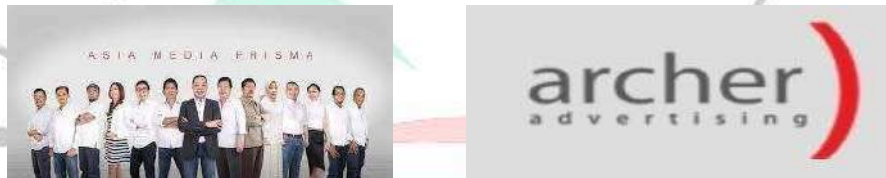


## BAB II

# TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1. Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Perusahaan PT. AMP – Archer Advertising

Perusahaan AMP (Asia Media Prisma) atau yang dikenal sebagai AMP sendiri merupakan perusahaan induk dari sepuluh agensi yang berspesialisasi dalam Periklanan, Spesialis Media, Aktivasi Merek, Pemasaran Olahraga, Media dan Merek Strategis yang Canggih, Analisis Pesaing, Digital marketing dan Analysis, Perencanaan Media dan Pembelian TV, TV Berbayar, Bioskop, Percetakan, Radio Digital, OOH dan media terkait lainnya, *TV Post Buy Report* (Berkala), *Media Competitive Review* (Berkala), Layanan Pemantauan Berbasis *Web* (*online* Kapan Saja), *Media Sharing* dan *Learning* (berdasarkan permintaan). PT AMP telah melayani lebih dari 300 merek dengan total media dan pendapatan mencapai lebih dari 2,1 triliun rupiah. Saat ini, untuk lingkup PT Asia Media Prisma (PT AMP) sendiri telah memiliki sekitar 200 karyawan tetap yang aktif.

Sedangkan untuk AMP (Asia Media Prisma) *Archer Advertising*, sendiri merupakan sebuah perusahaan dibawah naungan AMP Group yang bergerak pada bidang agensi kreatif *advertising* dan digital marketing yang bergerak di bidang periklanan digital serta solusi IT dan pengembangan media digital yang terletak di GRHA AMP Jl. Intan No. C4, Cilandak Barat, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12430. Barat, Jakarta Selatan. Perusahaan tersebut berdiri sejak November tahun 2010 lalu dan telah menjalankan tiga fungsi utama dalam bidang usaha mereka yang menjadi spesialisasinya yakni *advertising*, digital marketing, serta *brand activation*. Sedangkan untuk beberapa lingkup pekerjaan, *Archer Advertising* juga menangani *media*

*buying, online monitoring, brand strategy, creative communication, digital media maintenance, dan experiential marketing.*

Adapun beberapa prinsip terkait visi dan misi yang diemban oleh perusahaan AMP Archer Advertising, yaitu :

1. Visi Menjadikan *brand client* menjadi lebih baik dan sukses. Visi yang diemban perusahaan ini mencerminkan bentuk komitmen serta ambisi agensi agar dapat berperan sebagai tokoh utama penggerak perubahan yang ber-*impact* signifikan dalam keberhasilan yang diraih oleh *brand* klien. Ini tidak hanya tentang mempertahankan reputasi semata, tetapi juga seni dan kesiapan dalam mengambil langkah-langkah proaktif demi meningkatkan citra *brand* klien ke strata yang lebih mahir. Dalam hal ini, prinsip kata "lebih baik" tidak dimaknai sebagai kata sederhana saja, tetapi mencakup optimalisasi dalam segala hal yang relevan, termasuk nama baik *brand*, pangsa pasar, keunggulan kompetitif, dan profit *brand*.

## 2. Misi

- a. Menjadi *brand partner* untuk client yang baik dan profesional:

Salah satu misi yang diemban oleh agensi adalah untuk berkomitmen sebagai menjadi mitra yang tak hanya baik, tetapi juga berdedikasi besar pada *brand* klien. Hal ini mencakup pengertian yang lebih dalam mengenai visi dan misi merek klien, juga kesiapan untuk berinvestasi dalam menjaga hubungan jangka panjang berorientasi positif, membangun kepercayaan, dan mengutamakan simbiosis mutualisme.

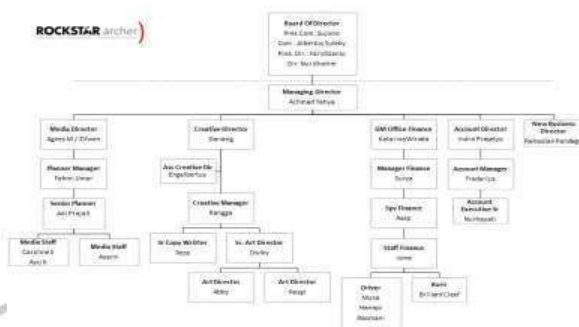
- b. Berusaha untuk selalu mendengarkan, memahami, dan mengerti kebutuhan dari *client* :

Perusahaan menerapkan pendekatan yang empatik dan kritis. Agensi berusaha untuk memposisikan diri dalam pada klien, dengan tujuan utama untuk tidak hanya mendengarkan apa yang dikatakan klien, tetapi juga untuk memahami konteks dengan pemikiran yang lebih luas, tantangan, serta peluang yang mereka hadapi. Hal ini yang menjadi kunci untuk memberikan solusi yang relevan dengan keadaan tertentu dan dijalankan secara efektif.

- c. Menjadi agensi yang selalu solutif untuk *client*.

Dalam konteks ini, dapat dipahami bahwa *Archer Advertising* sebagai agensi berusaha untuk hadir sebagai pusat pemikiran yang dilatar belakangi oleh inovasi dalam upaya pemecahan masalah dan pemberi solusi. Agensi telah berkomitmen untuk menghadirkan solusi efektif yang tidak hanya memecahkan masalah jangka pendek tetapi juga mengantisipasi dan merespon perubahan positif di masa yang akan datang.

## 2.2. Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. AMP – Archer Advertising

PT Asia Media Prisma (PT AMP) memiliki tatanan tertinggi yakni *Board of Director* atau biasa disebut Dewan Direksi. Adapun tanggung jawab dari bagian dewan direksi ini adalah sebagai pihak pengatur dan pengawas strategi operasional perusahaan. Tatanan ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap ekosistem perusahaan terkait karena pihak inilah yang memegang saham dan kekuasaan terhadap arah perusahaan. Selanjutnya untuk *Managing Director* turut mengemban tanggung jawab sebagai pengawas manajemen harian dan pelaksana strategi yang sebelumnya telah ditetapkan oleh dewan direksi terkait. *Managing Director* juga turut bertanggung jawab terhadap mengarahkan tim eksekutif, penentuan arah strategis perusahaan, serta sebagai pengawas harian. Sedangkan untuk beberapa divisi di bawahnya turut menjalani peran dan tanggung jawab masing – masing sesuai dengan standar operasional perusahaan yang

berlaku. Berikut merupakan jabaran detail tanggung jawab yang terdapat pada internal perusahaan.

1. *Media Director*

*Media Director* sendiri bertanggung jawab terhadap proses diskusi, perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi dari strategi yang telah diaplikasikan oleh internal perusahaan. Direksi ini juga bertanggung jawab sepenuhnya terhadap marketing dan periklanan yang disalurkan oleh perusahaan. *Media director* bertugas untuk bekerjasama dan mengelola tim serta bernegosiasi dengan klien perusahaan untuk menghasilkan *output* yang positif terhadap reputasi dan citra perusahaan. Direksi ini juga membawahi *Planner Manager* dan *Senior Planner* yang bertanggung jawab atas riset dan analisis terkait data yang diperlukan, serta media staf yang bertanggung jawab untuk menjalankan tugas administratif sesuai dengan arahan.

2. *Creative Director*

*Creative Director* bertanggung jawab sepenuhnya terhadap operasional pengarahan serta koordinasi dengan bagian tim kreatif secara keseluruhan. *Creative Director* menjadi garda terdepan dalam proses pengembangan ide – ide kreatif agar proyek yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dari perspektif kreativitas yang dijalankan. Dewan ini turut membawahi *Asissten Creative Director* yang membantu tugas operasionalnya, *Creative Manager* yang membantu mengawasi proyek kreatif sekaligus konsultan dan pengarah bagi tim terkait, *copywriter* yang bertugas untuk menulis teks kreatif untuk publikasi melalui media sosial ataupun penyusunan artikel yang akan diterbitkan, serta *Art Director* yang berperan sebagai pengawas seni dan berbagai hal yang memiliki aspek dan unsur visual di dalam proyek yang sedang ataupun akan dijalani.

3. *General Manager Finance Office*

*General Manager Finance Office* bertanggung jawab terhadap manajemen atau pengaturan keuangan perusahaan setempat serta melakukan analisis dan melaporkan statistik keuangan secara berkelanjutan. Dalam praktik sehari – hari, bagian ini juga memiliki tugas seperti membuat anggaran, serta melaporkan *report* keuangan kepada

kepala perusahaan. *General Manager Finance Office* juga membawahi *Manager Finance* yakni pihak yang bertanggung jawab pengelolaan operasional dan keuangan perusahaan setempat serta mengawasi laporan keuangan yang telah disusun. *Supervisor Finance* yang juga melaksanakan tugas serupa ditambah pemeriksaan, pencatatan dan pengelolaan keuangan perusahaan. *Staff Finance* yang melakukan tugas – tugas keuangan terkait akuntansi di dalam departemen keuangan. *Staff Finance* pada perusahaan ini juga bertanggung jawab terhadap laporan harian kegiatan operasional sopir dan kurir PT AMP (*Archer Advertising*).

4. *Account Director*

*Account Director* bertanggung jawab terhadap pembinaan hubungan baik dan citra perusahaan di mata klien terkait. Termasuk dalam mengelola dan memimpin tim, komunikasi dengan klien, serta memastikan kebutuhan klien telah tercukupi. Bagian ini juga meliputi *Account Manager* yang melakukan pengarahan secara keseluruhan, serta *Account Executive* yang melaksanakan tanggung jawab administratif.

5. *New Business Director*

*New Business Director* bertugas sebagai pihak yang melakukan riset dan penerapan terkait bisnis terbaru serta melakukan pemasaran agar perusahaan mendapatkan klien baru.

### 2.3. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Asia Media Prisma (*Archer Advertising*) selama ini berfokus pada kegiatan operasional utama seperti periklanan (*advertising*) serta pemasaran digital (*Digital Marketing Activity*). Namun, disamping itu perusahaan ini juga telah melaksanakan berbagai kegiatan sosial dan beberapa acara baik internal maupun eksternal. Kegiatan sosial dan acara – acara ini biasanya dilaksanakan dalam agenda yang mewakili kegiatan PT Asia Media Prisma itu sendiri. Berikut beberapa kegiatan umum dari perusahaan.

1. *Online Advertising*

Pengembangan dalam periklanan *online* atau *online advertising* umumnya dilakukan dalam kegiatan operasional *Archer Advertising* dalam memfasilitasi kebutuhan operasional klien. Pemasaran iklan

secara *online* ini dipasarkan melalui beragam jenis media digital seperti *website*, media sosial, dan lainnya.

2. *Offline Advertising*

Periklanan *offline* atau *offline advertising* juga umumnya dilaksanakan oleh perusahaan *Archer Advertising* dalam memfasilitasi kebutuhan pemasaran klien di media konvensional non digital seperti surat kabar, *billboard*, dan sebagainya.

3. Rapat Umum Pemegang Saham

- Kegiatan rapat pemegang saham ini dihadiri para *shareholders* perusahaan sebagai bentuk pelaksanaan laporan keuangan perusahaan.

4. *TV Commercial Advertising*

*Archer Advertising* juga melakukan pembuatan dan pengembangan iklan di televisi. Adapun berbagai jenis iklan televisi yang dikerjakan oleh PT AMP (*Archer Advertising*) meliputi iklan produk, iklan layanan masyarakat, dan iklan.