BAB III
ADVERTISING BIKASOGA

3.1 Perjalanan Bikasoga Advertising

Sejalan perkembangan Bikasoga Advertising sejak didirikan pada Tahun 2000, telah mengalami perubahan yang mendasar. Perubahan ini berlaku saat BIAD diangkat sebagai salah satu divisi dari PT. Bikasoga yang memiliki otonomi khusus, dimana struktur, pengelolaan, dan kegiatannya diberikan sepenuhnya kepada manajemen Biad.

Sebelumnya, Biad hanya memiliki satu divisi yaitu design graphic, setelah menjadi salah satu divisi dari PT. Bikasoga yang diikuti oleh penambahan investasi untuk divisi tersebut dan melihat perkembangan kondisi dan situasi bisnis yang berkembang, Biad menanbah sejumlah bagian dalam divisi-nya. Penambahan tersebut didasarkan atas ketersediaan tenaga *professional* dan pengalaman individu di masing-masing bidang.

Pada awal Tahun 2003, Biad memfokuskan pada bidang graphis dan me-*maintain* beberapa klien yang telah ada. Beberapa klien yang dikelola adalah Hotel Savoy Homann Bidakara, dan Hotel Horison. Dalam tahun pertama sejak Biad bergabung dengan PT. Bikasoga, Biad melayani *full Service Agency* untuk satu rumah makan yang akan didirikan yaitu AFC' Pizza and Pasta meliputi seluruh aktifitas media promosi seperti *folder, bag, design interior, corporate logo, box, Sign system, Billboard,* dan lainnya.

Demikian, setelah itu Biad pun mulai berkembang, mencoba merambah dibidang *outdoor* promo atau media luar ruang di wilayah Jawa Barat telah membawa Biad kepada cakupan bisnis baru yaitu *outdoor promotion.* Diantaranya untuk Bank Danamon, Bank Permata dan Savoy Homan.

Biad bagaikan bayi yang baru belajar merangkak dengan kapasitas dan kemampuan yang terbatas mencoba untuk berdiri sejajar dengan advertising yang telah mapan lainnya. *Considered It Done*, merupakan *credo* Biad, memiliki makna khusus bagi sebagai perwujudan atas keinginan untuk memberikan sesuatu yang terbaik sesuai dengan misi yang ingin dicapai (lihat profil Biad pada Company Profile Biad).

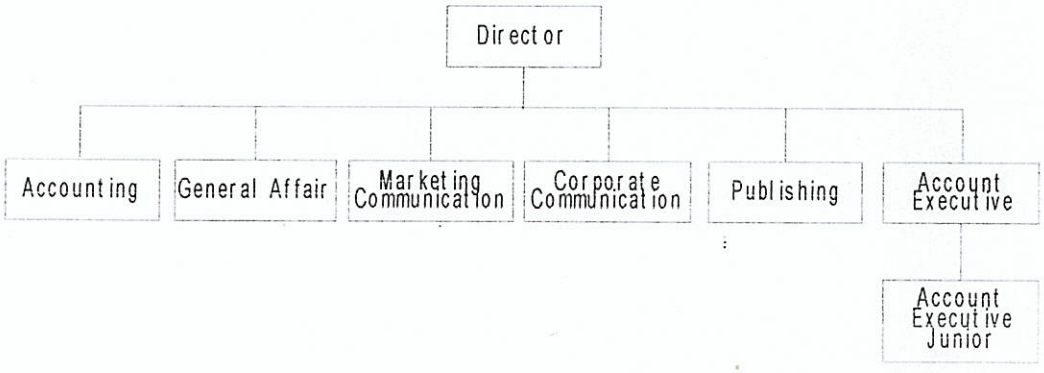
3.2. Manajemen Biad dan Struktur Organisasi

Biad memiliki struktur organisasi yang berbeda dengan lazimnya perusahaan advertising. Perbedaan ini, merupakan hal yang wajar. Sebagai salah satu divisi dari PT. Bikasoga dan bidang-bidang yang dikerjakan menyebabkan beberapa bagian penting dari sebuah perusahaan advertising ini sengaja ditangguhkan.

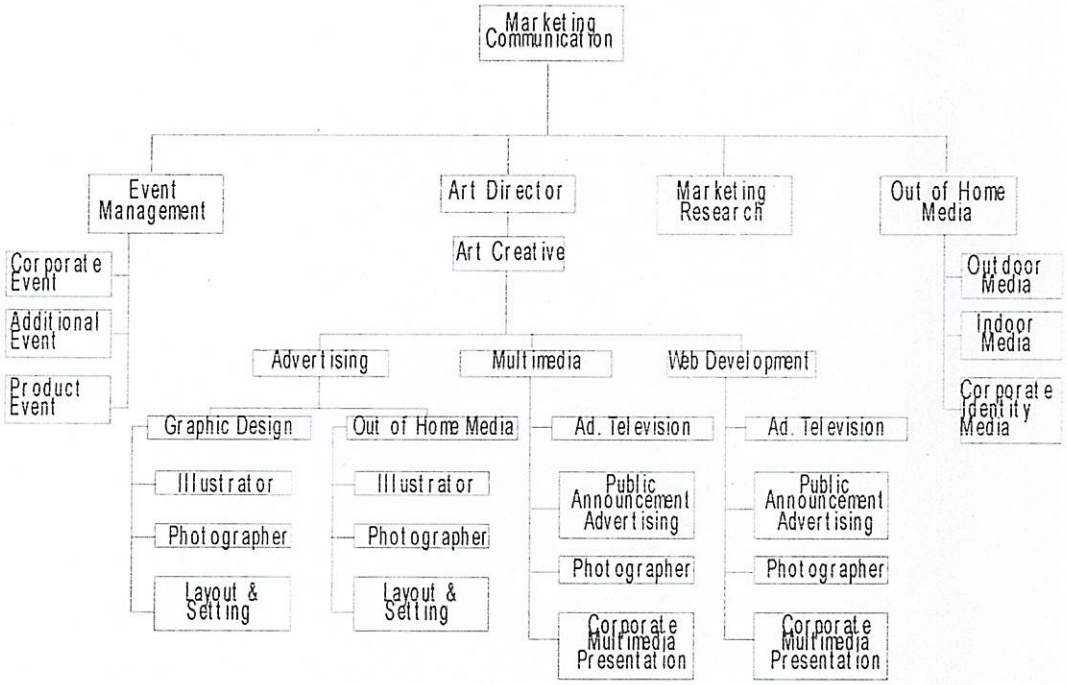
Beberapa alasan penting yang menyebabkan perbedaan dalam struktur ini sangat berhubungan dengan besar investasi yang ditetapkan untuk divisi ini. Beberapa posisi yang seharusnya ada di antaranya adalah *Art Director, Art Creative, Human Relations, photographer,* dan *illustrator.*

Bagi sebuah perusahaan yang bergerak sebagai *full-Service Agency*, maka struktur organisasi yang ada seharusnya mendekati struktur yang tergambar pada gambar 1. , 1.a., dan 1.b. Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa sebuah perusahaan yang bergerak dalam *Full Service Agency* memiliki struktur yang sangat *complex.* Mengapa demikian? Hal ini disebabkan bahwa untuk *positioning* membutuhkan sebuah strategi yang sangat kompleks. Demikian, klien untuk mempertahankan posisinya atau meningkatkan posisinya ke tingkat yang lebih tinggi memerlukan perlakuan yang tidak sederhana, seluruh kegiatan *corporate communication, marketing communication* dan *relationship*

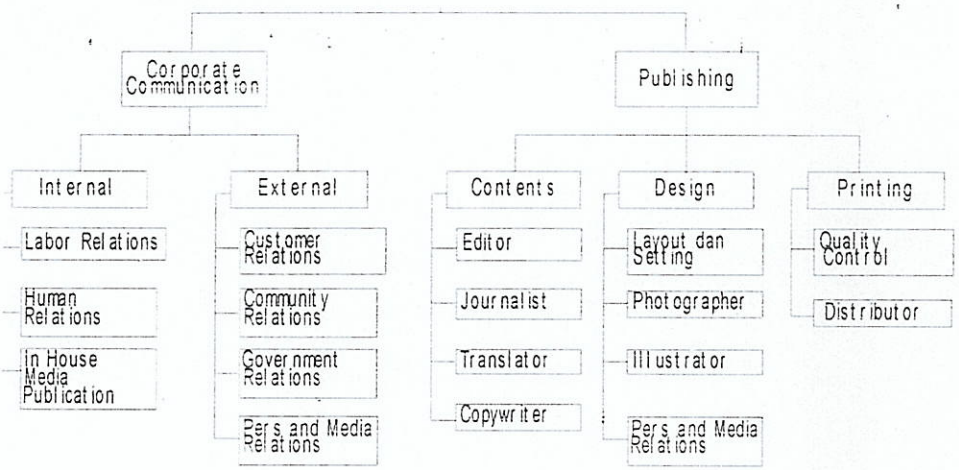
marketing memberikan dampak yang berbeda-beda dan berlaur kepada satu tujuan yaitu *positioning a product* dan *positioning a company*.



Bagan 2.1 Struktur Organisasi Full Service Agency



Bagan 2.2. Struktur divisi Marketing Communication



Bagan 2.3 STRUKTUR ORGANISASI Divisi Corporate Communication dan Divisi Publications

Namun kenyataannya struktur yang ada pada Bikasoga Advertising digambarkan pada gambar 2. dan 3. berubah jauh walau prinsip-prinsip utama masih berlaku. Prinsip kerja dan mekanisme kerja advertising masih berfungsi secara baik. Hal ini terlihat dari semakin besar jumlah klien yang dimiliki oleh Biad sampai dengan akhir tahun 2004.

Sejalan dengan perkembangannya kemudian, struktur organisasi Bikasoga Advertising akan mendekati struktur seperti pada gambar 1., 1. a., dan 1. b. Perkembangan ini juga melihat pada kondisi yang ada pada saat mendatang. Perkembangan tersebut juga didasarkan atas:

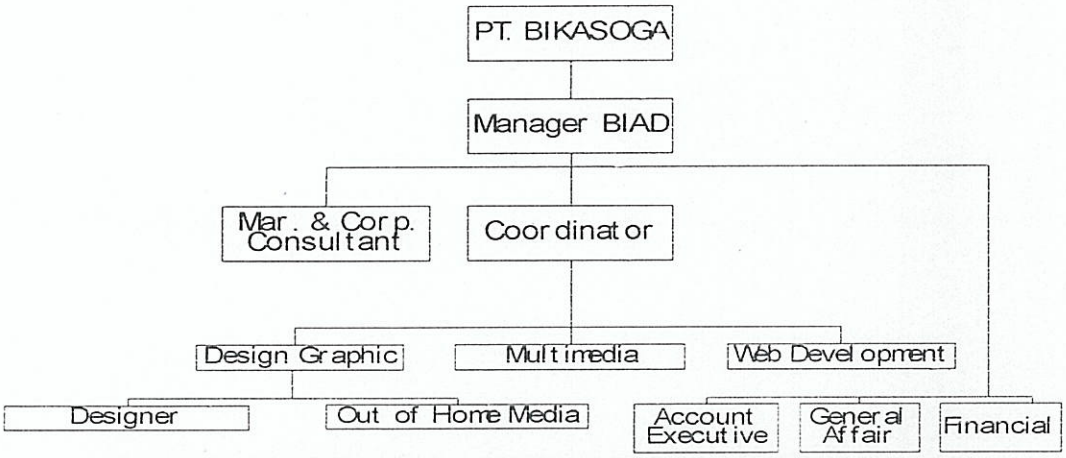
1. Perkembangan kondisi profesi,
2. Sumber daya manusia,
3. Ketersediaan dana (keuangan), dan
4. Proyeksi resiko dan keuntungan.

Empat (4) hal tersebut yang menjadi acuan perkembangan Biad selanjutnya. Profesionalisme dalam bidang jasa pada Bikasoga Advertising merupakan prinsip penting, *Perceive Quality* yang melekat pada klien Biad merupakan standar penting.

3.2.1. Sistem Kerja dan Alur Kerja pada Tiap – tiap Bagian.

Masing-masing bidang yang ada dalam Biad memiliki *system* alur kerja yang sama, hanya perbedaan terdapat pada jenis kegiatannya saja. Sifat pendelegasian tugas dan wewenang dengan keunikan *system* manajemen yang ada di Biad dan bersifat kondisional menyebabkan pemusatan pekerjaan dikerjakan oleh satu tim kerja (*team work*), tim kerja ini terdiri dari beberapa orang dari beberapa bagian atau hanya satu bagian saja tergantung dengan jenis pekerjaan dan jumlah. Maka jika diamati secara mendalam *system* kerja di Biad mengarah kepada *system* kerja proyek, hal ini tergambar melalui struktur dengan munculnya project coordinator yang sejajar dengan koordinator bidang lainnya.

STRUKTUR ORGANISASI
BIKASOGA ADVERTISING



Gambar 2.4 Struktur BIAD yang berlaku sejak tahun 2003 sampai saat ini.

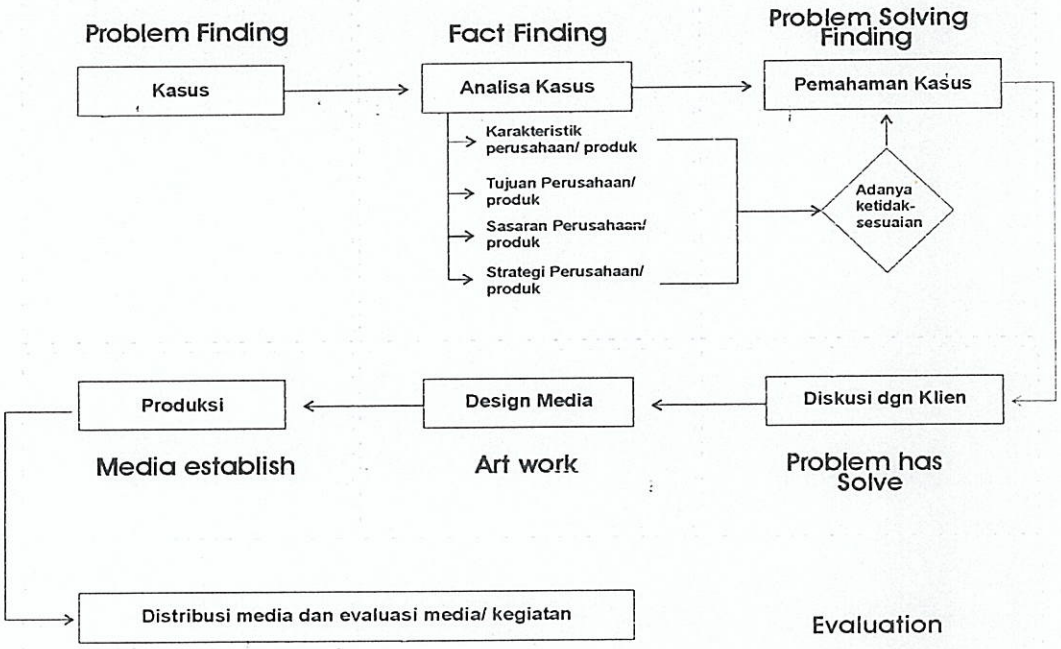
3.2.2. Alur dan mekanisme kerja.

Pada gambar 3 dapat dilihat bentuk alur kerja Biad, secara jelas menunjukkan bahwa system organisasi tersebut bersifat proyek. Pekerjaan dapat diperoleh dari klien melalui *Account Executive* atau melalui staf lainnya, mengapa pekerjaan juga dapat diperoleh melalui staff lain (other person), hal ini disebabkan tidak ada bagian khusus yang langsung menangani kegiatan marketing.

Demikian, di Biad setiap orang adalah marketing (*everybody is marketing*), setiap pekerja di Biad harus memahami seluruh kegiatan masing-masing bagian khususnya mengenai manajemen proyek, cara berhubungan dengan klien, penyusunan kontrak kerjasama, dan bagaimana melakukan sebuah eksekusi terhadap media yang dibutuhkan oleh klien.

3.3. SISTEM ALUR KERJA DIVISI

Bidang pekerjaan di Bikasoga Advertising (BIAD) terdiri atas dua bidang, yaitu konsultatif dan artwork. Pertama, bidang konsultatif dilakukan atas permintaan dari klien yang berhubungan dengan proses konsultasi *marketing communication* yang meliputi strategi dan perencanaan kegiatan advertising dan promosi. Kedua, bidang kreatif (*Artwork*) yang meliputi design dan layout. Pola kerja awal ketika menerima sebuah permintaan dari klien, biasanya dimulai dari penganalisaan kebutuhan klien terhadap kegiatan advertising dan promosi. Demikian, dikarenakan BIAD mengkhususkan diri dalam *full service agency*, maka proses analisa ini sangat diperlukan dengan tujuan untuk mencari jalan keluar terhadap masalah yang dialami oleh klien.



Bagan 2.5 . Proses konsultatif dalam proses pemecahan masalah danpekerjaan kreatif

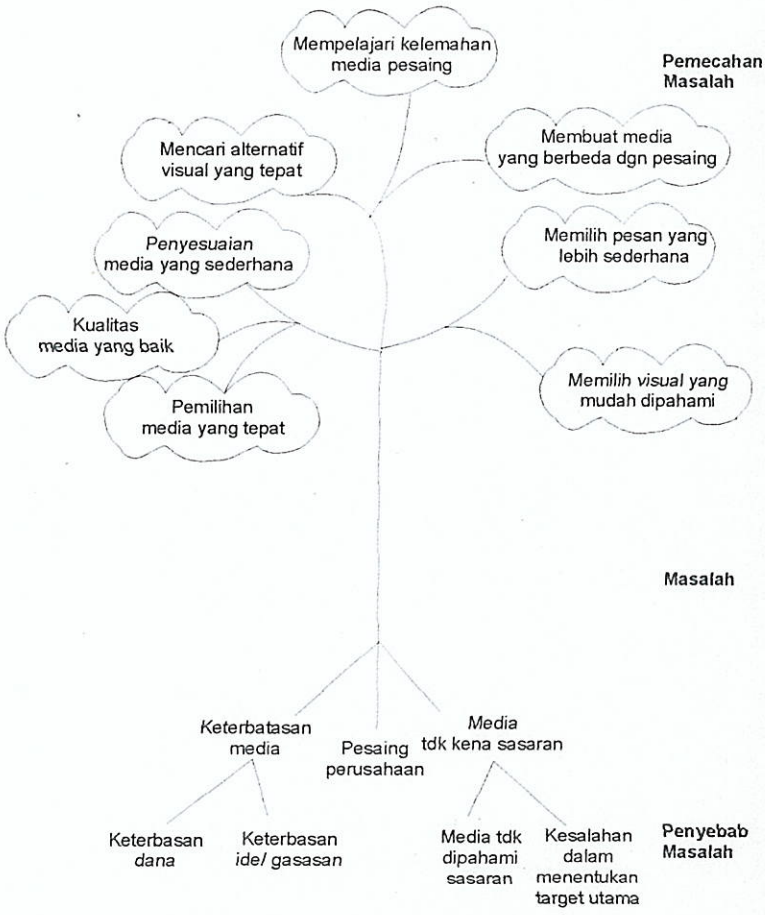
Demikian, setelah analisa terhadap masalah yang dialami oleh klien telah terpecahkan, biasanya dilakukan sebuah diskusi dengan klien untuk memberikan informasi dan dasar pengetahuan mengenai keputusan apa yang diambil sebagai pemecahan masalah dan apa yang akan dicapai dari penyusunan strategi tersebut.

Proses kreatif baru dapat dilakukan setelah tersusunnya sebuah perencanaan dan strategi, perlunya penyusunan rencana dan strategi dimaksudkan untuk memberikan beberapa saran dan argumentasi serta kesediaan klien untuk menyiapkan pendanaan atas beberapa media promosi yang akan dibuat yang didasarkan atas kemampuan klien.

BIAD, berpatokan pada prinsip kerja kreatif dan khususnya memberikan keleluasaan setiap orang untuk berkreasi sesuai dengan bidang yang dikuasainya. Prinsip kreatifitas yang harus dimiliki oleh setiap orang menurut BIAD adalah:

1. Originalitas
2. Berpikir secara Lateral, dan
3. Divergen.

Originalitas didapat melalui aplikasi dari sebuah imajinasi dari tiap individu sesuasi dengan kerang pengalaman dan referensi yang dimilikinya, sehingga tiap orang diharap mampu memberikan sebuah ide kreatif yang segar dan dapat menonjol dari karya yang telah ada.

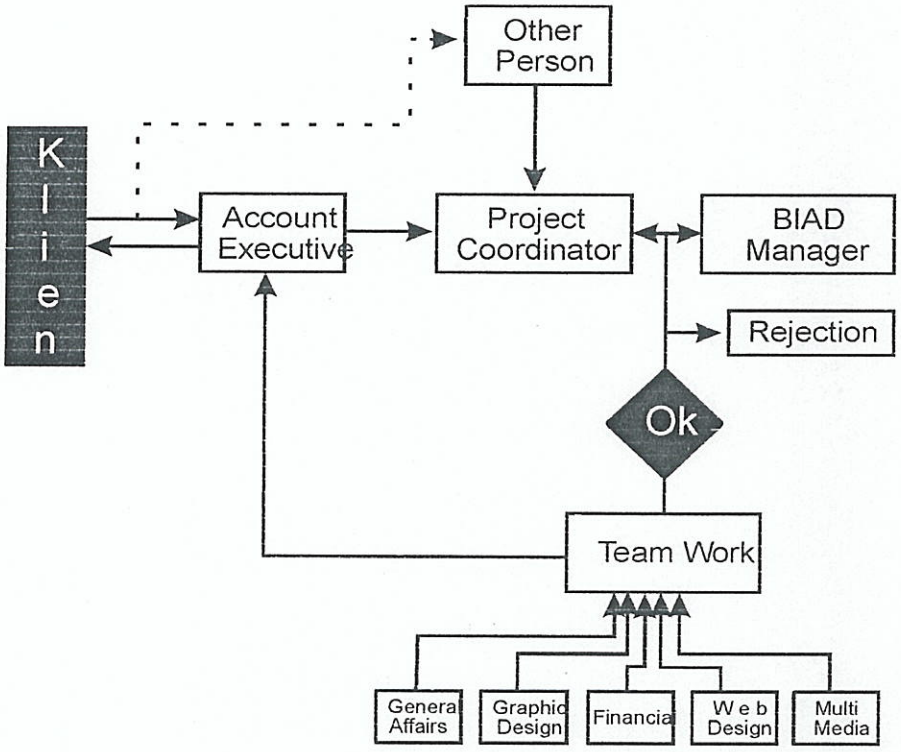


Bagan 2.6. proses berpikir lateral

Berpikir Kreatif secara Lateral adalah berpikir secara bercabang, maksudnya adalah bahwa untuk memahami sebuah masalah dilakukan dengan cara membuat garis-garis yang

membentuk sebuah akar masalah atau pohon bercabang, seperti yang terlihat pada gambar 4., dalam gambar tersebut dapat dipahami secara lebih mudah proses berpikir lateral dimana pada awal pemahaman terhadap sebuah masalah terlebih dahulu dipelajari atau dipahami akar penyebab masalah (faktor–faktor yang mempengaruhi timbulnya masalah) kemudian mencari berbagai alternatif cara yang dapat digunakan (*approach*) dengan membentuk cabang-cabang pohon. Cara ini biasa disebut dengan cara berpikir lateral atau *Lateral Thinking.* Lebih banyak cabang dari pikiran kita maka akan semakin mudah bagi kita dalam pengambilan keputusan berikutnya.

3.4. TAHAPAN PROSES KERJA KREATIF



Bagan 2.7. Mekanisme Alur Kerja Proyek BIAD

Setiap advertising memiliki proses atau tahapan pekerjaan yang berbeda-beda, hal ini sah-sah saja, karena hal ini menyangkut

pada kondisi dan kebijakan yang diambil. Intinya, model-model mekanisme alur dan tahapan proyek digunakan atau diubah ditentukan oleh beberapa hal diantaranya adalah faktor keuangan, keberadaan sumberdaya manusia, perlengkapan yang dimiliki dan pengalaman manajemen, sehingga penyusunan alur proses kerja kreatif akan berbeda-beda. Gambar 5. menunjukkan sebuah alur kerja proyek sedangkan alur kerja kreatif terdapat pada work team.

3.4.1. Team Work

Sistem kerja dalam sebuah team work merupakan proses kerja kreatif yang sesungguhnya. Masing-masing orang yang memiliki keahlian dibidangnya bersama-sama mengatur dan mengembangkan ide serta gagasan secara kreatif. Dalam suatu proyek dipimpin oleh seorang pimpinan proyek, dimana ia memiliki tanggungjawab untuk merencanakan kerja kreatif, mengorganisir kegiatan kreatif, dan melakukan eksekusi terhadap kegiatan yang telah direncanakan.

Biad menyadari bahwa ide dan gagasan yang kreatif tidak saja ditentukan oleh kemampuan salah satu staff. Setiap orang memiliki pengalaman dan referensi yang berbeda-beda, hal ini merupakan kekayaan tersendiri dari sebuah organisasi seperti halnya perusahaan advertising. Penghargaan terhadap ide dan gagasan dari seseorang merupakan hal yang paling penting, di sisi lain kita juga harus memilih salah satu ide atau gagasan dari berbagai ide dan gagasan yang ada. Pemilihan dari sekian banyak *alternative* pemecahan masalah, penyampaian gagasan dan ide dilakukan dalam sebuah team work yaitu melalui proses presentasi ide dan gagasan oleh masing-masing team. Yang perlu diperhatikan dalam sebuah kerja tim ini adalah bahwa setiap ilustrasi dan disain yang dibuat merupakan satu kesatuan, artinya antara satu media dengan media lain yang dibuat terlihat benang merah atau dapat disebut memiliki satu karakter yang sama. Hal ini

penting bagi klien karena untuk tidak membingungkan user (pengguna media) dalam memahami apa yang ingin disampaikan oleh klien dan mereka dapat mengenal suatu perusahaan dari atas sebuah karakter yang disajikan dari berbagai media yang mereka baca, lihat dan mereka dengar.

3.5. SERVICE BIAD

3.5.1. *MARKETING COMMUNICATION*

Kesulitan perusahaan dalam menghadapi berbagai kendala yang disebabkan begitu besarnya biaya promosi namun hasil yang diperoleh tidak seimbang. Dalam hal ini kami membantu dalam menyusun strategi komunikasi melalui pesan-pesan dan pemilihan media yang tepat bagi target pelanggan dan konsumen anda.

3.5.2. *RELATIONSHIP MARKETING*

Dalam menghadapi persaingan secara global, Biad membantu klien memperkuat posisi perusahaan (*positioning a company*) dalam pasar, dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar dan menjadikan perusahaan memiliki potensi sebagai pemimpin-pemimpin pasar (*market leader's*) dan juga sebagai penggerak pasar (*market driven*).

3.5.3. *HOSPITALITY MANAGEMENT CONSULTANT*

Konsultasi manajemen di bidang perhotelan yang meliputi peningkatan kemampuan di bidang *Front Office, Food and Beverage, House Keeping* dan *Marketing and Sales*. Khusus pada bidang *Marketing and Sales*, Biad membantu dalam pengembangan *performance* dan strategi komunikasi secara efektif dan efisien.

3.5.5. *INTREGATED MARKETING CAMPAIGN*

Kami merancang dan melaksanakan secara keseluruhan *marketing campaign* yang berkualitas bagi perusahaan anda. Tim Biad bekerjasama dalam merancang program komunikasi visual yang optimal mulai dari konsep hingga pelaksanaan. *Marketing mix* yang dihasilkan dari proses di atas akan mempresentasikan biaya *marketing campaign* yang tepat dan efisien untuk membidik sekaligus mempengaruhi (*influence*) target market.

3.6. DISAIN GRAPHIS

3.6.1. GRAPHIC DESIGN

Pelayanan dari print advertising kami meliputi semua bentuk Media Rancang Grafis bagi keperluan Promosi atau iklan.

3.6.2. CORPORATE IDENTITY DESIGN

Suatu bentuk komunikasi visual yang menunjukkan identitas perusahaan seperti misalnya :

perancangan logo sampai pada aplikasinya seperti kop surat, kartu nama, map dan bentuk stationery lainnya.

3.6.3. PROMOTIONAL DESIGN

Adalah segala bentuk rancangan media yang bertujuan untuk memberikan informasi serta mempromosikan perusahaan seperti : brosur, katalog, folder, poster, banner dan lain-lain.

3.6.4. EXHIBITION DESIGN

Merupakan suatu bentuk kreasi yang ditujukan untuk memberikan daya tarik pertama bagi pengunjung untuk mendatangi stand eksibisi atau pameran.

3.6.5. GRAPHIC ENVIRONMENTAL

Adalah segala bentuk kreasi yang berfungsi pada lingkungan perusahaan dan sekitarnya, seperti misalnya : papan nama, papan penunjuk, elemen estetis, company amenities dan lain sebagainya.

3.6.6. PACKAGING DESIGN

Bentuk kreasi bagi kemasan suatu produk yang berfungsi untuk memberikan daya tarik bagi produk di dalamnya.

3.7. MULTIMEDIA PRESENTATION AND PROMOTION

Mengikuti perkembangan teknologi media sebagai sarana promosi dan presentasi sebuah perusahaan, institusi, dan organisasi pemanfaatan multimedia ini mampu memberikan daya tarik yang sangat kuat dan jangkauan yang lebih luas. Selain itu dengan menampilkan sentuhan seni yang tinggi mampu menunjukkan kepada publik, bahwa informasi yang Anda berikan tidak sekedar memenuhi fungsi kegunaan saja, namun juga memberikan nilai tambah.

Audio Visual Advertising Campaign

Memberikan jasa perencanaan dan penempatan media promosi melalui audio-visual baik berupa :

- TV Commercial,
- TV Program,
- Animation (2D / 3D),
- Multimedia Graphic,
- Video Profile (Company Profile),
- *CD-Internet Interactive Development*
- *CD-Internet Interactive* mengimplementasikan *Tri Partite Strategic Concept* (key-visual, key-word, key-sound) dalam satu kemasan *creative mix*

yang akan menarik target audience anda.

Spesialisasi pelayanan kami mencakup:

- *3D Animation,*
- *Visual Effect,*
- *Station ID (Logo),*
- *Education,*
- *Video Streaming.*
- *Internet Interactive*
- *Video Profile (Product dan Company Profile)*
- *Digital Brochure*
- *Flash (animation)*
- *360 Images*
- *Architecture Presentation*

3.8. PROFESSIONAL WEB DESIGN

3.8.1. Web Banner Design

Suatu bentuk rancangan multimedia banner (*Gif, Flash, Animation, Contact Us/E-Mail*) yang atraktif dan kreatif yang akan menarik pengunjung kepada website anda sehingga terjalin suatu bentuk hubungan yang kondusif.

3.9. DIGITAL BROCHURE DESIGN

Digital Brochure mempunyai keunggulan antara lain :

- Harga lebih kompetitif dibanding biaya percetakan
- *Content* dapat lebih variatif disertai dengan *grafik multimedia interactive* Mudah dalam proses *up-grading*