

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Redcomm Indonesia

Redcomm Indonesia yang secara legal terdaftar sebagai PT Persuaseni Merah Kreasindo merupakan agensi pemasaran atau periklanan digital independen pionir yang berbasis di Tanah Abang, Jakarta Pusat. Agensi ini didirikan pada tahun 2001 oleh Damon Hakim sebagai lembaga kecil yang bertujuan mengubah cara kreativitas untuk menciptakan dampak bagi karyawan, klien, dan masyarakat.

Seiring perkembangannya, Redcomm menantang metode periklanan konvensional melalui pendekatan inovatif. Damon Hakim menekankan adaptasi terhadap dinamika digital, ditandai dengan perubahan logo yang melambangkan semangat menghadapi tren baru. Logo ini memiliki simbol yang menginspirasi pelaku industri periklanan untuk terus beradaptasi, membuktikan daya saing agensi lokal Indonesia setara dengan standar internasional.



Gambar 2.1 Logo Redcomm Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Redcomm memiliki prestasi yang diperkuat oleh predikat *Agency of The Year* selama 8 tahun berturut-turut hingga 2025 dari *Campaign Asia*. Penghargaan ini mencakup *Indonesia Independent Agency of the Year* (2019, 2021, 2022, 2024), *Indonesia Digital Agency of the Year* (2020, 2023), serta *Indonesia Digital*

Innovation Agency of the Year (2024), ditambah 99% KPI bisnis klien dan berbagai *award* nasional-global. Reputasi ini lahir dari pendekatan *glocalization* yang menggabungkan strategi global dengan wawasan lokal mendalam.

Redcomm menawarkan layanan *360° Integrated Digital Marketing*, meliputi: *Social Media Activation & Management*, *Social-Driven Content Creation*, *Digital Assets Production*, *Digital Media Planning & Buying*, serta *Data & Insights Analysis*.

Klien utama yang telah ditangani oleh Redcomm mencakup L'Oreal, Indomie, Unilever, Starbucks, Astra, BCA, XL Axiata, Traveloka, Grab, Samsung, Frestea, Mayora, LINE, YouTube Go, dan Tokopedia. Layanan ini didukung oleh 13 unit bisnis yang masing-masing berfokus pada kebutuhan spesifik klien, sehingga memungkinkan Redcomm memberikan solusi yang lebih terarah dan terukur.

Salah satu unit bisnis di bawah payung Redcomm adalah Blssed. Blssed beroperasi sebagai *Bussines Unit* yang khusus mengelola promosi digital melalui pendekatan *live-shopping*, *content creator*, dan kolaborasi dengan platform seperti TikTok. Blssed tidak berdiri sebagai perusahaan terpisah, tetapi menjadi bagian dari ekosistem Redcomm yang memanfaatkan kreativitas, data, dan teknologi untuk membantu *brand* mencapai target audiens mereka. Blssed berada di bawah koordinasi Redcomm dan menjalankan aktivitasnya sesuai visi-misi serta nilai-nilai perusahaan induk.

Pendekatan strategis Redcomm berbasis data dan *insight* membuat seluruh unit bisnis, termasuk Blssed, mampu merancang program promosi yang relevan, terukur, dan selaras dengan kebutuhan *brand*. Dengan demikian, Redcomm tidak hanya menjadi agensi pemasaran, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi berbagai *brand* besar di Indonesia, sedangkan Blssed menjadi salah satu ujung tombak yang bergerak di garis depan untuk aktivitas promosi digital berbasis *content creator* dan *live-shopping*.

2.2 Visi Misi Redcomm Indonesia

Berbeda dengan banyak perusahaan yang memiliki rumusan visi dan misi tertulis secara formal, Redcomm Indonesia tidak memiliki visi-misi yang dirilis dalam dokumen resmi. Namun, Redcomm tetap memiliki arah kerja dan prinsip-prinsip inti yang menjadi penuntun seluruh aktivitas, baik di level perusahaan maupun di seluruh bisnis unit di bawah payungnya, termasuk Blssed.

Prinsip inti yang digunakan di Redcomm dan diadopsi juga oleh Blssed adalah:

- 1) *Disrupt:*
“Delivered with a uniquely relevant method with personalization in mind, that stands out for attention and stays in for behavioral change.”
- 2) *Impact:*
“Ended with real brand impact that contibutes to overall growth of business value.”

2.3 Struktur Perusahaan Redcomm Indonesia

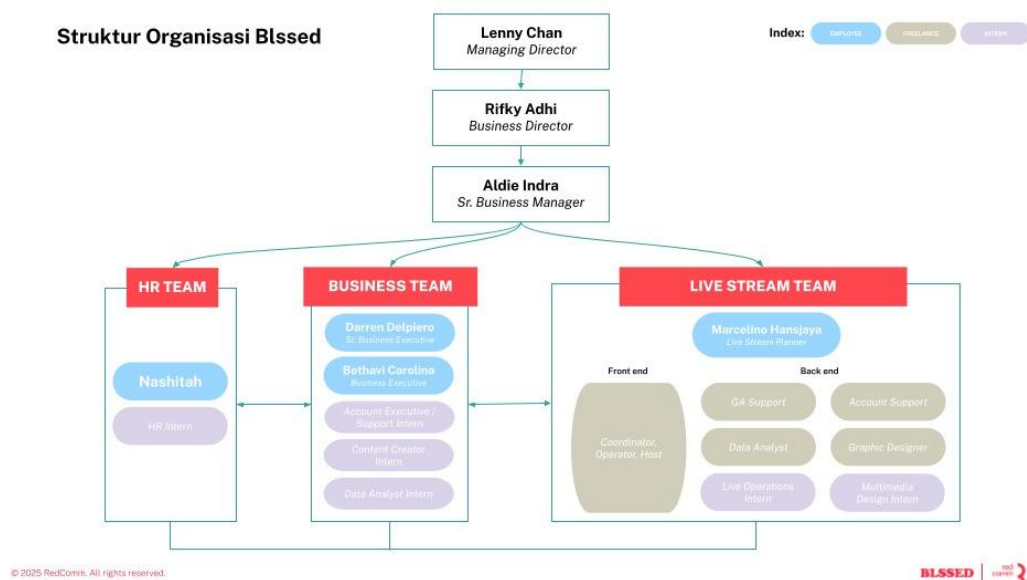
Redcomm Indonesia memiliki struktur organisasi yang terdiri dari level pimpinan perusahaan, beberapa departemen fungsional, serta 13 *Bussines Unit* yang beroperasi di bawah payung agensi. Tiap *Bussines Unit* memiliki fokus dan kekhasan yang berbeda antara lain sebagai berikut:



Gambar 2.2 *Bussines Unit* Redcomm Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Masing-masing dari *Bussines Unit* memiliki fokus dan kekhasan yang berbeda, tetapi tetap berada di bawah payung dan koordinasi Redcomm. Blssed merupakan salah satu *Bussines Unit* yang berfokus pada promosi digital berbasis *content creator*, *live-shopping*, dan aktivasi di platform seperti TikTok. Blssed tidak berdiri sebagai perusahaan terpisah, tetapi berada di dalam struktur organisasi Redcomm, sehingga semua kegiatan di dalam unit ini berjalan di bawah payung dan koordinasi Redcomm Indonesia.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Blssed

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Business Team bertanggung jawab terhadap pada menangani eksekusi promosi dan aktivasi untuk klien. Berikut masing-masing *job description* posisi pada *Business Team* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. *Senior Business Executive (Sr. Business Executive)*

Menangani koordinasi hubungan utama dengan klien, mengelola negosiasi, kontrak, dan target kampanye, serta mengoordinasikan arahan strategis dari klien ke tim internal Blssed.

B. *Business Executive*

Membantu *Sr. Business Executive* dalam mengelola *account* klien, menyusun rencana kerja, dan mengoordinasikan aktivitas promosi dengan tim kreatif dan *content creator*.

C. *Account Executive Intern*

Menangani pelaksanaan aktivitas harian untuk masing-masing klien, seperti menyusun *brief*, mengatur jadwal promosi, dan menjaga komunikasi operasional dengan tim kreatif serta *content creator*.

D. *Account Support Intern*

Menangani tugas administratif dan operasional pendukung, seperti mengarsipkan materi, serta mendukung kelancaran proses administratif dalam pelaksanaan kampanye.

E. *Content Creator Intern*

Merancang dan mengeksekusi konten promosi, terutama di platform seperti TikTok. Dengan menerapkan prinsip *Disrupt* dan *Impact* melalui konsep konten yang menarik, relevan, dan berorientasi pada perubahan perilaku konsumen.

F. *Data Analyst Intern*

Mengelola dan menganalisis data kinerja kampanye, seperti *engagement*, *views*, dan performa promosi. *Data Analyst Intern* juga memberikan *insight* untuk mengevaluasi hasil kampanye serta merekomendasikan penyesuaian strategi konten yang lebih tepat sasaran.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A