

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI**

#### **2.1 SEJARAH INSTANSI / PERUSAHAAN**

PT. Doxadigital Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang *Creative* dan *Digital Agency*. Pada mulanya, Doxadigital didirikan oleh Bapak Viktor Iwan pada tahun 2002 sebagai *web developer*, namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang semakin cepat. Maka Doxa mencoba untuk mengembangkan bisnisnya dengan menggabungkan skill dalam IT dan marketingnya. Setelah itu pada tahun 2009, Doxadigital beralih total menjadi *Creative Digital Agency* dengan menawarkan 4 layanan terintegrasi seperti: *Creative design, Web developer, online marketing* dan *video production* sehingga Doxa dapat mencoba berbagai hal baru dari tren marketing saat ini. Doxa selalu melakukan pekerjaannya melalui data karena Doxa memiliki prinsip bahwa setiap bisnis ini tidak bisa melakukan perbaikan atas hal yang tidak bisa diukur, Doxa menerapkan bekerja melalui data dan sesuai dengan sesuatu yang ingin dicapai.

Saat ini, Doxadigital sudah beroperasi selama 12 tahun sebagai *Creative Digital Agency*. Dengan pengalaman yang tergolong cukup lama, Doxadigital juga telah membuktikan bahwa ia merupakan perusahaan yang berkompeten dan berpengalaman di industri ini dimana pada tahun 2016 Doxa masuk dalam Indonesian *Top APAC 25 Most Promising Google Solution Provider* dan mendapatkan penghargaan sebagai *Indonesian Brand Trusted Awards* kategori *Digital Agency* pada tahun 2022 , dan Doxa juga telah menjadi *Line Agency Partner, Google Premier Partner / Google Verified Partner, Facebook Marketing Partner, Freshworks Gold Partners, TikTok Silver Tier*.

#### **2.2 VISI DAN MISI PT. DOXADIGITAL INDONESIA**

##### **2.2.1 VISI PT.DOXADIGITAL INDONESIA**

“Menjadi agensi pemasaran digital lokal terbaik dan terkemuka di Indonesia”

##### **2.2.2 MISI PT. DOXADIGITAL INDONESIA**

- a) Memberikan solusi praktik terbaik layanan pemasaran digital berbasis data dan pengalaman pelanggan untuk pertumbuhan bisnis klien

- b) Berkontribusi kepada masyarakat dengan memberikan edukasi dan pelatihan mengenai pemasaran digital
- c) Menjadi tempat berkarya yang positif bagi tim dengan memberikan peluang pengembangan karir, pelatihan, dan lingkungan kerja yang inspiratif
- d) Membangun jaringan kerjasama yang kuat dengan mitra bisnis dan jaringan sosial untuk memperluas cakupan pemasaran digital dan pendapatan
- e) Peningkatkan layanan kami dengan mengikuti tren pemasaran digital terbaru dan menggunakan teknologi terkini untuk menghasilkan kualitas terbaik untuk klien kami.

### 2.2.3 VALUE PT. DOXADIGITAL INDONESIA

a) S : *Serve Good*

Kami percaya bahwa manusia memiliki tujuan hidup yang mulia dari Tuhan, dan Tuhan memberikan talenta yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu, kami meyakini bahwa bekerja adalah salah satu cara untuk beribadah kepada Tuhan.

b) H : *Harmony*

Kami berusaha keras untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis di mana setiap orang merasa dihormati dan dihargai. Kami menghargai perbedaan, dan kami bekerja sama untuk menciptakan tim yang positif dan produktif

c) I : *Integrity*

Kami percaya bahwa integritas adalah kunci untuk membangun hubungan baik secara personal maupun bisnis. Kami menghormati kepercayaan sebagai prioritas utama dalam setiap tindakan dan keputusan yang kami ambil. Kami mendukung kata – kata kami dengan tindakan nyata

d) N : *Never Settle*

Kami selalu berusaha untuk memperbaiki diri dan meningkatkan standar di semua aspek bisnis kami. Kami percaya bahwa tantangan dan hal baru adalah salah satu cara membantu kami tumbuh dan berkembang. Kami akan terus berinovasi dan berusaha untuk memberikan nilai yang lebih baik lagi baik bagi tim, klien dan lingkungan.

e) E : *Excellence*

Kami percaya bahwa *excellence* bukanlah tentang menjadi sempurna, ini tentang melakukan yang terbaik bahkan ketika itu sulit. Ini tentang memberikan segalanya, bahkan ketika kami lelah dan tidak akan pernah berhenti sampai menjadi yang terbaik.

## 2.2.4 PERKEMBANGAN PERUSAHAAN

Doxadigital ini berdiri pada tahun 2002, Doxadigital ini didirikan oleh Victor Iwan dan Ratna Anni. Victor Iwan adalah pemegang sertifikasi Google untuk *Adwords*, *Video Advertising* dan *Google Analytics*. Doxa ini adalah perusahaan web desain yang bertujuan untuk menjadi penyedia layanan kreatif terintegrasi. Perpaduan antara skil IT dan pemasaran membuatnya menjadi *Creative* dan *digital agency* yang unik karena akan selalu mengupdate dan mengembangkan aplikasi situs dan mengembangkan diri sebagai penyusun program pemasaran "*above the line*" dan "*below the line*".

Awalnya Doxadigital ini hanya sebuah perusahaan *website* dan *web developer* saja namun dengan terus berkembangnya perusahaan ini, sehingga Doxa juga melayani klien periklanan, maupun *video company profile*. Sekarang Doxa ini adalah *Creative – Digital agency* yang berlokasi di Jakarta yang senang membuat strategi pemasaran bisnis yang memukau dan menarik. Doxa ini akan selalu berkreasi, berpikir, tersenyum dan bertumbuh bersama klien. Karena Doxa selalu suka Inovasi dan tantangan. Karena dapat menghasilkan strategi secara *offline* dan *online* yang bisa terukur, tertarget dan juga menghasilkan hasil yang sesuai dengan tujuan.

Doxa ini juga memiliki "mantra" yang akan selalu diucapkan setiap hari oleh para karyawan yaitu "*lets make it work*" agar karyawan dapat mampu membuat setiap klien yang ada puas akan hasil kerja keras mereka dan memberikan keuntungan bagi setiap klien yang ditanganin oleh Doxadigital. Untuk perkembangan doxadigital ini yang dimulai sebelumnya hanya perusahaan *website* dan *web design* namun sekarang sudah banyak jenis pelayanan yang ditawarkan seperti berikut :

### a. *Creative Design*

Doxa melayani untuk cara mengkomunikasikan suatu produk melalui bentuk komunikasi visual dengan menggunakan gambar untuk bisa menyampaikan pesan dan informasi – informasi seefektif mungkin dalam bentuk desain, teks dan simbol – simbol menjadi sebuah logo, desain buku laporan tahunan dan *stationary*. Didalam *creative design* ini terbagi menjadi dua yaitu:

- *Corporate Collateral Design* yaitu bisnis yang membutuhkan identitas, ide, visi, misi dan rancangan pemasaran yang akan ditampilkan dalam bentuk visual
- *Product Promotion Design* yaitu untuk menyusun materi promosi dari produk termasuk media yang digunakan untuk menghasilkan design serta strategi komunikasi yang baik dan efektif

b. *Web Development*

Layanan *web development* doxa ini sudah banyak yang menggunakannya dan klien – klien pun sangat puas atas hasil kerja keras dari tim *Web Development*. Karena dengan memberikan layanan khusus untuk membuat *website*, penggantian nama *domain website*, *redesign website*. Selain itu juga doxadigital juga sudah menjadi *Google Partners* yang membuat pelayanan *web development* sangat bisa dipercaya kualitasnya.

c. *Digital Marketing dan Advertising*

*Digital marketing* dan *advertising* di Doxa ini terbilang masih baru karena sebelum ada *Digital Marketing*, *Advertising* ini masuk kedalam *Creative Design*. Lalu seiring dengan berkembangnya jaman dan semakin terkenalnya periklanan di dunia digital Doxa membuat layanan baru yaitu *Digital Marketing*. Tugas dan kewajibannya adalah untuk memaksimalkan iklan di internet seperti menggunakan email marketing, *SEO (Search Engine Optimization)*, *online branding*, *activation*, *Social media marketing*, *landing page optimization*. Layanan ini diyakini akan menjadi primadona di masa depan karena kehidupan manusia saat ini sudah tidak terlepas dari dunia digital seperti sosial media. Didalam layanan *digital marketing* dan *advertising* ini terdiri dari beberapa layanan seperti:

- *Jasa Adwords Professional*

Jasa ini bukan sekedar jasa agency untuk pasang iklan *adwords* namun juga dapat melihat bisnis klien yang uink dan juga dapat membuat strategi pemasaran online dengan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Dengan strategi pemasaran melalui hasil riset dan rencana yang terukur. Karena praktik terbaik dari strategi pemasaran online bukan hanya sekedar pasang iklan, namun juga harus ada manajemen transparan yang dikelola oleh *Google Partners* dengan *best practices scoring* diatas rata – rata. Tujuannya bukan hanya untuk menawarkan paket iklan yang murah, karena dengan murah ataupun mahal nya tidak pernah berarti jika strategi tersebut tidak berorientasi untuk bisnis Anda dalam menghasilkan banyak peluang baru.

- *Jasa SEO Top 10 Google*

Lebih dari sekedar jasa *SEO top 10 Google*, Doxa ini adalah praktisi *SEO* dengan pengalaman lebih dari 10 tahun. Dapat mencermati dilakukan oleh *Google (Google Panda, Google Penguin, EMD* dan masih banyak lainnya)

- *Social Media Marketing*

Melalui strategis social media dapat membuka peluang untuk mengambil keuntungan dari tren *social media* dan menempatkan bisnis klien dalam posisi “berkomunikasi” dua arah antar klien dan pelanggan klien. Dengan adanya layanan ini didesain untuk menunjukkan dimana orang – orang akan membicarakan produk klien dan untuk membantu meningkatkan kesadaran Anda terhadap merek yang disebut dengan *brand awareness*. Layanan media social ini meliputi :

- Strategi pemasaran melalui media sosial dengan cara menyusun program dalam jangka panjang
- *Social media audit* atau menganalisa situs jejaring sosial dan strategi cara untuk memperbaikinya
- Pembuatan profil media sosial untuk menarik pengunjung dan membangun percakapan dua arah
- Membantu memilih tools terbaik bagi strategi media sosial
- *Competitive analysis*
- Strategi Pengembangan Blog
- Jasa Email Marketing

Dibandingkan dengan kegiatan pemasaran digital yang dilakukan banyak perusahaan, pemasaran melalui email (email marketing) adalah merupakan strategi pemasaran dengan biaya termurah. Perusahaan besar seperti Paypal, Ebay, Amazon, Samsung, Apple menjalankan strategi email marketing dalam strategi pemasaran mereka. Jasa email marketing ini dapat mengeloa strategi pemasaran email.

d. *Video Production*

Layanan *video production* ini adalah layanan untuk pembuatan iklan TVC dan *video company profile*. Dengan semakin maju perkembangan zaman banyak klien – klien yang membutuhkan layanan ini karena dapat membuat keuntungan bagi perusahaan yang menggunakan jasa layanan ini di Doxa.

### **2.2.5 PRESTASI PT. DOXADIGITAL INDONESIA**

PT. Doxadigital pernah mendapatkan penghargaan – penghargaan sebagai berikut:

- a. *Facebook Agency Champion Program 2021*
- b. *TikTok Agency Bootcamp Competition*
- c. *Indonesian No.1 Most Trusted Award by Indonesia Award Magazine – Digital Agency* tahun 2022 dengan dinobatkan sebagai Brand terpercaya 2022 untuk kategori digital

agency dalam ajang penghargaan *Indonesian Trusted Award 2022* yang diadakan di Sari Pacific Hotel, Jakarta

- d. *Google Premier Partner* karena top 3% *spender* di Indonesia yang artinya adalah budget iklan terbesar yang dikelola oleh PT. Doxadigital

### **2.3 LOGO PT. DOXADIGITAL INDONESIA**



*Gambar 2. 1 Logo Doxadigital*

Logo adalah identitas untuk suatu perusahaan, sehingga bisa dilihat dari bentuk logo Doxadigital yang seperti huruf D terbuat dari kristal – kristal dan dapat terlihat logo Doxa ini mempunyai banyak sekali arti dan juga makna. Logo Doxa ini adalah logo terbaru dari yang sebelumnya yang berbentuk sebuah bola lampu yang tengahnya terdapat seperti daun yang berkembang. Sedangkan logo Doxa yang terbaru berbentuk huruf D ini memiliki arti yaitu:



Gambar 2. 2 Arti Logo Doxadigital

a) *Briliant*

Filosofi Doxa yang pertama yaitu batu briliant, karena batu *briliant* ini harus melewati proses yang sangat berat baru bisa menjadi batu mulia yang terang, kuat dan indah. Maka hal ini menunjukkan bahwa Doxadigital selalu memiliki proses dan ide yang *briliant*.

b) *Penrose Triangle*

Filosofi logo Doxadigital selanjutnya adalah memakai bentuk dari *penrose triangle* yang dimana ini merupakan obyek yang tidak memiliki ujung. Sehingga dari hal ini dapat menunjukkan bahwa ide dan kreatifitas yang dimiliki Doxadigital tidak ada batasnya.

c) *Divine Division*

Filosofi logo Doxadigital selanjutnya terbagi menjadi 3 warna karena dapat menunjukkan bahwa Doxadigital ini terbagi atas tiga divisi, diantaranya divisi *online*, *offline* dan video

d) *Refraction Light*

Filosofi logo Doxadigital selanjutnya yaitu menggunakan warna yang dihasilkan dari biasan cahaya kristal. Karena biasan cahaya pada kristal ini dapat menghasilkan lebih banyak warna. Maka dapat mengartikan bahwa Doxadigital ini mengubah sebuah ide menjadi kreatifitas yang luar biasa

e) *Play Button*

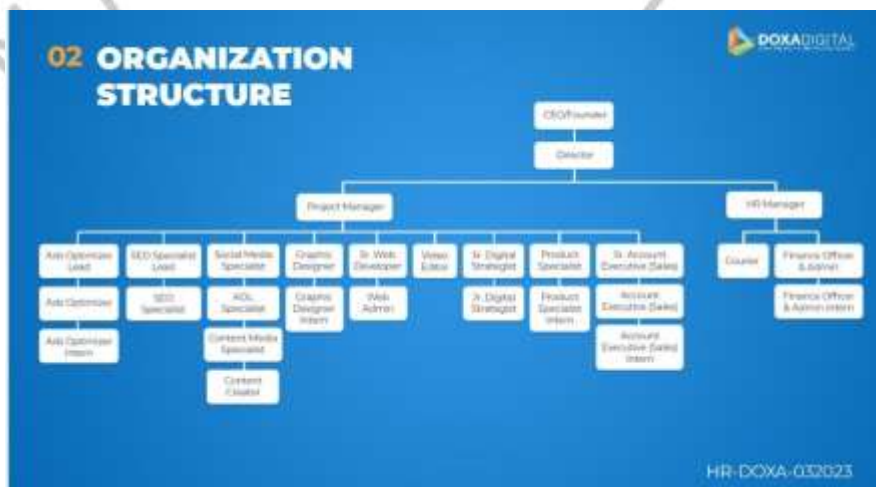
Filosofi logo Doxadigital yang kelima ini terinspirasi dari merujuk pada *play button*. Sehingga dapat diartikan tentang video secara kasar logo ini terlihat seperti huruf D yang merupakan huruf awal dari Doxadigital

f) 3D Digital

Selanjutnya, filosofi Doxadigital yang diberikan efek 3D agar dapat menunjukkan kesan modern. Hal ini menunjukkan dari divisi website Doxadigital

## 2.4 STRUKTUR ORGANISASI

Agar lebih memahami tentang PT. Doxadigital, berikut ini telah praktikan rangkum gambar bagan struktur organisasi yang telah diterapkan oleh perusahaan



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Doxadigital

Perlu diketahui bahwa di dalam perusahaan Doxadigital ini dipimpin oleh CEO/Founder yaitu Pak Victor Iwan. Lalu dibawah jajaran director ada dua kepengurusan yaitu *Project Manager* dan *HR Manager*. Sebagai *Creative Digital Marketing Agency* yang bisa memberikan layanan untuk semua kebutuhan digital marketing, seperti *SEO, Web development, SEM, META Ads, Google Ads, GDN* dan masih banyak layanan yang diberikan oleh Doxadigital. Tentunya dengan banyaknya layanan tersebut, akan membentuk struktur organisasi yang cukup banyak diberbagai departement / divisi. Ada 9 divisi yang bekerja untuk memberikan layanan terbaik sesuai dengan keinginan klien untuk bisa mencapai keinginan klien. 9 divisi tersebut masing – masing memiliki tugas yang berbeda. Dibawah jajaran *project manager* terdapat divisi *ads optimizer* yang terdiri dari 3 jabatan berbeda yaitu *ads optimizer lead, ads optimizer* dan *ads optimizer intern*. Dari *ads*



*optimizer* ini di Doxadigital bertanggung jawab dan memiliki tugas seperti analisis kampanye dimana harus melakukan analisis mendalam terhadap data kampanye periklanan digital untuk bisa mengidentifikasi tren dan peluang dalam perbaikan, lalu menggunakan alat analisis dan platform periklanan untuk bisa mengumpulkan dan mengevaluasi data kinerja, *ads optimizer* ini juga bertugas untuk mengoptimasi pengeluaran periklanan dimana harus bisa menetapkan dan mengelola anggaran periklanan digital untuk memaksimalkan hasil investasi klien, mengidentifikasi peluang untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi. Lalu juga harus bisa menyesuaikan target *audience* dan optimasi *keyword*.

Lalu ada divisi *SEO Specialist Lead* dan *SEO Specialist* yang bertanggung jawab dan memiliki tugas untuk menganalisis *keyword* dengan melakukan penelitian kata kunci untuk mengidentifikasi istilah pencarian yang relevan dan berpotensi untuk meningkatkan visibilitas situs *web*, lalu audit SEO situs web dengan melakukan audit secara menyeluruh terhadap situs web milik klien untuk mengidentifikasi potensi perbaikan teknis dan konten yang memang dapat meningkatkan performa SEO dan mengoptimasi *on-page* seperti elemen yang berada di *on-page* yaitu judul halaman, meta deskripsi, URL dan konten untuk meningkatkan relevansi dan peringkat.

Selanjutnya ada divisi *Sosial Media Specialist* yang bertugas untuk membuat strategi dan perencanaan dengan mengembangkan strategi pemasaran di media sosial yang memang sesuai dengan tujuan dan target audiens klien. Merancang rencana konten yang kreatif agar bisa berfokus pada pencapaian tujuan yang diinginkan. Lalu divisi *Sosial Media Specialist* ini bertugas untuk mengelola dan memelihara akun media sosial dari klien di berbagai platform (seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan lain – lain) lalu juga harus menyesuaikan strategi untuk setiap platform berdasarkan karakteristik dan demografi dari pengguna. Lalu dibawah jajaran *Sosial Media Specialist* terdapat *KOL Specialist*.

a. *KOL Specialist*

Praktikan juga bekerja sebagai *KOL Specialist* dimana bertanggung jawab dan bertugas untuk berkomunikasi dan membangun hubungan dengan Media, *KOL*, *Buzzer* dan Pihak ketiga lainnya untuk berkolaborasi dalam sebuah kampanye / promosi. Lalu mencari dan mengidentifikasi *KOL* di berbagai platform digital untuk melakukan sebuah kampanye. Melaksanakan kampanye keterlibatan *KOL*, dengan menghubungi dan mengkoordinasikan dengan *KOL*, mengenai kebutuhan, jadwal dan hasil yang diinginkan.

Kemudian KOL Spesialist juga bertugas untuk menghubungi dan berkoordinasi dengan KOL, untuk menyampaikan brief, jadwal biaya dan hasil yang diinginkan baik berupa video, *image* maupun *objective* yang sudah ditentukan oleh klien. Bertanggung jawab dalam pembuatan dan monitoring report KOL sesuai dengan brief klien. Lalu menjadi *KOL Specialist* juga dapat mengembangkan, mengimplementasikan dan mengatur strategi *Social Media* (*Content plan*, aktivasi, report dan berinteraksi dengan followers) yang sesuai dan konsisten dengan identitas brand, lingkup platform *social media*, Instagram, Facebook, TikTok, Youtube, Twitter atau *Social Media* dimana itu semua berdasarkan permintaan klien. *KOL Specialist* juga bertugas untuk membuat konsep *photoshoot/video*, melakukan pengambilan gambar/video & melakukan *editing* untuk konten Instagram, Reels dan TikTok. Lalu berkolaborasi dengan *content writer*, *team strategiest*, *design graphis* dan team terkait untuk pembuatan semua *content*; termasuk pembuatan artikel dalam hal pemenuhan kebutuhan / permintaan klien. Selanjutnya membuat *content plan* untuk semua media sosial Doxa di semua platform dan membuat laporan perkembangan media sosial Doxa.

Selanjutnya untuk divisi *Content media specialist* di Doxadigital ini bertanggung jawab dan bertugas dalam pengembangan strategi konten dengan mengidentifikasi tujuan bisnis dan audiens target untuk merumuskan strategi konten yang sesuai. Lalu dalam pembuatan konten yaitu menulis, mengedit dan memproduksi berbagai jenis konten dan memastikan bahwa konten sudah sesuai dengan pedoman merek dan memenuhi kebutuhan SEO dan klien. Untuk divisi *content creator* yang bertugas untuk memahami nilai – nilai merek klien dan tujuan untuk pemasaran lalu bertugas untuk mengidentifikasi audiens target dan menciptakan konten yang sesuai. Selanjutnya divisi *Graphic Designer* dan *Graphic Designer intern* dimana bertugas dan bertanggung jawab untuk mengembangkan elemen desain yang mencerminkan identitas merek klien, seperti logo, warna dan tipografi.

Lalu memastikan konsistensi desain di berbagai saluran dan platform. Kemudian bertugas untuk membuat konten visual untuk media sosial dengan menciptakan grafis untuk posting di media sosial yang menarik perhatian dan menyesuaikan desain dengan format dan persyaratan platform media sosial yang berbeda. Kemudian juga bertugas untuk membuat materi pemasaran seperti brosur, poster, banner dan *leaflet*. Untuk tugas *graphic designer intern* hampir sama dengan *graphic designer*, namun tugas *graphic designer* sedikit lebih mudah karena juga akan membantu dari *graphic designer*. Kemudian ada divisi *Senior Web Development* ini memiliki tugas dan bertanggung jawab

untuk menganalisis dan perencanaan dengan berpartisipasi dalam analisis kebutuhan klien untuk memahami persyaratan proyek dan merancang solusi teknis yang memadai dan memastikan kesesuaian dengan tujuan bisnis. Lalu bertugas untuk merancang arsitektur sistem yang kuat dan struktur database yang optimal. Dibawah jajaran Senior *Web Design* ada web admin dimana bertugas untuk membantu Senior *Web Development*. Selanjutnya ada video editor adalah membantu kebutuhan klien ketika adanya pembuatan konten video untuk di upload di media sosial. Membantu untuk memilih dan mengedit footage yang relevan untuk bisa menciptakan narasi yang kohesif dan menyusun adegan dengan memotong *footage* untuk bisa membangun alur cerita. Mulai dari penyuntingan visual dan suara, efek visual dan grafis, animasi dan gerakan, serta dapat mengoptimalkan video untuk berbagai platform distribusi seperti untuk media sosial atau situs web.

Kemudian ada divisi Senior *Digital Strategies* dimana bertugas untuk membuat dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan, merancang rencana taktis yang dapat diukur untuk pencapaian target pemasaran, menganalisis industri dan tren, lalu pengembangan brand dan *positioning* serta menentukan target *audience*. Dibawah jajaran *Senior Digital Strategies* ini ada *Junior Digital Strategies* dimana bertugas sama dengan senior digital strategies untuk membantu handle klien. Kemudian ada divisi *Product Spesialis* dan *Product Spesialis Intern* dimana bertugas untuk pengembangan produk dengan mengumpulkan dan menganalisis umpan balik pelanggan untuk meningkatkan produk yang sudah ada, lalu harus ahli dalam memahami fitur, manfaat dan nilai tambah dari setiap produk. Bertugas juga untuk pemasaran produk dan mendukung tim penjualan dalam penjualan produk.

Selanjutnya ada divisi *Senior Account Executive* dan dibawah jajarannya adalah *Junior Account Executive* dan *Account Executive Intern*. Pada praktik kerja kali ini, praktikan berada di divisi *Account Executive Intern*. Berikut penjelasannya :

a. *Senior Account Executive*

Untuk *Senior Account Executive* di Doxadigital ini bertanggung jawab strategis dalam mengelola dan membangun hubungan dengan klien serta memastikan keberhasilan kampanye pemasaran digital. Untuk *Senior Account Executive* ini bertugas untuk manajemen akun klien, dengan bertindak sebagai pemimpin hubungan dengan klien dan menjadi kontak utama antara perusahaan dan klien. Harus memastikan kepuasan klien dan menjaga hubungan jangka panjang. Harus memiliki pemahaman mendalam untuk kebutuhan klien dengan mendengarkan dan memahami kebutuhan bisnis, tujuan dan

tantangan klien. Dapat menerjemahkan kebutuhan klien dengan menjadi dan memberikan solusi pemasaran digital yang efektif. Mengelola dan mengatur brand / perusahaan besar yang memang sudah berkerjasama sejak lama dengan Doxadigital. Menegosiasikan kontrak dan kesepakatan dengan klien serta memastikan semua persyaratan kontrak mudah dipahami dan disepakati. Sebagai *Senior Account Executive* juga harus tetap terkini dengan tren pemasaran digital dan perkembangan industri terkait.

b. *Junior Account Executive*

Tugas dan tanggung jawab sebagai *Junior Account Executive* hampir sama dengan *Senior Account Executive* namun untuk junior tidak terlalu banyak memegang klien dari brand besar. Berkoordinasi dengan tim internal dengan tim kreatif, pengembang dan analis data untuk bisa memastikan kelancaran. Menjaga komunikasi reguler dengan klien untuk memberikan pembaruan proyek, melakukan *coldchat*, mencari dan menghubungi calon klien sesuai arahan. Menjawab pertanyaan atau permintaan klien dengan bantuan tim senior. Memahami dan mempelajari penggunaan berbagai platform digital yang digunakan dalam kampanye dan mengikuti instruksi dari tim senior dalam menggunakan alat analisis dan pemantauan kampanye.

c. *Account Executive Intern*

Tugas dan tanggung jawab sebagai *Account Executive Intern* yaitu mempelajari dan memahami produk dari Doxadigital, lalu mencari dan menghubungi calon klien sesuai dari arahan *Head Of Sales/ Lead Account Executive* setelah itu melakukan *Coldchat* atau yang diartikan dengan menghubungi perusahaan yang sudah dicari untuk mengajak meeting. Setelah itu mengatur jadwal meeting antara Doxadigital (*Head Of Sales*) & klien. Kemudian membuat dan maintenance Data Base Client Doxadigital. Menjawab *inquiry* doxadigital dari sistem (*freshwork*) dan membagikan setiap *inquiry* yang masuk kepada tim AE lainnya. Tidak hanya itu saja, *Account Executive Intern* ini harus bekerjasama dengan Team Internal Doxa; *Social Media* dalam hal KOL & Report – report KOL. *Finance*; terkait *invoice Klient head of sales*, kemudian dapat membantu tugas – tugas harian dari *Head Of Sales* yang berkaitan dengan klien dan komunitas.

## 2.5 KEGIATAN UMUM INSTANSI / PERUSAHAAN

Kegiatan utama dari PT. Doxadigital Indonesia adalah berkaitan dengan menyediakan layanan pemasaran digital kepada kliennya dan membantu bisnis klien untuk sukses dan bertumbuh di digital dengan strategi yang holistik.

1. Menyediakan jasa konsultasi dan strategi pemasaran dengan berinteraksi dengan klien untuk bisa memahami tujuan bisnis dan kebutuhan pemasaran klien. Hasil diskusi dengan klien tentunya akan membantu tim Doxadigital untuk mengetahui apa saja kendala yang ada dan apa yang memang harus diperbaiki.
2. Mencari database dari perusahaan lain yang memang berpotensi untuk dibantu terkait digital marketing lalu menghubungi nomor dari perusahaan tersebut untuk melakukan perkenalan dan mengajak meeting online untuk konsultasi terkait digital marketing
3. Melakukan meeting online dengan calon klien yang membahas mengenai digital marketing dan kebutuhan yang diperlukan oleh klien di digital marketing untuk membantu bisnis nya bertumbuh.
4. Membuat proposal atau quotation untuk dikirimkan kepada calon klien yang berisikan mengenai service atau layanan yang akan diberikan kepada klien untuk mengoptimisasi digital marketingnya.
5. Membuat report untuk klien mengenai hasil dari pengelolaan digital marketing yang sudah dikelola oleh tim internal doxadigital