

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

The Hatch Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang *talent incubator* dan juga sebagai *satellite agency*. The Hatch sendiri terletak di Jl. Darmawangsa IIA No.11A, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang telah berdiri sejak tahun 2017.

The logo for 'the hatch' features a stylized teal 'H' inside a teal circle, with a red swoosh and a blue swoosh behind it. Below the graphic, the text 'the hatch' is written in a bold, lowercase, sans-serif font.

Gambar 2.1 The Hatch Logo
Sumber : The Hatch

The Hatch melihat permasalahan utama bagi para *fresh graduate* adalah minimnya pengalaman kerja, sedangkan banyak diluar sana perusahaan hanya menerima para lulusan universitas yang telah memiliki pengalaman di industri sesuai dengan bidangnya. Hatch Indonesia memiliki program pelatihan yang memberikan kesempatan kepada para talenta untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman mereka di bidang pemasaran digital. Posisi yang tersedia dalam program pelatihan The Hatch Indonesia adalah *Account Manager, Digital Strategist, Social Content and Media Specialist, Media Planner, Graphic Designer and*

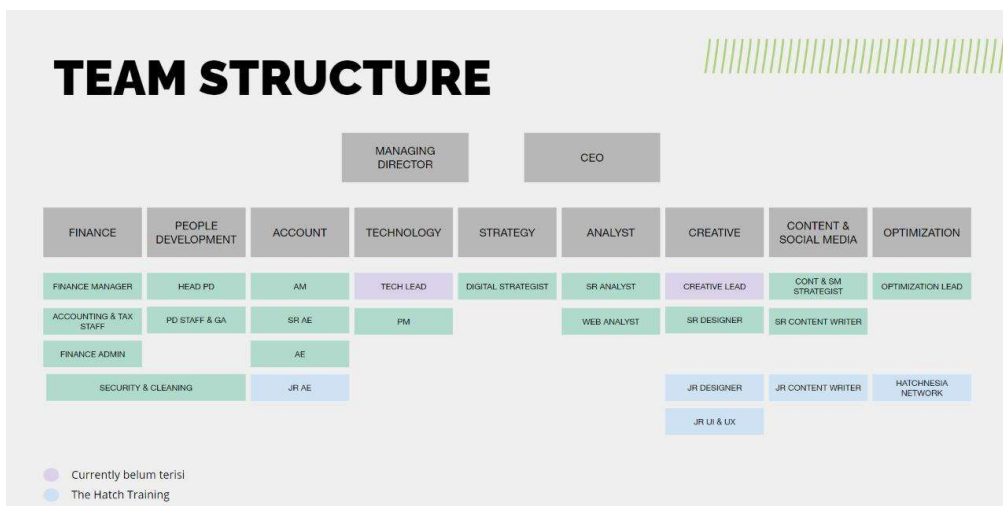
Technology. Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh pimpinan The Hatch Indonesia pada Oktober 2019, **Lasya Miranti**, program ini lahir dari kesadaran bahwa tidak hanya industri dan teknologi yang berkembang, proses pemasaran dan komunikasi perusahaan juga akan berpindah ke dunia digital. Melaksanakan program pelatihannya, The Hatch Indonesia bekerjasama secara langsung dan menjadi bagian resmi dari beberapa universitas yang ada di Indonesia (Hendrayani, 2020).

Dari tujuan The Hatch kita bisa melihat potensi untuk berkembang dengan industri digital. Melansir dari website Kementerian Keuangan Republik Indonesia Menteri Perdagangan (Mendag) **Muhammad Lutfi** saat memberikan keterangan pers usai Rapat Terbatas perihal Hilirisasi Ekonomi Digital yang dipimpin oleh Presiden **Joko Widodo** pada (Kamis, 10 Juni 2021) di Jakarta “Tenaga kerja atau sumber daya manusia dengan keahlian teknologi khusus juga menjadi salah satu pilar penting, ekosistem inovasi juga penting untuk merevitalisasi ekonomi digital, serta layanan publik, ekonomi digital dan good governance dan strategi digital.” (Kementerian Keuangan, 2021)

The Hatch Indonesia juga sudah bekerja sama dengan beberapa *brand-brand* yang terkenal, Menurut informasi dari The Hatch Indonesia Talent Director, **Zahrani Aryani** (Februari 2020), The Hatch Indonesia telah mengelola sekitar 25 sampai 30 proyek kolaborasi *brand*, perusahaan dan UMKM untuk menyediakan pesan iklan dan layanan pemasaran digital. Proyek kolaboratif yang dipimpin ini tidak hanya membantu talenta menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan atau kursus universitas, tetapi juga melengkapi pengalaman kerja profesional dan menjadi daftar Tabungan untuk talenta(Hendrayani, 2020). Berikut beberapa brand yang pernah bekerja sama dengan The Hatch Indonesia: 1 Pintu, Trans Jakarta, ADPLUS, Goers, Rack Digital, KYB, King Koil, Emeron, Aspira, Sequis, Manulife, dan masih banyak lagi.

2.2 Struktur Organisasi

Berikut ini adalah penjelasan serta tugas dari semua posisi yang ada di The hatch Indonesia:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi
Sumber: Company profile The Hatch

a) **CEO (Chief Executive Officer)**

CEO memiliki peran penting dalam suatu perusahaan, sebagai CEO keputusan besar dan kebijakan-kebijakan yang berpengaruh besar akan dilakukan oleh CEO. Selain itu juga CEO menawasi berjalannya perusahaan serta menjadi pemimpin perusahaan.

b) **Managing Director**

Managing Director atau MD adalah direktur eksekutif senior dan bertanggung jawab atas kelancaran operasi perusahaan dan profitabilitas perusahaan. MD juga mengawasi dan membuat perencanaan untuk perusahaan dari jangka pendek hingga jangka panjang.

c) **Optimization**

Seseorang yang mengurus hal-hal yang bersangkutan dengan pemasaran digital, mencari cara bagi mana kampanye atau akun brand yang sedang melakukan kampanye atau membangun awareness dengan

optimasi yang sedemikian rupa agar banyak pengunjung di web perusahaan atau sosial media perusahaan, mencari bagaimana kebiasaan target market perusahaan di website atau sosial media, setelah itu optimazion specialist akan membuat rumusan sedemikian rupa untuk membenahi seluruh masalah optimasi.

d) **Content and Social Media**

Bagian yang mengurus konten sosial media. Mereka fokus untuk memproduksi konten yang suitable dengan platform yang mereka gunakan, bagaimana cara memproduksi konten yang baik sesuai kemauan client dan persona yang dibentuk oleh sebuah brand, selain itu juga bertugas membuat konten sesuai jadwal yang diminta oleh client dan juga untuk produksi konten internal The Hatch Indonesia. Mereka juga membuat kegiatan di sosial media seperti kampanye, trivia, dan masih banyak lagi. Tidak lupa juga membuat strategi media sosial di setiap platformnya.

e) **Creative**

Bagian kreatif memiliki peran penting tentang kreatifitas sebuah pesan. Membuat tulisan menjadi menarik dan juga memproduksi di ranah audio visual. Mereka juga bagian yang bisa menempatkan kira-kira bagaimana memvisualisasikan sebuah pesan terhadap suatu brand yang sedang ditangani. Selain itu juga bagian ini dituntut sudah memproduksi konten kreatif yang sesuai dengan industri saat ini.

f) **Analyst**

Analyst adalah bagian yang mengurus tentang data-data digital, dimana data tersebut dikumpulkan untuk dianalisa. Mereka juga mengolah data tersebut agar data tersebut bisa dioptimalkan dan menjadi data yang berkualitas. Data tersebut diolah untuk dijadikan peningkatan sebuah program dan peluang baru.

g) **Strategist**

Bagian strategist mempunyai tugas untuk membuat dan juga merencanakan segala aktivitas atau kampanye. Biasanya bagian ini merencanakan timeline, cara penyampaian pesan, penggunaan platform,

penyesuaian persona, dan mengawasi berjalannya sebuah kampanye agar tidak terjadi kesalahan atau hal-hal yang tidak sengaja dilewatkan. Strategist juga mengurus masalah pemasaran digital.

h) **Technology**

Bagian teknologi adalah bagian yang mempunyai wawasan mengenai teknologi *hard ware* dan *soft ware*. Tugas mereka adalah mengoptimalkan perangkat lunak atau keras untuk menunjang semua kegiatan yang menggunakan sebuah perangkat, agar semua pekerjaan menjadi lebih ringan dan mudah.

i) **Account**

Peran *account* sangatlah penting dalam suatu project, tugas bagian ini adalah mengawasi berjalannya sebuah kampanye atau aktivitas digital internal maupun eksternal. Mereka juga sebagai jembatan antara pihak klien dan perusahaan agar tidak terjadi miss informasi dalam sebuah project yang sedang berjalan.

j) **People Development**

Tugas bagian ini adalah bagian yang bertanggung jawab atas karyawan perusahaan. Bagian ini mengurus keterampilan karyawan seperti menjadikan karyawan lebih terampil di bidangnya demi performa pekerjaan yang maksimal. Selain itu bagian ini juga mempunyai tanggung jawab untuk memberikan kebutuhan juga masalah gaji menggaji karyawan yang ada. Bagian ini juga mengurus administrasi karyawan juga bagi k calon karyawan yang akan bergabung dalam tim The Hatch Indoneisa.

k) **Finance**

Bagian keuangan memiliki peran penting bagi perusahaan, tugas bagian fiance adalah mengatur arus keluar masuknya keuangan perusahaan secara terperinci, mereka juga yang akan mengurus masalah perpajakan perusahaan demi menjaga nama baik perusahaan. Keuangan juga harus mencatat seagala transaski yang terjadi dalam perusahaan dan membuat *recap* mengenai transaksi tersebut.

2.2.1 *The Hatch*

The Hatch merupakan perusahaan di bidang *satelite agency* dan juga *talent incubator* yang mempunyai visi “Sebagai Indonesia *Talent Transformation* dengan perencana bahwa pendidikan dan karir adalah hak untuk seluruh anak di Indonesia”. Maka dari visi itu The Hatch mempunyai program-program yang tujuannya mengembangkan bakat dan juga pengalaman untuk mahasiswa mengenai dunia kerja. Pada pengembangan bakat tersebut The Hatch memiliki program pelatihan untuk mahasiswa yang ingin mendalami beberapa bidang di industri yakni: *account executive, media planer, graphic designer, social media specialist, content creator, SEO, copy writing, content writer*, dan masih banyak lagi.

The Hatch juga sudah memiliki pengalaman kerja sama dengan beberapa brand-brand ternama sekitar 30 project yang telah ditangani semenjak 2017. Dari kerja sama tersebut juga menggandeng mahasiswa yang sudah dinilai bisa masuk ke industri setelah melakukan pelatihan agar bisa mengetahui dan berpengalaman langsung bagaimana kondisi industri dan mengetahui *work flow* secara langsung.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan yang dilakukan atau kegiatan umum The Hatch Indonesia sebagai *talent incubator* atau *satelite agency* utamanya adalah mempunyai tujuan untuk membangun dan mengasah kemampuan mahasiswa untuk terjun ke dunia industri pekerjaan. Cara yang The Hatch lakukan dalam melakukan hal tersebut adalah mempunyai beberapa kelas tertentu di masing-masing bidang atau jurusan mahasiswa seperti kelas editing, conten, dan masih banyak lagi. The Hatch juga mempunyai program yang bernama *HATCHKIT*, program ini adalah program yang mendukung perkembangan anggota yang masuk ke The Hatch dengan cara membuat tugas atau *asesment* yang nantinya akan diberi ke masing-masing anggota, lalu The Hatch juga mempunyai mentor di bidangnya masing-masing untuk mendukung dan mengawasi anggota yang sudah bergabung untuk bertanya atau memberikan pengetahuan mengenai bidang yang mereka tekuni, dan terakhir para anggota akan diberikan tugas akhir untuk.

Kegiatan kelas tersebut dilakukan secara daring, dengan 3 gaya penyampaian, yakni *educational learning*, *experimental learning* dan *social learning*. Penyampaian *educational learning* adalah pemberian materi pembelajaran berdasarkan sebuah teori dan beberapa studi kasus mengenai industri untuk fundamental para anggota di setiap bagian. Pembelajaran eksperimental adalah pembelajaran langsung dan merasakan bagaimana mengelola dan menjalankan sebuah project dan dipelajari dari kasus yang ada untuk mempersiapkan masalah sungguhan di dunia industri. Yang terakhir adalah pembelajaran sosial, dimana pembelajaran yang berbentuk *shadowing*, *mentoring*, *coaching*, dan *observasi*.

Program yang ada di The Hatch diutamakan untuk mengembangkan pengalaman mahasiswa mengenai industri agensi digital. Dalam program The Hatch memiliki pelatihan khusus di bidang *account executive*, *mediaplaner*, *content strategist*, *graphic designer*, *social media specialist*, *ui ux design* untuk para mahasiswa yang akan mendalami hal tersebut The Hatch bisa membantu dan juga mempunyai mentor khusus untuk melaksanakan program ini. Dengan adanya program tujuan The Hatch untuk mengembangkan bakat mahasiswa. The Hatch sebagai agensi satelit juga bekerjasama dengan beberapa perusahaan untuk menawarkan jasa menjalankan kampanye dan juga kegiatan sosial media perusahaan.