

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

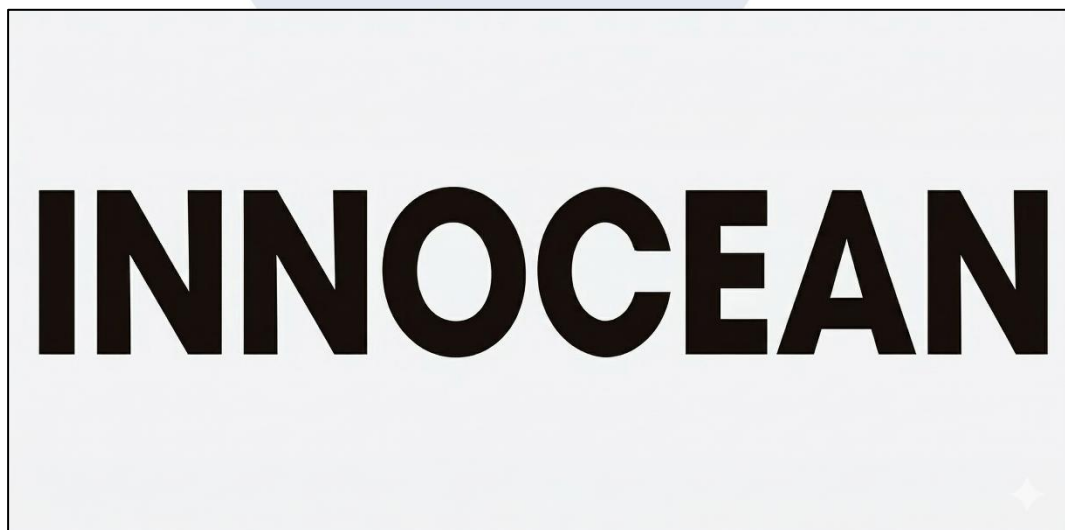
2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Innocean Worldwide resmi didirikan pada Mei 2005 di kota Seoul, Korea Selatan, sebagai sebuah bisnis strategis yang berada langsung di bawah naungan Hyundai Motor Group [6]. Pemilihan nama "Innocean" sendiri bukan sebagai identitas korporat, melainkan sebuah gabungan filosofis dari dua kata bahasa Inggris, yaitu *Innovation* (inovasi) dan *Ocean* (samudera) [7], dengan logo seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1. Penggabungan ini merepresentasikan visi besar perusahaan untuk terus menghadirkan solusi komunikasi kreatif yang tidak hanya inovatif, tetapi juga memiliki cakupan yang luas serta kedalaman strategi yang kuat bagi para mitra kliennya [7]. Pada masa-masa awal pendiriannya, perusahaan ini beroperasi sebagai agensi internal (in-house agency) yang berfokus penuh pada pengelolaan strategi pemasaran merek otomotif global seperti Hyundai dan Kia [6]. Seiring dengan tuntutan perkembangan industri kreatif, perusahaan ini berhasil bertransformasi menjadi agensi komunikasi pemasaran global yang mandiri dan kompetitif, hingga akhirnya sukses mencatatkan saham perdana mereka di bursa efek Korea (Korea Composite Stock Price Index atau KOSPI) pada tahun 2015 [6], [4].

Pembesaran strategis Innocean ke pasar industri kreatif Indonesia sendiri dimulai secara resmi pada tahun 2020, ditandai dengan dibukanya kantor pusat operasional yang berkedudukan di Jakarta. Langkah perbesaran ini diambil sejalan dengan ambisi jangka panjang dari Hyundai Motor Group dalam memperkuat sekaligus memperluas bisnis otomotif serta ekosistem gaya hidup di wilayah Asia Tenggara [7]. Dalam kurun waktu yang singkat, tepatnya pada September 2023, Innocean Indonesia berhasil mencapai sejarah penting, yaitu mendapatkan pencapaian baru dalam industri periklanan dengan ditunjuk secara resmi sebagai Kantor Pusat Regional (Regional Headquarters atau RHQ) untuk wilayah Asia Pasifik (APAC) [3]. Melalui peningkatan status operasional ini, Innocean Indonesia kini memegang peranan krusial sebagai pusat koordinasi strategis serta pengambil

kebijakan utama bagi operasional agensi di berbagai negara tetangga, yang mencakup wilayah Singapura, Australia, Malaysia, hingga Thailand [5].

Performa kerja yang ditunjukkan oleh Innocean Indonesia di pasar internasional pun telah membuahkan berbagai pengakuan serta penghargaan bergengsi berskala global. Salah satu pencapaian yang paling monumental adalah keberhasilan Innocean dalam mencatatkan diri sebagai agensi pertama dari Indonesia yang memenangkan penghargaan Yellow Pencil pada ajang D&AD, sebuah kompetisi desain dan periklanan internasional yang sangat dihormati di tingkat dunia [7]. Tidak berhenti di itu, berkat konsistensi dalam melahirkan kampanye-kampanye kreatif yang berdampak luas, agensi ini juga berhasil dinobatkan sebagai Agency of the Year nomor satu di Indonesia oleh lembaga publikasi industri kreatif terkemuka, Campaign Brief Asia, selama dua tahun berturut-turut [7].



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Innocean Indonesia

2.1.1 Visi

Innocean Indonesia memposisikan diri sebagai penjelajah di "samudera inovasi". Visi perusahaan adalah untuk terus menemukan berbagai kemungkinan baru guna mentransformasi ide menjadi kampanye yang berdampak luas. Innocean menetapkan bahwa inovasi adalah bahan bakar utama perusahaan, sementara memberikan hasil nyata adalah misi utama yang harus dicapai.

2.1.2 Misi

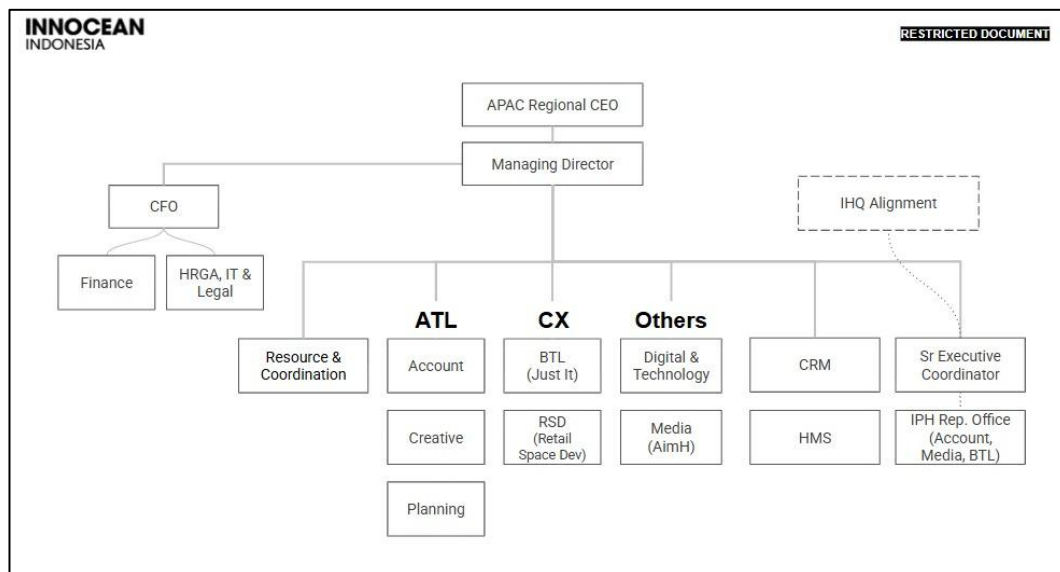
Sebagai *agency* yang memiliki semangat tinggi (*passionate*) dan berorientasi pada tujuan (*goal-orientate*), Innocean Indonesia memiliki misi untuk memainkan peran besar di pasar Indonesia melalui kapabilitas yang terintegrasi penuh, yang meliputi:

- Pembuatan Konsep Komunikasi ATL (Above the Line): Mencakup pembuatan iklan televisi (TVC), iklan cetak, dan iklan radio.
- Eksekusi BTL (Below the Line): Melaksanakan aktivasi lapangan (*on-ground activations*).
- Pengalaman Nirkabel (Seamless Experience): Merancang pengalaman konsumen yang terintegrasi secara lancar, baik secara daring (*online*) maupun luring (*offline*).

Dengan terus berkembang, perusahaan berkomitmen menciptakan solusi bermakna dengan audiens serta mampu melampaui ekspektasi klien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Innocean Worldwide Indonesia dirancang untuk mendukung peran strategisnya sebagai agensi pemasaran global. Hierarki kepemimpinan tertinggi dipimpin oleh *APAC Regional CEO* yang membawahi Managing Director sebagai otoritas pengambil keputusan tertinggi di tingkat lokal. Di bawah jajaran eksekutif, terdapat fungsi manajemen keuangan dan dukungan operasional yang dikoordinasikan oleh *Chief Financial Officer (CFO)*. Bagian ini bertanggung jawab atas divisi *Finance* serta divisi HRGA, IT, dan Legal untuk memastikan seluruh aspek administrasi, stabilitas finansial, serta infrastruktur teknologi internal perusahaan berjalan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Visualisasi hierarki perusahaan secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 2.2.

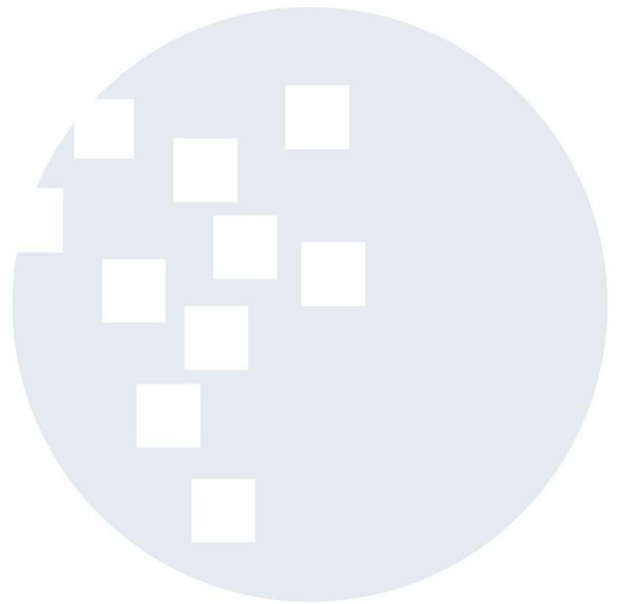


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT Innocean Indonesia

Operasional utama perusahaan terbagi ke dalam beberapa pilar fungsional strategis yang dirancang untuk memberikan komunikasi pemasaran secara komprehensif, mulai dari layanan periklanan konvensional, pengelolaan pengalaman konsumen, hingga pengembangan inovasi teknologi digital. Pada pilar pertama, kategori ATL diakomodasi oleh kolaborasi antara departemen *Account Management*, *Creative*, dan *Strategic Planning* yang berfokus penuh pada perancangan konsep kreatif serta eksekusi strategi periklanan melalui media massa. Di sisi lain, pilar *Customer Experience (CX)* bergerak untuk menangani aktivitas pemasaran yang lebih interaktif, tersegmentasi, dan personal melalui unit BTL, sekaligus berfokus pada pengembangan estetika ruang fisik penunjang lewat divisi *Retail Space Development (RSD)*.

Transformasi digital global, PT Innocean Worldwide Indonesia juga membentuk operasional khusus yang menaungi divisi *Digital & Technology* serta divisi *Media (AimH)*. Divisi *Digital & Technology* inilah yang menjadi tempat bernaung dalam melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan kerja magang untuk posisi *Web Developer Intern*. Secara umum, divisi ini memegang peranan dalam melakukan pemeliharaan (*maintenance*) berkala terhadap seluruh aset digital, serta mengeksekusi pembaruan konten secara dinamis pada situs web resmi milik berbagai *brand* otomotif global seperti Hyundai Indonesia. Sistem koordinasi

internal yang berjalan intensif di dalam divisi ini memastikan bahwa setiap implementasi arsitektur teknologi, optimasi baris kode, dan manajemen konten digital dapat tereksekusi dengan serta sepenuhnya selaras dengan standar sekaligus spesifikasi fungsional yang telah ditetapkan oleh pihak klien.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA