

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang HYBRID:H

Hakuhodo, Inc. merupakan salah satu *integrated marketing agency* tertua di Jepang yang didirikan oleh Hironao Seki pada Oktober 1895. Hakuhodo dikenal sebagai agensi yang memiliki reputasi kuat dalam bidang kreativitas di industri periklanan global. Hal ini dibuktikan melalui berbagai penghargaan internasional, di antaranya *Best of Show Agency* di MOB-EX Awards 2025, meraih *2nd Media Agency of The Year*, *3rd Digital Agency of The Year*, dan *4th Creative Agency of The Year* di ADFEST 2025. Perusahaan ini memiliki koneksi luas yang mencakup lebih dari 150 cabang dengan berbagai industri di 20 negara dan terdapat lebih dari 10.000 spesialis yang bekerja di seluruh dunia, salah satunya Indonesia (Hakuhodo Global, 2026).

PT Hakuhodo Indonesia beroperasi sejak tahun 2003 dan berkembang dengan membentuk beberapa unit bisnis yang memiliki fokus pada layanan *marketing communication*. Hakuhodo International Indonesia memiliki banyak anak perusahaan yaitu Hakuhodo Indonesia, Lotus, Hybrid:H, dan H-Three memegang *brand agency*, I-Dac Indonesia memegang *digital media*, Hakuhodo Digital memegang *digital agency*, dan H+ memegang *digital transformation*. Dengan mengusung filosofi *Sei-Katsu-Sha (Life-Living-Person)*, yang menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam memahami manusia. Dalam perspektif tersebut, manusia tidak hanya dipandang sebagai konsumen dari sisi ekonomi, tetapi juga sebagai individu yang menjalankan kehidupan serta membentuk gaya hidup dan masa depannya.



Gambar 2.1 Unit Bisnis di bawah Jaringan HakuHodo International Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

PT Hardana Widya Mahir (Hybrid:H) didirikan pada tahun 2016 sebagai *full service agency* yang menjadi bagian ketiga dari jaringan HakuHodo Network Indonesia. Perusahaan ini memiliki koneksi dengan Jepang dan terdaftar sebagai anggota Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P31). HYBRID:H dikenal sebagai *creative solution company* yang memberikan solusi komunikasi secara kreatif dan inovatif. Dalam setiap proyek yang dijalankan, perusahaan ini selalu menggabungkan beberapa ide strategis untuk menghasilkan solusi yang relevan bagi Client. *Client* besar yang di pegang oleh HYBRID:H antara lain; Tempo Scan Group, Toyota, Choco Pie, dan BRI.



Gambar 2.2 Logo HYBRID:H

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Filosofi logo HYBRID:H diawali dari tanda panah yang mengarah ke atas merupakan simbol dari fondasi perusahaan, yaitu *take it further*. Makna ini sejalan dengan komitmen perusahaan untuk terus mengembangkan ide dan solusi yang lebih inovatif. Logo HYBRID:H juga mengarah kepada logo utama HakuHodo

Internasional yang memiliki dua titik, titik pertama mempresentasikan titik awal pekerja dalam menghadapi berbagai tantangan secara mandiri serta menemukan fokus baru dalam hidup dan bermasyarakat. Sementara, titik kedua melambangkan makna koneksi.

2.1.1 Visi Misi HYBRID:H

HYBRID:H memiliki visi dan misi yang menjadi landasan strategis dalam menjalankan proyek perusahaan, sebagai berikut:

a) Visi

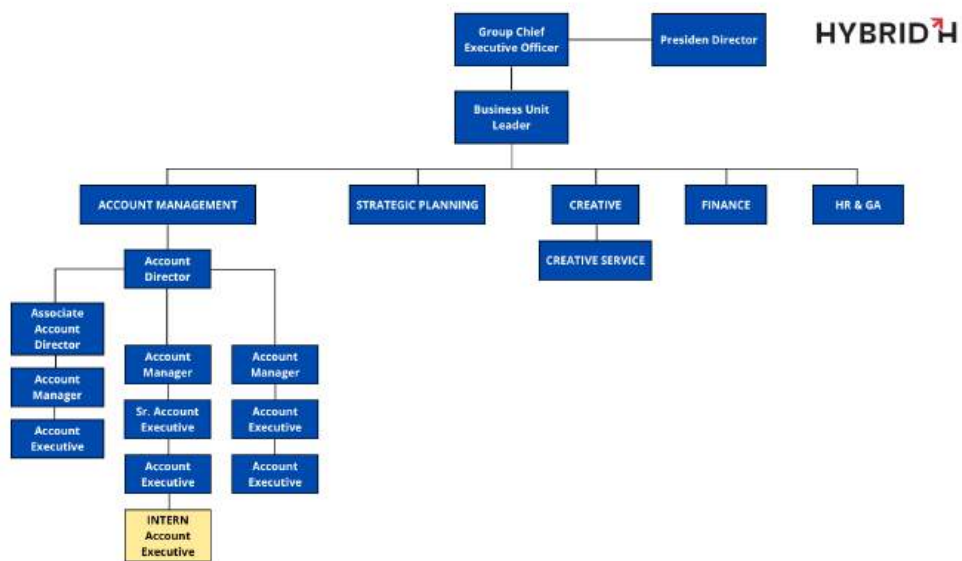
Menciptakan *mindset* baru bahwa jawaban dari sebuah permasalahan bukanlah sekedar *advertising agency* melainkan menawarkan sebuah solusi kreatif untuk Client.

b) Misi

1. *Take it further.* HYBRID:H selalu berupaya untuk mengembangkan sebuah jawaban permasalahan menjadi solusi kreatif yang inovatif lebih dari dua ide dalam rangka menciptakan sebuah solusi kreatif yang inovatif.
2. Tidak hanya mengandalkan iklan sebagai solusi, namun menjawab kebutuhan Client dengan ide kreatif yang disusun berlandaskan filosofi *sei-katsu-sha*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

HYBRID:H dipimpin oleh struktur manajemen yang terdiri dari *President Director, Group Chief Executive Officer, Business Unit Leader*, dan beberapa departemen, seperti *Account Management, Strategic Planning, Creative, Creative Service, Finance*, serta *Human Resource & General Affairs (HR & GA)*. Dalam menangani sebuah *brand*, HYBRID:H mengedepankan pendekatan yang kolaboratif lintas departement. Di mana setiap proyek dikerjakan oleh tim yang terdiri dari berbagai fungsi utama dalam satu tim kerja. Melalui kolaborasi ini, adapun departemen yang terlibat, antara lain:



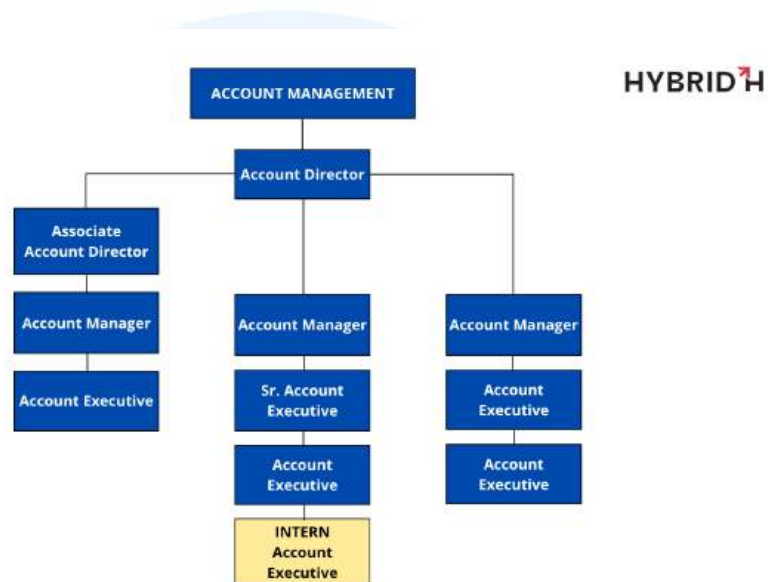
Gambar 2.3 Struktur Organisasi HYBRID:H

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur perusahaan diawali dengan divisi *Account Management*, yang terdiri dari *Account Director* hingga *Account Executive*. Tim ini berperan sebagai penghubung utama dengan *client*, bertanggung jawab dalam memahami brief secara mendalam, serta mengkoordinasikannya kepada tim internal secara rinci untuk memastikan kelancaran *project* dari awal hingga akhir. Struktur ini dilanjutkan oleh divisi *Strategic Planning*, yang melibatkan *Strategic Planning Director* hingga *Junior Strategic Planning*. Tim ini berperan melakukan riset serta menggali insight *creative* sebagai dasar pengembangan strategi. Selain itu, tim memiliki peran dalam menyusun *creative brief* dan merancang strategi komunikasi pemasaran yang terarah dan efektif.

Divisi *Creative* dipimpin oleh *Creative Director* yang berperan dalam memahami *client brief* yang disampaikan oleh tim *Account*, serta mengolah data dan *insight* dari tim *Strategic Planning*. Kemudian, mengolah data tersebut menjadi ide-ide inovatif baru yang mampu menciptakan diferensiasi *brand* di mata audiens. Adapun divisi *Creative Service*, yang bertindak sebagai jembatan untuk mencari mitra pihak ketiga atau *production house* yang sesuai dengan kebutuhan proyek. Secara keseluruhan, aktivitas ini didukung secara administratif

oleh divisi *Finance* yang mengelola arus keuangan dan operasional bisnis, serta divisi *Human Resource and General Affairs* yang menangani pemenuhan fasilitas operasional, rekrutmen, hingga pengembangan karakter seluruh karyawan.



Gambar 2.4 Struktur Departemen *Account Management* HYBRID:H

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Seluruh tim dalam departemen *Account Management* berkolaborasi dalam mencapai tujuan dari perusahaan dengan peran dan tanggung jawab sebagai berikut:

1) *Account Director*

Account Director memiliki peran sebagai pemimpin utama yang menjaga hubungan jangka panjang dengan klien, terutama untuk klien besar. Peran tersebut tidak hanya fokus pada jalannya sebuah proyek, namun juga memastikan setiap kerja sama agar berdampak positif untuk bisnis klien. Selain itu, *Account Director* juga menentukan arah dan visi tim, serta membimbing anggota tim agar mampu memberikan solusi terbaik sesuai standar perusahaan.

2) *Associate Account Director*

Associate Account Director memiliki peran membantu *Account Director* dalam menerjemahkan strategi besar menjadi rencana yang lebih konkret

dan bisa dijalankan oleh tim. Selain itu, *Associate Account Director* juga berperan dalam mengawasi jalannya operasional sehari-hari dan memastikan kualitas layanan tetap konsisten. Posisi ini turut membimbing tim agar dapat terus berkembang dan bekerja secara profesional.

3) *Account Manager*

Account Manager memiliki peran dalam mengkoordinasi kegiatan harian tim *account*, menyusun jadwal meeting, dan memastikan setiap *campaign* berjalan sesuai *timeline* dan mengatur anggaran sesuai perjanjian. *Account Manager* juga memantau kinerja tim, serta memberi arahan kepada tim *Account Executive* dan *Account Executive Intern*, untuk memastikan bahwa ekspektasi *client* dapat terpenuhi.

4) *Senior Account Executive*

Senior Account Executive memiliki peran dan tanggung jawab dalam menangani suatu *project client* yang memerlukan analisis terhadap suatu performa dalam *campaign* iklan. Selain itu, *Senior Account Executive* memiliki tanggung jawab dalam merancang dan mengeksekusi strategi yang telah disusun. Sehingga *Senior Account Executive* perlu menjaga hubungan baik dengan *client* agar dapat memastikan *campaign* iklan yang dibuat telah selaras

5) *Account Executive*

Account Executive memiliki peran dan tanggung jawab sebagai jembatan antara *client* dengan tim internal perusahaan. Selain itu, mereka juga membantu merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi *campaign* iklan. Sehingga *Account Executive* perlu memastikan adanya *brief* dari *client* dapat dipahami dengan baik oleh tim kreatif. Tim *account executive* juga memiliki tanggung jawab dalam menyusun performa dalam melakukan riset *competitor market* dan menyusun strategi.