BAB III
BIKASOGA ADVERTISING

III.1. Profil Bikasoga Advertising

Bikasoga Advertising (BIAD) merupakan salah satu divisi yang dimiliki oleh PT. BIKASOGA. Dalam hal ini, PT. Bikasoga merupakan sebuah perusahaan yang berada dibawah naungan Yayasan Kesejahteraan Keluarga Bank Indonesia (YKKBI). Berdiri di Bandung pada awal tahun 2000, dan secara resmi menjadi salah satu divisi dari PT. Bikasoga pada awal tahun 2003.

Melihat dari usianya yang masih muda, namun stafnya yang sangat kreatif dan manajemen praktisi di bidangnya sejak lama. Bikasoga Advertising (BIAD) sendiri memiliki empat bagian yang saling menunjang satu sama lainnya, yaitu : Multimedia Production, Web Design, dan Outdoor Promo. Print ad juga termasuk didalam desain grafis.

Profesionalisme, tanggung jawab, dan dedikasi setiap staf merupakan kekuatan terbesar yang dimiliki perusahaan Bikasoga Advertising (BIAD), disamping dinaungi institusi besar serta dukungan staf ahli dibidang Perbankan, Manajemen, Marketing, Sumber Daya Manusia dan Komunikasi, memungkinkan luasnya cakupan bidang garapan usaha ini. Demikian pula sebagai suatu keharusan dari sebuah perusahaan yang siap membantu kliennya dalam persaingan di era pasar bebas ini, BIAD selalu mengikuti standarisasi dengan tujuan memberikan nilai lebih dari setiap service yang diberikan kepada kliennya yang tidak terbatas.

Selama ini, beberapa perusahaan besar sebagai mitra BIAD yang potensial bekerjasama dalam berbagai konsep yang dibutuhkan, baik dalam pengembangan iklan layanan masyarakat maupun pengembangan outdoor promotion.

Pengembangan iklan layanan masyarakat terdiri dari :

1. UKM-Dinas Koperasi JABAR.
2. Bank BTPN.
3. Bank BNI 46.
4. Bank Danamon.

Full Service Agency untuk franchising AFC Pizza & Pasta.

1. Hotel Horison.
2. Savoy Homman.
3. Hotel Permata Resort Dago Pakar.
4. Kegiatan Event Management untuk SUZUKI .

Pengembangan *Outdoor Promotion* terdiri dari :

1. PEMDA Kota Banjar, Bandung.
2. Kabupaten Ciamis.
3. Kabupaten Tasikmalaya dan Kota Tasikmalaya.

Penerapan Sistem Informasi Manajemen yang telah dikembangkan dan diaplikasikan dilingkungan PT. Bikasoga (BIAD) sendiri dan sebagainya, sebagai gambaran kemampuan BIAD dalam melayani berbagai klien yang berbeda.

Sebagai divisi advertising, BIAD membantu dalam mengembangkan dan memelihara citra klien. BIAD membangun model marketing komunikasi yang disesuaikan dengan situasi bisnis saat ini dan masa yang akan datang, mengembangkan konsep strategi inovasi dan berdasarkan pada target konsumen dan pelanggan, termasuk diantaranya dalam pemilihan media promosi yang tepat, dan mengembangkan "Unique Selling Position" bagi produk. Pesan dan visualisasi disesuaikan dengan budaya dan tipe pelanggan melalui riset dan peramalan bisnis masa depan.

III.2. Sejarah Bikasoga Advertising

Bikasoga Advertising (Biad) adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang advertising dan teknologi informasi yang bertujuan untuk memberikan kualitas yang terbaik dalam setiap karyanya.

Biad memiliki komitmen untuk membangun hubungan yang jauh ke depan dengan mitra usahanya melalui inovasi yang dikembangkan dan memberikan kepuasan kepada kliennya.

Tujuan Biad adalah untuk memberikan yang terbaik bagi klien agar klien yang dibantu mampu mencapai keberhasilan usahanya.

III.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam sebuah perusahaan yang mempekerjakan banyak karyawan, tentunya harus mempunyai sistem kerja atau operasional yang baik sehingga tercipta keteraturan kerja. Untuk menuju kearah itu bisa diwujudkan, salah satunya adalah dengan struktur organisasi perusahaan.

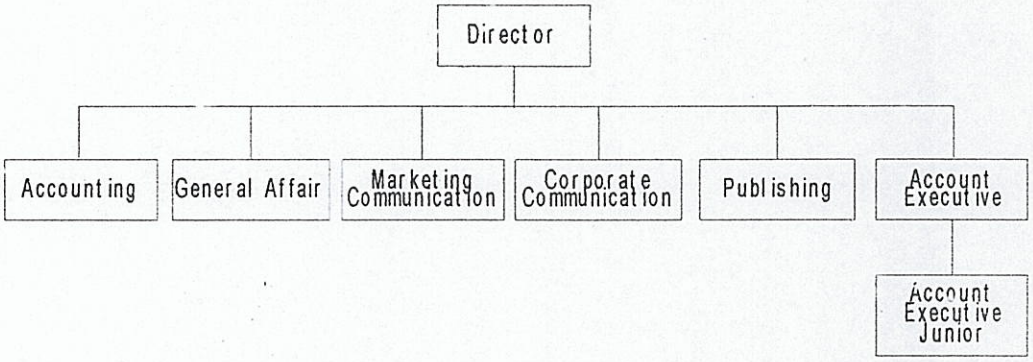
Struktur Organisasi adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan dan untuk mencapai suatu sasaran tertentu dengan melibatkan banyak orang. Struktur organisasi dimaksudkan untuk memberikan kejelasan susunan kepengurusan atau pembagian kerja, tugas, tanggung jawab dan hubungan-hubungan yang terjadi antara kelompok-kelompok dalam menjalankan kegiatannya, sehingga semua semua kegiatan dapat dikoordinasikan dengan baik dalam suatu perusahaan. Adapun struktur organisasi yang digunakan Bikasoga Advertising (BIAD) yaitu dengan menggunakan bentuk organisasi fungsional yaitu disusun atas dasar kegiatan tiap-tiap fungsi atau bidang keahliannya.

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.

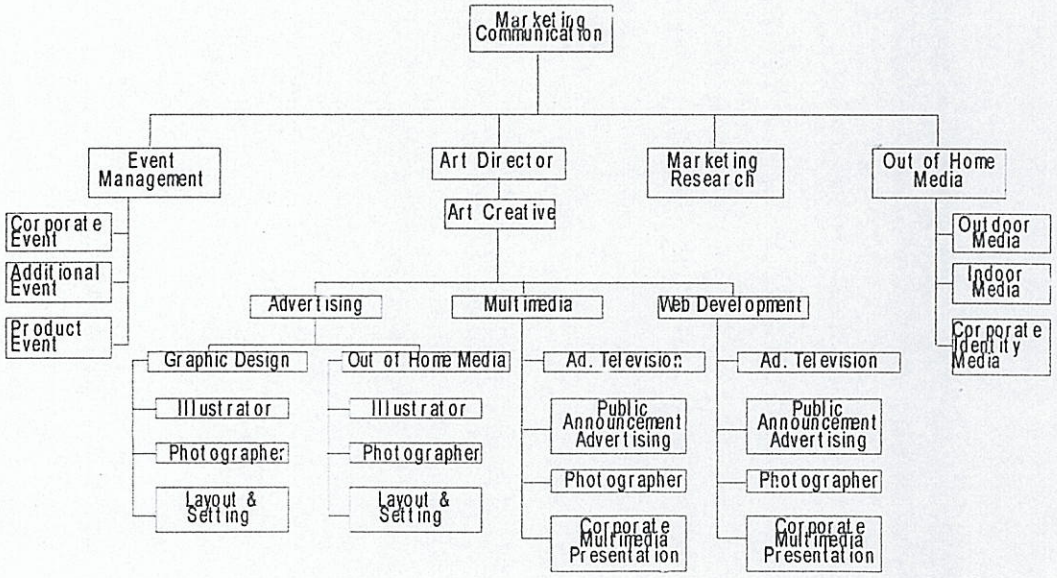
Beberapa alasan penting yang menyebabkan perbedaan dalam struktur ini sangat berhubungan dengan besar investasi yang ditetapkan untuk divisi ini. Beberapa posisi yang seharusnya ada di antaranya adalah *Art Director, Art Creative, Human Relations, photographer,* dan *illustrator.*

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

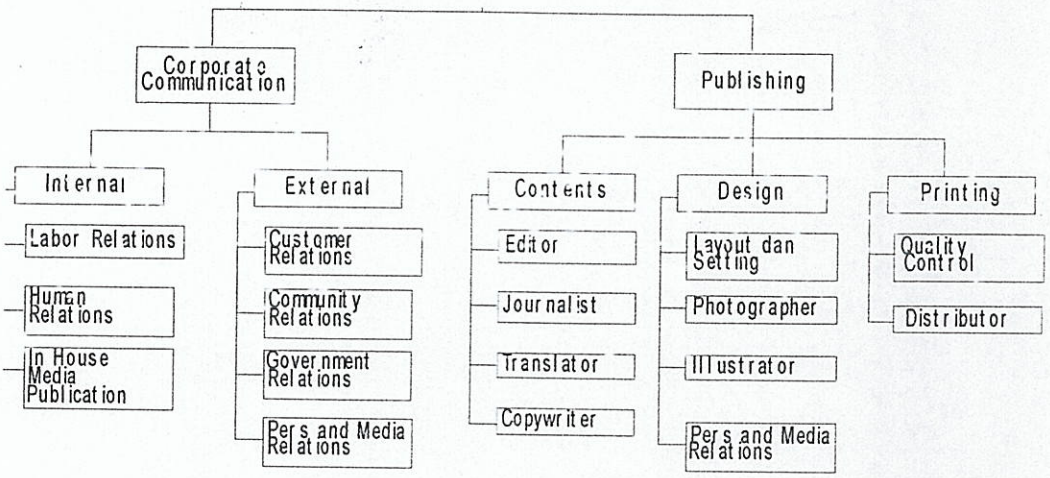
tinggi memerlukan perlakuan yang tidak sederhana, seluruh kegiatan *corporate communication*, *marketing communication* dan *relationship marketing* memberikan dampak yang berbeda-beda dan berlaur kepada satu tujuan yaitu *positioning a product* dan *positioning a company*.



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:

Perkembangan kondisi profesi,

Sumber daya manusia,

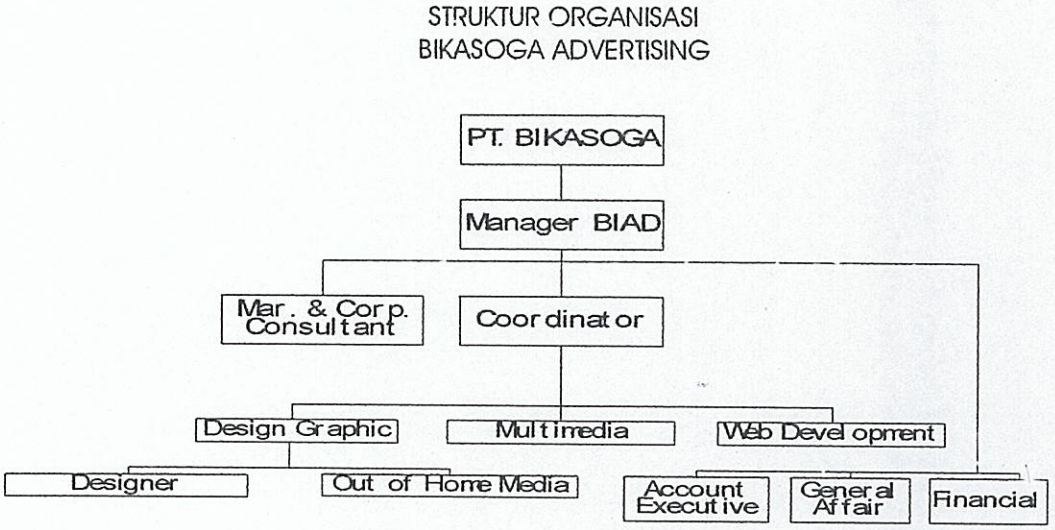
Ketersediaan dana (keuangan), dan

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.

III.3.1. 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.



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

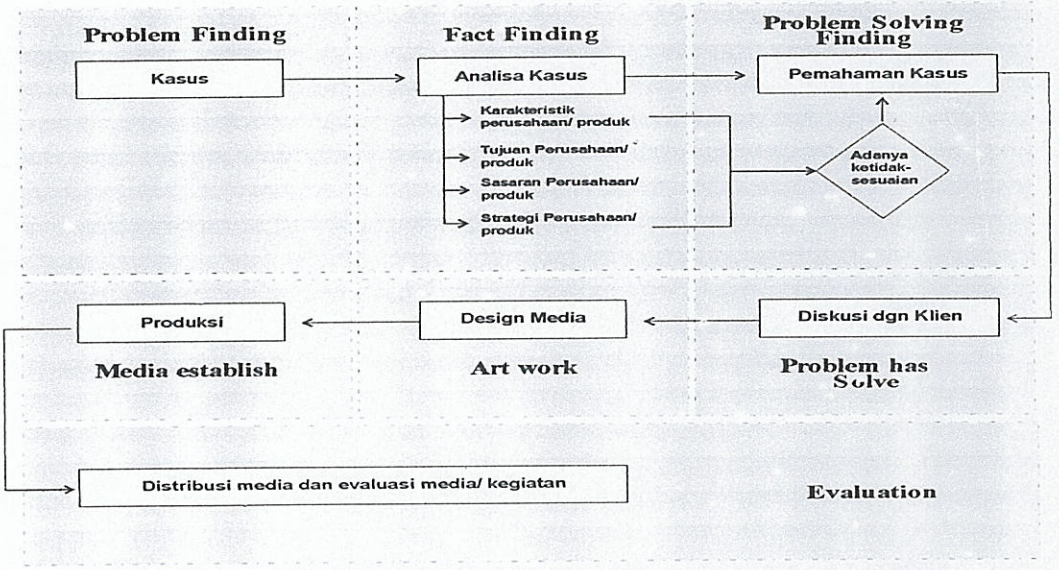
III.3.2. Alur dan mekanisme kerja.

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.

III.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.

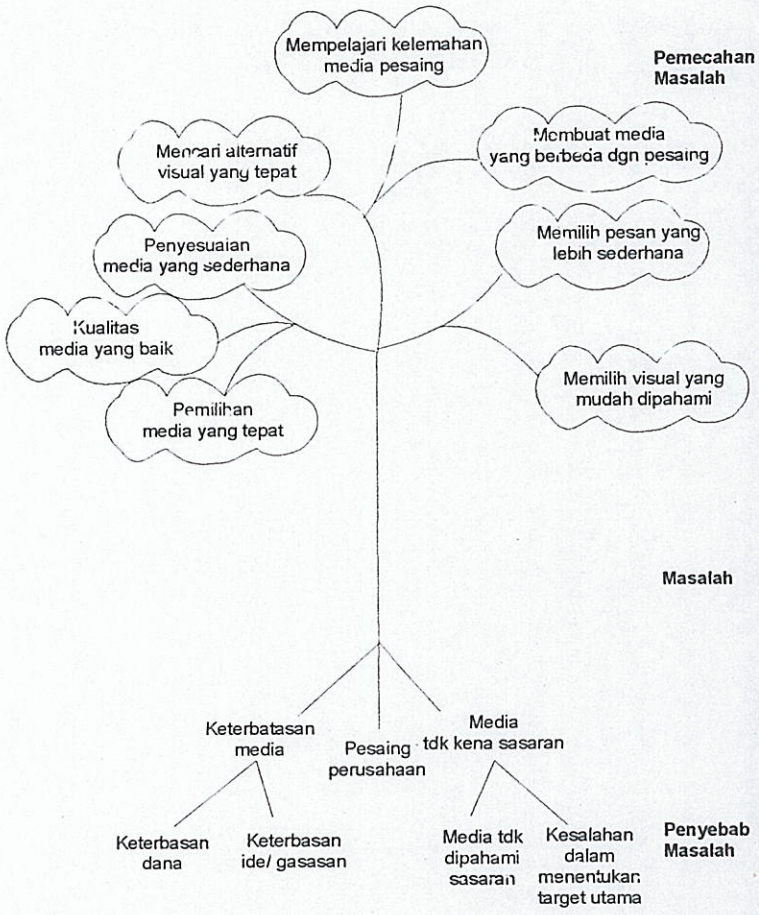
BIAD, berpatokan pada prinsip kerja kreatif dan khususnya memberikan keleluasaan setiap orang untuk berkreasi sesuai dengan bidang yang dikuasainya. Prinsip kreatifitas yang harus dimiliki oleh setiap orang menurut BIAD adalah:

Originalitas

Berpikir secara Lateral, dan

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.

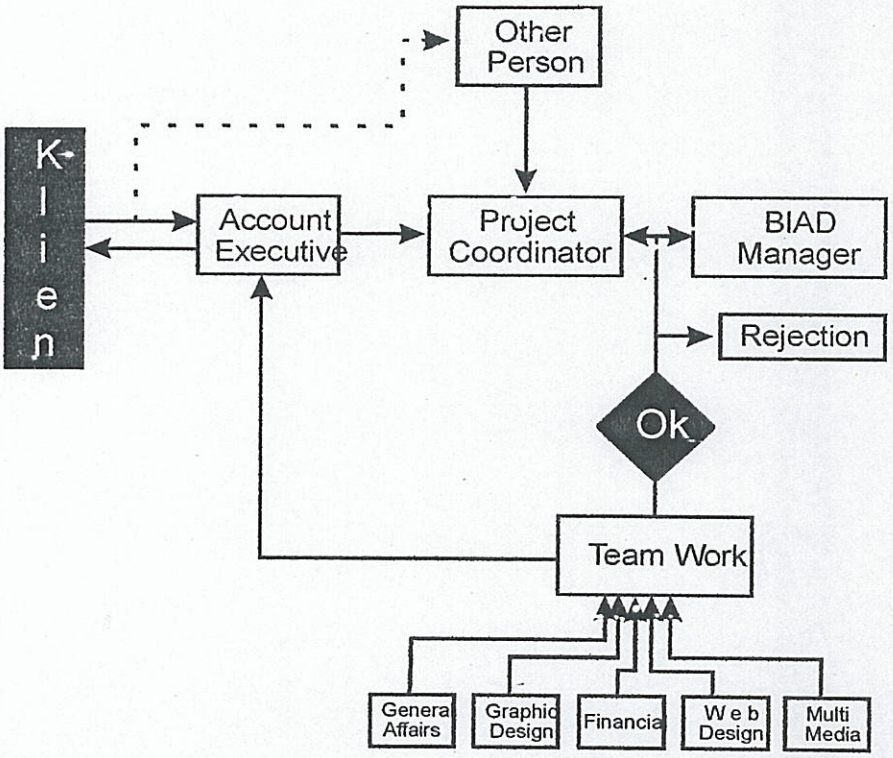


Bagan 2.6. proses berpikir lateral

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.

III.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.

III.3.5. 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.

III.4. Jenis Pekerjaan Bikasoga Advertising

Biad terdiri dari beberapa divisi, yaitu :

1. Multimedia Presentation and Promotion yang mencangkup :
   a. *Audio Visual Advertising Campaign*, yaitu memberikan jasa perencanaan dan penempatan media promosi melalui audio-visual berupa *TV Commercial*, *TV* Program, *Multimedia Graphic*, Film Dokumenter, *Animation* (2D / 3D), *Video Profile*, dsb.
   b. Multimedia Interactive Development, yaitu Mengimplementasikan Tri Partite Strategic Concept (key-visual, key-word, key-sound) dalam satu kemasan creative mix yang menarik target audience, yang mencakup 3D Animation, Visual Effect, Video Profile (Product and Company Profile), Station ID (Logo), Digital Brochure, Education, Flash (Animation), Video Streaming, 360 Images, Internet Interaktive, Architecture Presentation.

2. Professional Web Design yang mencangkup :
   a. *Web Banner Design*, yaitu suatu bentuk rancangan multimedia banner (Gif, flash, animation, contact us / e-mail) yang atraktif dan kreatif.
   b. Digital Brosur Design.
3. *Graphic Design* yang mancakup :
   a. *Corporate Identity Design*, bentuk komunikasi visual yang menunjukkan identitas individu atau kelompok, misalnya : Perancangan logo sampai kepada aplikasinya seperti kop surat, kartu nama, map,dan bentuk stationery lainnya.
   b. *Promotional Design*, segala bentuk rancangan media yang bertujuan untuk memberikan informasi serta mempromosikan individu atau kelompok, misalnya : brosur, katalog, folder, poster, banner, dan lain-lain.

c. *Exhibition Design*, merupakan segala bentuk kreasi yang ditujukan untuk memberi daya tarik pertama bagi pengunjung untuk mendatangi stand eksibisi atau pameran.

d. *Graphic Environmental*, segala bentuk kreasi yang berfungsi pada lingkungan perusahaan dan sekitarnya, misalnya : papan nama, papan penunjuk, elemen estetis, company amenities, dan lain sebagainya.

e. *Packaging Design*, bentuk kreasi bagi kemasan suatu produk yang berfungsi untuk memberikan daya tarik bagi produk di dalamnya.

f. *Print Ad*, bentuk kreasi yang berfungsi sebagai media promosi dan informasi seperti brosur, dsb. Denagn menggunakan teknik cetak print out.

4. *Outdoor Promo*

Bentuk kreasi di luar (lapangan), seperti billboard, Spanduk dan sebagainya.