghargaan untuk kampanye produk Johnson & Johnson (2017).

2.3.2 *Weakness* (Kelemahan)

Sebagai agensi yang berdiri secara independen sejak tahun 2021, Bailey | Capel tergolong sebagai perusahaan yang relatif baru dibandingkan dengan agensi-agensi besar yang telah beroperasi lebih lama di Indonesia. Hal tersebut merupakan kelemahan terbesar dalam aspek jangkauan pasar dan popularitas. Walau sebenarnya keberadaan Managing Partner menutupi kekurangan tersebut, tapi kebergantungannya bisa menjadi risiko ke perusahaan jika mereka memutuskan untuk berhenti terlibat secara aktif.

2.3.3 *Opportunities* (Peluang)

Peluang bagi perusahaan di era digital ini terbuka sangat luas, terutama dengan tingginya angka pengguna aktif media sosial di Indonesia. Angka tersebut memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan efektif kampanye yang dihasilkan untuk klien. Selain itu, hadirnya *Artificial Intelligence (AI)* dapat membantu meringankan beban kerja dan mempersingkat waktu produksi juga menjadi peluang untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi tanpa harus mengorbankan visi kreatif jika dimanfaatkan dengan benar.

2.3.4 *Threats* (Ancaman)

Bailey | Capel dihadapkan dengan pergeseran perilaku audiens yang mana fokusnya semakin menurun atau singkat (*short attention span*). Fenomena ini memaksa perusahaan untuk melakukan pergeseran strategi produksi, narasi dan gaya penyutradaraan. Jika perusahaan tidak mampu beradaptasi dengan cepat, ada risiko kehilangan relevansi di industri kreatif