

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Hakuhodo Digital Indonesia

Hakuhodo Digital Indonesia merupakan sebuah agensi periklanan digital *full-service* yang didirikan pada tahun 2018 dan merupakan salah satu anak dari jaringan perusahaan periklanan global Hakuhodo, yang didirikan di Jepang pada tahun 1895. Hakuhodo merupakan perusahaan yang fokus dalam komunikasi pemasaran terpadu yang memiliki sekitar 20 cabang di belahan negara dengan lebih dari 10.000 tenaga profesional di seluruh dunia, serta menjalin hubungan dengan lebih dari 3.000 klien di seluruh dunia, sebagian di antaranya telah terjalin lebih dari 60 tahun. Hakuhodo juga menjadi bagian inti dari Hakuhodo DY Holdings yang konsisten masuk ke dalam sepuluh besar perusahaan agensi periklanan terbesar di dunia, dengan Hakuhodo Digital Indonesia yang memposisikan diri sebagai agensi yang secara khusus fokus pada ranah digital, membedakannya dari kompetitor sejenis seperti Dentsu Indonesia yang juga aktif di pasar Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Hakuhodo Digital Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Berbekal dari jaringan dan pengalaman tersebut, Hakuhodo Digital Indonesia memberikan layanan yang mencakup *digital insight*, strategi pemasaran digital, desain, pengembangan teknologi digital, serta pengelolaan media sosial, dengan pendekatan berbasis data sebagai landasan utama dalam menciptakan pengalaman yang relevan bagi audiens maupun klien. Salah satu

layanan yang ditawarkan oleh perusahaan adalah pengelolaan *influencer marketing*, di mana Hakuhodo Digital Indonesia secara aktif menjalin hubungan kerja sama dengan berbagai KOL untuk membantu *brand* membangun komunikasi yang lebih personal dan kredibel dengan audiensnya, seperti yang tercermin dari kampanye #Telkomsel31Tahun, #NontonPastiSimpati, dan #TheLoyalRoamax untuk Telkomsel sebagai klien utama dari Hakuhodo Digital Indonesia.

Pendekatan ini menempatkan Hakuhodo Digital Indonesia di tengah pergeseran lanskap pemasaran digital saat ini, di mana kepercayaan dan kedekatan audiens terhadap sumber pesan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan sebuah kampanye. Melalui pengelolaan KOL secara strategis, perusahaan ini dapat mengimplementasikan strategi *KOL Management* yang tidak hanya berorientasi pada jangkauan, tetapi juga pada ketepatan dan keberlanjutan hubungan antara brand dan audiensnya.

2.1.1. Visi Misi Hakuhodo Digital Indonesia

Visi dari Hakuhodo adalah menjadi perusahaan yang memegang prinsip *Sei Katsu Sha Value Design Company*. Hakuhodo Digital Indonesia bekerja keras untuk menciptakan nilai bagi masyarakat dengan memahami aspirasi setiap individu serta melakukan perkembangan dengan membuat berbagai inovasi yang dapat memberikan dampak positif bagi kehidupan di lingkungan dan sosial.

Hakuhodo memiliki misi demi mewujudkan visi tersebut dengan cara menciptakan masa depan yang lebih baik dengan melakukan pemberdayaan individu, organisasi, serta masyarakat agar dapat berkembang secara bersamaan. Hakuhodo juga berupaya untuk melakukan perencanaan dan merealisasikan berbagai proyek, produk, layanan, dan sistem inovatif yang dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat serta berkontribusi aktif terhadap perkembangan bisnis yang berkelanjutan.

Hakuhodo juga berpegang teguh untuk terus memanfaatkan

keativitas yang telah dikembangkan melalui kegiatan pemasaran dan komunikasi untuk menciptakan perubahan yang bermakna bagi berbagai sektor di kehidupan masyarakat. Selama proses berlangsung, Hakuodo melakukan kerja sama dengan berbagai pihak klien, media, industri, pemerintah, akademisi, serta pemangku kepentingan lainnya untuk secara bersama menghadapi serta melakukan penyelesaian berbagai tantangan bisnis maupun sosial.

2.2 Struktur Organisasi Hakuodo Digital Indonesia

Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan memiliki fungsi sebagai landasan untuk mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, serta alur koordinasi antar divisi agar pekerjaan dapat beroperasi secara efektif. Struktur organisasi dalam Hakuodo Digital Indonesia dirancang untuk mendukung proses perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan evaluasi terkait kampanye yang dibuat oleh berbagai tim dengan posisinya masing-masing.

Secara umum, struktur organisasi Hakuodo Digital Indonesia terdiri dari beberapa divisi dan posisi yang saling berhubungan dalam mendukung pekerjaan perusahaan.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Hakuodo Digital Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Berikut merupakan penjelasan dari beberapa peran utama dalam struktur organisasi tersebut:

1. *Creative*

Melakukan pengembangan konsep dan ide kreatif untuk kampanye, membuat konten desain dan komunikasi untuk kampanye, serta melakukan penyesuaian konten dengan identitas dan tujuan klien.

2. *Strategy & Data*

Melakukan analisis dan riset audiens sesuai data yang ada untuk kampanye, membuat strategi dan tujuan untuk kampanye, serta melakukan evaluasi terhadap performa melalui data yang ada.

3. *NBD (New Business Development)*

Membangun hubungan bisnis dengan para calon klien, membuat proposal dan melakukan *pitching* untuk kampanye yang akan dibuat, serta mencari *brand* yang berpeluang untuk menjadi klien baru.

4. *Account Management*

Menjadi jembatan komunikasi antara klien dan tim internal, menyediakan kebutuhan untuk kegiatan kampanye, serta mengawasi kampanye agar berjalan sesuai target dan *timeline*.

5. *Production*

Melakukan koordinasi dengan tim kreatif dan vendor terkait konten untuk kampanye, mengelola secara nyata terkait konten kampanye dan memastikan bahwa hasil produksi konten tersebut sesuai dengan *brief* klien.

6. *H+ Digital & Tech*

Fokus dalam mengelola dan mengembangkan teknologi *digital* untuk kebutuhan kampanye, bisa dalam analisis performa kampanye hingga

mendukung kampanye agar lebih optimal melalui data yang ada.

7. *Finance, Accounting, & Tax*

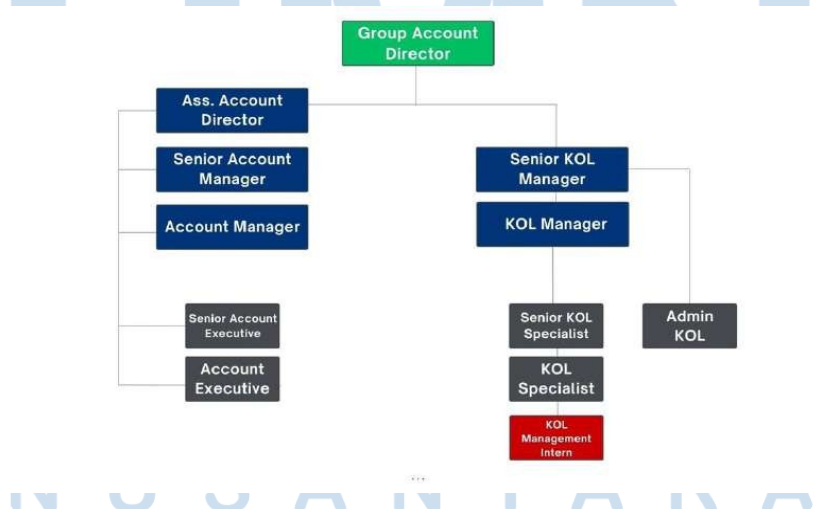
Mengelola semua keuangan yang terjadi di perusahaan, membuat laporan keuangan perusahaan dan mengelola kewajiban perpajakan perusahaan.

8. HR & GA

Mengembangkan sumber daya manusia dan program untuk karyawan di Perusahaan, mengurus kebutuhan operasional perusahaan, dan fokus dalam mengelola rekrutmen dan administrasi seluruh karyawan.

2.3 Struktur Organisasi Divisi Account Management Hakuodo Digital Indonesia

Divisi Account Management merupakan salah satu divisi penting dalam struktur organisasi Hakuodo Digital Indonesia. Divisi ini memiliki peran penting dan strategis dalam menjadi jembatan komunikasi antara klien dan perusahaan. Divisi ini tidak hanya berfungsi sebagai jembatan komunikasi, tetapi juga sebagai pengendali dari jalannya proyek agar dapat sesuai dengan keinginan dan perencanaan yang telah dibuat.



Gambar 2.3 Struktur Divisi Account Management

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Secara Struktural, Divisi Account Management terdiri dari beberapa posisi yang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda namun tetap saling berhubungan. Setiap posisi memiliki cara untuk dapat berkontribusi penting dalam memastikan kampanye agar dapat berhasil, mulai dari perencanaan kampanye hingga evaluasi setelah berjalannya kampanye tersebut. Adapun peran dan tanggung jawab dalam Divisi Account Management adalah sebagai berikut:

1. *Group Account Director*

Memimpin dan mengawasi seluruh kinerja Tim Account Management, mengambil keputusan strategis terkait sebuah kampanye dan hubungan dengan klien, serta menentukan strategi untuk pengelola klien. Keputusan strategis ini menjadi acuan bagi *Assistant Account Director* dan *Senior Account Manager* dalam menjalankan pengelolaan klien sehari-hari.

2. *Assistant Account Director*

Melakukan pengawasan untuk klien yang dipegang, memastikan kampanye berjalan sesuai dengan perencanaan, dan menjaga hubungan dengan klien dalam skala yang luas, bekerja sama dengan *Senior Account Manager* dalam memastikan strategi yang ditetapkan *Group Account Director* terlaksanakan dengan baik.

3. *Senior Account Manager*

Menjadi penghubung komunikasi utama antara klien dan tim, melakukan pengawasan dalam kegiatan proyek perihal operasional dan strategis, serta mengarahkan *Account Manager* dan *Senior Account Executive* dalam pelaksanaan kampanye sehari-hari.

4. *Account Manager*

Bertanggung jawab penuh atas jalannya kampanye, melakukan koordinasi antara divisi, dan berkomunikasi dengan klien perihal

kampanye, termasuk memastikan hasil kerja *Account Executive* sesuai dengan arahan strategis dari jenjang di atasnya.

5. *Senior Account Executive*

Melakukan pengawasan untuk pekerjaan terkait kampanye klien, membantu jalannya operasional kampanye, serta memberi dukungan dan arahan kepada *Account Executive* dalam komunikasi internal maupun eksternal.

6. *Account Executive*

Melakukan rekap untuk *brief*, revisi, dan *feedback* dari klien terkait kampanye yang dibuat, menyusun *timeline* pelaksanaan kampanye, serta meneruskan *brief* tersebut kepada *KOL Manager* dan *KOL Specialist* sebagai dasar penentuan strategi dan eksekusi KOL.

7. *Senior KOL Manager*

Menjadi pemimpin utama dalam Tim KOL Management dengan melakukan pengawasan terhadap aktivitas kampanye berbasis KOL serta menentukan strategi pemilihan KOL, yang kemudian diterjemahkan oleh *KOL Manager* ke dalam kerja sama dan eksekusi yang lebih dalam.

8. *KOL Manager*

Melakukan kerja sama dengan KOL dan menyusun strategi aktivitas KOL untuk kampanye yang dilakukan, serta melakukan koordinasi dengan Tim Account Executive terkait *brief* dan eksekusi dari klien.

9. *Senior KOL Specialist*

Melakukan seleksi dan analisis untuk KOL yang akan dipakai, memastikan hasil kerja sudah sesuai dengan perencanaan, serta mengarahkan *KOL Specialist* dan *KOL Management Intern* dalam pelaksanaan teknis kampanye KOL.

10. *KOL Specialist*

Melakukan koordinasi dengan KOL terkait kerja sama dan konten yang akan dibuat, menjalankan kampanye KOL secara operasional, serta menyusun rekap hasil kampanye bersama *KOL Management Intern* sebelum disampaikan kepada jenjang di atasnya,

11. Admin KOL

Mengatur dan mengelola dokumen-dokumen terkait kontrak kerja sama dengan KOL dan kebutuhan administratif lainnya, mendukung kelancaran proses kerja sama yang dijalankan oleh *KOL Manager* dan *KOL Specialist*.

12. *KOL Management Intern*

Membantu *KOL Specialist* dalam proses pencarian dan seleksi awal KOL maupun *Key Opinion Creator* (KOC), menyusun laporan performa konten, serta melakukan laporan terhadap *engagement* sebagai bahan evaluasi yang selanjutnya disampaikan kepada *KOL Specialist* dan diteruskan kepada *Account Executive* untuk dikomunikasikan kepada klien.

Secara keseluruhan, struktur organisasi Divisi Account Management di Hakuodo Digital Indonesia memiliki pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, baik, pada jenjang internal masing-masing tim maupun pada relasi lintas tim antara pengelolaan klien dan pengelolaan KOL. Alur kerja yang berawal dari *brief* klien hingga pelaporan hasil kampanye menunjukkan bahwa setiap posisi, termasuk peran penulis sebagai *KOL Management Intern*, saling terhubung dan bergantung pada satu sama lain. Koordinasi yang konsisten antar posisi inilah yang memungkinkan setiap kampanye berjalan secara terarah, terkoordinasi, dan mampu mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.