

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Daniswara Amanah Cipta, yang lebih dikenal sebagai i-dac Indonesia, merupakan perusahaan layanan *digital marketing* dan *media placement* yang didirikan sebagai bagian dari strategi ekspansi global Hakuhodo DY Holdings Group. Hakuhodo DY Holdings Group adalah salah satu grup agensi periklanan terbesar yang berbasis di Jepang. Kehadiran i-dac Indonesia di pasar domestik bertujuan untuk menjadi mitra strategis yang menjembatani kebutuhan merek di Indonesia dengan standar kualitas dan teknologi pemasaran digital global.

Sejak pendiriannya di tahun 2018, i-dac Indonesia telah memposisikan diri sebagai *Integrated Strategy Partner*, yang fokus pada solusi digital yang terintegrasi dan berbasis data. Evolusi bisnis perusahaan bergerak seiring dengan pesatnya pertumbuhan ekosistem digital di Indonesia, menuntut layanan perencanaan dan eksekusi kampanye yang komprehensif. Layanan inti perusahaan mencakup Programmatic Advertising, Search Engine Marketing (SEM), Social Media Marketing, dan aktivasi Key Opinion Leader (KOL). Penggunaan metodologi *data-driven* menjadi fondasi utama dalam setiap perencanaan media yang dilakukan, guna memastikan optimalisasi Return on Investment (ROI) bagi klien (i-dacindonesia.com).

Hingga saat ini, i-dac Indonesia berhasil membangun portofolio klien dari berbagai sektor, termasuk industri FMCG, Otomotif, dan Media. Reputasi ini memantapkan posisi perusahaan sebagai agensi yang mampu merumuskan strategi komunikasi digital yang berdampak dan relevan dengan dinamika pasar Indonesia, yang menjadikan perusahaan ini lokasi ideal untuk mendalami peran Media Planner di lingkungan agensi digital yang dinamis.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

I-dac Indonesia menetapkan visi yang berfokus pada peran proaktif dalam pembentukan masa depan ekosistem digital. Perusahaan bercita-cita untuk menjadi kontributor aktif dalam memperkuat masa depan digital yang dinamis dan memanfaatkan potensi yang kaya, dengan menyediakan solusi yang kreatif dan relevan. Visi ini diwujudkan melalui komitmen untuk selalu didukung oleh teknologi yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan konstan dalam lanskap digital.

Adapun misi i-dac Indonesia berorientasi pada pemberdayaan merek dalam menghadapi kecepatan dan keragaman transformasi digital. Misi utama perusahaan dapat dirangkum melalui poin-poin berikut:

1. Menanggapi Transformasi Digital

Menyadari dan beradaptasi terhadap transformasi digital yang mengubah dunia dengan kecepatan dan keragaman yang tinggi, sehingga mempengaruhi cara kerja, struktur bisnis, dan pembentukan masyarakat.

2. Membentuk Masa Depan Digital

Berkomitmen untuk memberdayakan masa depan digital agar lebih dinamis sekaligus memperkaya potensi yang dimilikinya.

3. Menyediakan Solusi Adaptif

Mengembangkan ide-ide yang siap untuk menghadapi masa depan didukung oleh teknologi yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan dalam dunia digital.

4. Membina Koneksi

Membantu perusahaan dan merek untuk menjalin hubungan yang lebih kuat dan bermakna dengan mitra dan konsumen mereka.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo i-dac Indonesia berfungsi sebagai identitas visual utama perusahaan dan representasi citra merek di pasar.



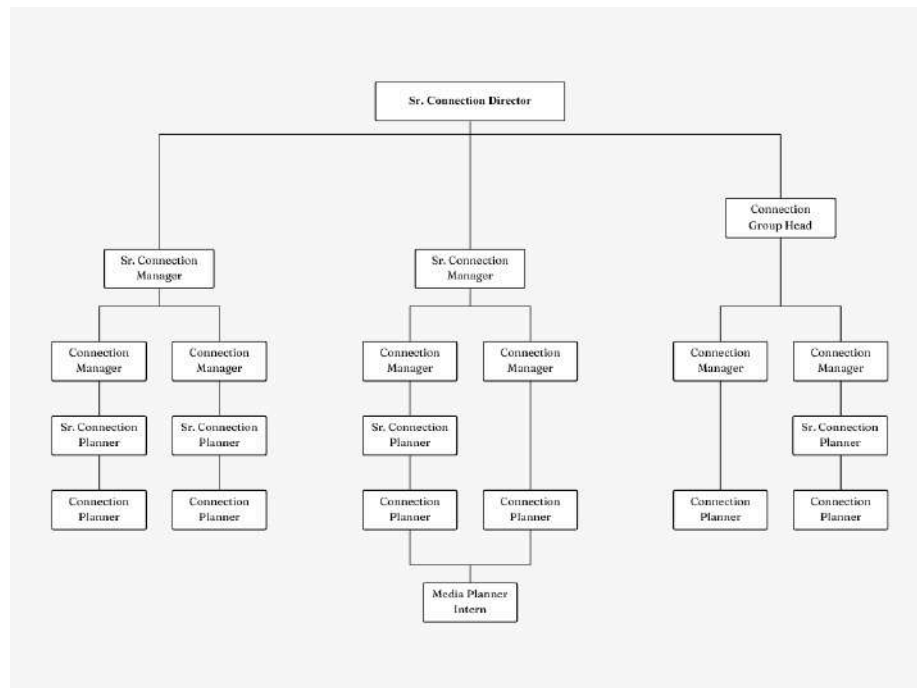
2.1 Gambar Logo i-dac Indonesia

Sumber: i-dac Indonesia | LinkedIn

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi i-dac Indonesia membagi fungsionalitas utama ke dalam beberapa tim, yaitu C-NNEXT, D-DRIVE, dan A-MITY, yang masing-masing memiliki spesialisasi klien dan alur kerja yang spesifik. Penulis ditempatkan di tim C-NNEXT, dengan keterangan struktur sebagai berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



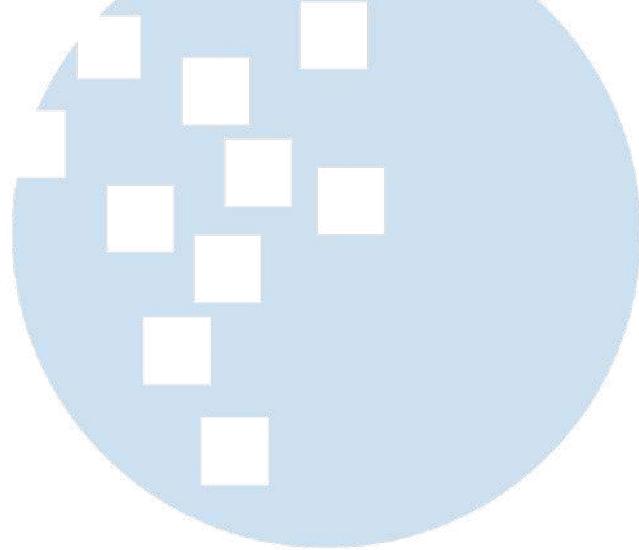
2.2 Gambar Struktur Organisasi I-dac Indonesia

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Tim C-NNEXT adalah unit yang berfokus pada manajemen media untuk klien Indofood Group dengan memiliki 3 sub-bagian tim untuk menangani kategori merek yang berbeda-beda. Tim ini dipimpin oleh seorang Sr. Connection Director yang membawahi tiga sub-bagian, dengan satu diantaranya dipimpin oleh Connection Group Head dan dua lainnya oleh Sr. Connection Manager. Berikut adalah detail hirarki tim C-NNEXT dan posisi magang penulis:

1. Sr. Connection Director dan Connection Group Head: Bertanggung jawab atas kepemimpinan strategis dan keseluruhan kinerja tim dalam melayani klien Indofood Group.
2. Sr. Connection Manager dan Connection Manager: Bertanggung jawab untuk mengelola tim dan mengkurasi strategi media yang lebih spesifik berdasarkan kategori atau tipe merek klien.

3. Connection Planner: Bertindak sebagai pelaksana taktis harian yang berfokus pada pengembangan dan optimalisasi rencana media.
4. Media Planner Intern (Penulis): Posisi magang penulis berada di bawah koordinasi Connection Planner. Penulis bertugas membantu dan mendukung tugas harian tim Connection dalam proses penyusunan dan strategi media digital.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA