

BAB II

PROFIL DINI MEDIA PRO YOGYAKARTA

A. Sejarah Dini Media Pro

Berawal Dari keresahan dan gairah menggebu seorang Taufik Ridwan yang pernah menjelajah Jogja sebagai seorang wartawan, maka perlu wadah untuk mengemas idealisme tentang konsep promosi yang segar, baru sekaligus mengandung nilai edukasi. Pada 20 Juli 2000, DINI advertising resmi lahir. Bidang iklan semula menjadi fokus utama DINI Advertising. Ide-ide kreatif banyak tersalurkan dalam bidang ini. Berbekal *networking* yang dimiliki, DINI mulai merambah Dunia Event Organizer dan Multimedia.

Maka, Tepatnya pada 20 Juli 2007 atau berbarengan dengan ulang tahun ke 7 Dini group, nama Dini Media Pro resmi dipakai sebagai hasil ruwatan dari kelompok usaha DINI yang terdiri *Advertising, Event Organizer, Production,* serta *Publishing* untuk berafiliasi kedalam wadah dengan pondasi dan bendera yang sama. Afiliasi ini didorong atas dasar semangat untuk lebih maju, serta untuk mengekspresikan kreatifitas kami dalam menggapai angan-angan. Berbekal semangat Bantul, kami pun melangkah maju, setelah mengalami paceklik pasca tragedi akbar gempa bumi.

Kini, Dini Media Pro berbenah menjadi sebuah *agency* yang memiliki *network* dengan pola kemitraan. Perusahaan ini bergerak di beberapa unit usaha multi dimensional dengan menggarap beberapa bidang usaha melalui jejaring

market. Klien dari perusahaan ini beragam, mulai dari individu, instansi pemerintah maupun lembaga swasta. Kesemuanya adalah mitra yang harus diutamakan berbasis pada keprofesionalitasan kerja. Melalui pola kemitraan tersebut, diharapkan perusahaan ini mampu meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan image produk bagi klien.

Kerangka orientasi tersebut lahir dari dukungan SDM yang profesional, berjiwa muda, berkarakter dinamis dan sangat mencintai jasa pemasaran melalui berbagai gagasan yang kreatif. Mereka bekerja dengan semangat untuk memberikan yang terbaik bagi klien tanpa meninggalkan nuansa *team work* yang terbangun dari komunitas. Dalam setiap gagasan-gagasan kreatifnya, Dini Media Pro menerapkan perpaduan antara pemakaian teknologi informasi terbaru dengan kreatifitas seni yang sudah mengakar. Keberadaan perusahaan ini diharapkan mampu memberikan perspektik lain dari dominasi tren global dengan melabuhkan karya kreatifnya pada dinamisasi nilai-nilai tradisi dan religi.

B. Profil Perusahaan

| | |
|-------------------------|--|
| Nama Perusahaan | : Dini Media Pro (Advertising, Publishing, Event Organizer) |
| Tagline | : Solution For Your Promotion |
| Tanggal Berdiri | : 20 Juli 2000 |
| Direktur Utama | : Drs. Taufik Ridwan |
| No Keanggotaan PPPI DIY | : DIY.CA-08-038 |

Alamat : JL.Pleret Km 1,5 No. 284
Genengan,Potorono, Banguntapan,
Bantul, Yogyakarta 55196

Telepon : 0274-4435636

Faksimili : 0274-4435593

E-mail : dini_adv@yahoo.com

C. Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai biro iklan lokal '100% Mbantul' Dini Media Pro mencoba sedini mungkin memupuk, menanam, membangun cita-cita serta mimpi untuk menjadi biro iklan yang dapat tumbuh dan berkembang di jagat dunia periklanan tanah air. Menjadi perusahaan yang berbasis pada *marketing communication* merupakan harapan kedepannya dan kami yakin dunia ada di tangan kami, manusia Bantul yang luar biasa.

Guna mencapai visi kedepan tentunya Dini Media Pro selalu bergerak meningkatkan kualitas diri dari segi internal amupun eksternal. mampu menghantarkan brand yang ditanganinya tidak sekedar top of mind tetapi juga menguasai market share dan menjadikan brand tersebut dicintai. Serta turut memajukan industri periklanan Indonesia.



E.1. Departemen Advertising

Departemen advertising di dalam Dini Media Pro terdiri dari seorang *Account Executive Manager*, seorang *Account Executive*, dan seorang *Media Planner* merangkap *Media buyer*.

1.a. Account Executive Manager

Berikut adalah tugas dari account manager yang bertanggung jawab langsung kepada *CEO (Chief Executive Officer)*.

- 1) Berkewajiban dan bertanggung jawab melakukan koordinasi dan *reporting* terhadap *staff* di bawahnya secara periodik minimal seminggu sekali.
- 2) Berkewajiban dan bertanggungjawab menerima hasil laporan *staff* yang menjadi tanggungjawabnya serta membuat analisis atas hasil kerja *staff*-nya tersebut.
- 3) Berkewajiban dan bertanggungjawab untuk membuat/ melaksanakan rencana atas kerja dalam divisi/ departemennya untuk periode waktu tertentu.
- 4) Berkewajiban dan bertanggungjawab memberikan masukan, nasehat dan jalan keluar terbaik kepada anak buahnya terutama jika terjadi masalah atas *staff*nya menyangkut klien yang di *handle*.
- 5) Berkewajiban membantu dan bekerjasama dengan *CEO* dalam menentukan *target marketing* dalam suatu periode tertentu.

- 6) Berkewajiban membantu dan atau mendampingi *CEO* dalam melakukan negosiasi dengan klien potensial.
- 7) Bertanggung jawab atas administrasi *marketing* yang dilakukan oleh *staff*-nya.
- 8) Berkewajiban melakukan koordinasi antar departemen dalam penanganan *order* dari klien untuk kemudian melakukan sosialisasi kepada anak buahnya.
- 9) Berkewajiban dan bertanggung jawab atas laporan realisasi program kerja kepada atasannya langsung secara periodik minimal sebulan sekali.
- 10) Berwenang untuk memberikan harga khusus serta fasilitas lainnya berkaitan dengan order klien atas persetujuan dan konsultasi dengan *CEO*.
- 11) Berwenang memberikan penilaian atas hasil kerja *staff*-nya yang kemudian diserahkan kepada pihak yang berwenang di perusahaan (*CEO*).
- 12) Berwenang untuk memberikan masukan kepada *CEO* untuk menentukan kebijakan khususnya dalam bidang *marketing*.
- 13) Berwenang memberikan peringatan terhadap *staff*-nya jika dipandang *staff*-nya tersebut keluar dari kebijakan yang telah digariskan secara departemental khususnya dan perusahaan pada umumnya.

1.b. *Account Executive*

Berikut disampaikan *job's description Account* jabatan ini mempertanggung jawabkan tugasnya kepada *Account Manager*.

- 1) Berkewajiban dan bertanggung jawab atas klien baru, baik yang diterima langsung olehnya maupun yang dilimpahkan dari *Account Manager*
- 2) Berkewajiban dan bertanggung jawab melakukan negosiasi dengan klien atas petunjuk pimpinan departemennya.
- 3) Berkewajiban dan bertanggungjawab atas operasional pemasaran produk-produk dan jasa perusahaan.
- 4) Berkewajiban melaksanakan proses administrasi atas kontrak kerja perusahaan dan klien (*MOU*) yang telah dibuat bersama/ sepengetahuan bagian *Finance and Administration*.
- 5) Berkewajiban dan bertanggung jawab untuk dapat bekerjasama dengan atasannya dalam rangka mewujudkan target-target yang telah ditetapkan perusahaan.
- 6) Berkewajiban dan bertanggung jawab melaksanakan koordinasi dengan atasannya berkaitan dengan order yang diterima.
- 7) Berkewajiban dan bertanggung jawab melaksanakan koordinasi dengan *staff* departemen lain atas arahan dari atasannya berkaitan dengan *order* yang diterima.

- 8) Berkewajiban dan bertanggung jawab melakukan *reporting* secara periodik tertentu yang ditentukan oleh atasannya atas operasional *marketing* dan bertanggung jawab atas *reporting* yang dibuatnya.
- 9) Berkewajiban dan bertanggung jawab melakukan dokumentasi atas arsip-arsip yang berhubungan dengan *marketing* secara baik dan benar.
- 10) Berkewajiban dan bertanggung jawab membuat laporan secara periodik atas hasil kesehariannya untuk disampaikan kepada *Account Manager*.
- 11) Berkewajiban dan bertanggung jawab melaksanakan strategi teknis pemasaran sesuai konsep dan arahan kerja yang diberikan atasannya.
- 12) Berkewajiban untuk membuat *resume* operasional kerja dan hasil kerjanya kepada *Account Manager* minimal sekali dalam sebulannya.
- 13) Berwenang untuk memberikan masukan kepada *Account Manager* jika kebijakan yang diambil atas inisiatif *Account Manager* bertentangan dengan kebijakan departemental khususnya maupun perusahaan pada umumnya.

14) Berwenang untuk menetapkan jadwal pertemuan dengan klien jika klien menghendaki pertemuan secara khusus untuk membahas proyek tertentu dengan pengarahannya *Account Manager*.

1.c. *Media Planner*

Seorang *Media Planner* harus bekerja dengan teliti dan menghitung dengan cermat mengenai anggaran yang dibuat. Berikut ini adalah hal yang harus dilakukan oleh seorang *Media Planner*:

- 1) Melakukan perencanaan dan pemilihan media untuk suatu kampanye periklanan tertentu.
- 2) Mengenal sifat dan karakteristik berbagai macam media.
- 3) Mengikuti perkembangan iklan-iklan kompetitor di berbagai media.
- 4) Menjalin kerja sama yang baik dengan *Media Buyer*.
- 5) Melakukan presentasi apabila diperlukan.

1.d. *Media Buyer*

Seorang *Media Buyer* harus memiliki pandangan yang tajam mengenai beberapa media yang dianggap paling potensial dan hal-hal lain yang harus dilakukan. Berikut tugas seorang *Media Buyer*:

- 1) Melakukan pelaksanaan pembelian.
- 2) Membina hubungan baik dengan berbagai media.

- 3) Bertanggung jawab atas pelaksanaan pembelian media.
- 4) Berusaha mencari peluang-peluang baru yang dapat menambah keuntungan perusahaan.
- 5) Menjalin kerja sama dengan *Media Planner*.
- 6) Membantu *Media Manager* dalam negosiasi dengan pihak media.

E.2. Departemen Kreatif

Departemen kreatif adalah departemen yang mempunyai fungsi sebagai pembuat kreasi dari konsep sederhana sampai dengan proses eksekusi.

2.a. *Creative Director*

Beberapa fungsi dari *Creative Director* adalah:

- 1) Mengetahui semua aktifitas yang dipercayakan oleh klien kepadanya agar dapat mengantisipasi tindakan yang harus dilakukan.
- 2) Berperan aktif dalam merumuskan suatu rencana kreatif, menjelaskan tujuan dan strateginya.
- 3) Memastikan bahwa ide-idenya dapat ditangkap dengan baik oleh konsumen yang dituju.
- 4) Memeriksa kembali pelaksanaan kreatif apakah telah sesuai dengan tujuan dan strategi periklanannya.

- 5) Bertanggung jawab terhadap mutu hasil akhir dari setiap materi periklanan, tingkat desain maupun tingkat *Final Artwork* .
- 6) Meneliti apakah *brief* dari klien sudah cukup lengkap dan jelas.
- 7) Merencanakan dan mengelola semua kegiatan rutin yang ada dalam departemen sehingga semua pekerjaan dapat berjalan lancar.

2.b. *Art Director*

Seorang *Art Director* harus mampu berkomunikasi melalui media audio visual. Membuat konsep visual yang mudah dipahami oleh konsumen dan mampu menterjemahkan naskah iklan secara visual. Hal-hal lain yang harus diperhatikan adalah:

- 1) Berperan aktif dalam pengembangan suatu rancangan kreatif periklanan.
- 2) Berfungsi sebagai sumber ide-ide kreatif visual dari setiap kampanye periklanan.
- 3) Mampu menterjemahkan suatu konsep kreatif menjadi sebuah bentuk visual yang komunikatif, sehingga mampu mencapai tujuan yang hendak dicapai.
- 4) Peka terhadap setiap perubahan selera masyarakat, gaya hidup, trend mode, seni dan budaya.

E.3. Departemen Event

Sebagai unit taktis dengan kepentingan memenuhi kebutuhan klien yang ingin menawarkan promosi secara langsung. Departemen ini menawarkan event di seluruh Indonesia. Adapun tugasnya antara lain:

- 1) Memberikan solusi akan kebutuhan klien mengadakan event atau promosi
- 2) Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan event atau promosi dari klien
- 3) Mempersiapkan, mengurus, dan mengawasi keperluan seluruh kegiatan event atau promosi
- 4) Bekerja sama dengan *creative* membangun kreasi suatu format acara.
- 5) Memberikan laporan hasil dari kegiatan kepada perusahaan.

E.4. Departemen Riset dan Pengembangan

Unit ini melayani berbagai penawaran riset yang terkait dengan produk atau program tertentu dengan melakukan komparasi metodologi sehingga mampu memberikan rekomendasi yang sesuai dengan harapan marketing. Adapun rujukan dari riset tersebut dapat memberikan gambaran dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran terintegrasi.

E.5. Departemen Kesekretariatan dan Keuangan

Dua tanggung jawab besar yang akan dilakukan dalam departemen ini. Yang pertama tentang administrasi, dan kedua tentang keuangan.

5.a. Sekretaris

Pemegang jabatan ini bertanggung jawabkan pekerjaannya kepada *CEO* yang berhubungan dengan seluruh aktifitas keuangan maupun administrasi serta operasional perusahaan.

- 1) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan *staff* di bawahnya serta mengadakan *meeting* rutin minimal satu bulan sekali sebelum tutup buku.
- 2) Berkewajiban dan berwenang memberikan masukan kepada *CEO* atau pimpinan di atasnya apabila ada hal yang urgent mengenai kebijakan keuangan, administrasi, maupun operasional kantor.
- 3) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap penyusunan laporan tahunan (*annual report*), berupa laporan rugi laba, neraca, perubahan modal dll, sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan.
- 4) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap kelangsungan pelaporan bagi hasil sesuai keadaan keuangan atau kesepakatan pengelola.
- 5) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap kelangsungan penggajian/ bonus karyawan sebulan sekali.
- 6) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap kelangsungan keuangan perusahaan/ *cash flow* setiap harinya.

5.b. Keuangan

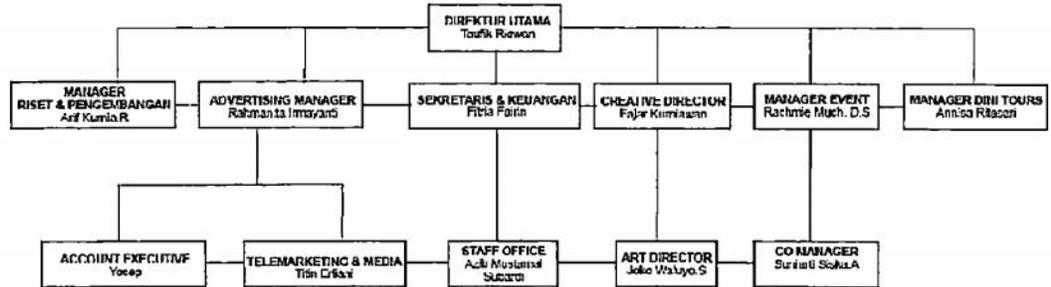
Melakukan pembukuan atau membuat sebuah jurnal sebagai *data base* dari *day to day financial operation*. Pemegang jabatan ini mempertanggung jawabkan pekerjaannya kepada sekretaris.

- 1) Berkewajiban dan bertanggung jawab membantu sekretaris. terhadap penghitungan gaji karyawan setiap bulannya.
- 2) Berwenang memberikan masukan tentang segala hal yang berhubungan dengan keuangan kepada pimpinan di atasnya.
- 3) Berkewajiban membantu sekretaris. dalam penghitungan neraca, laporan rugi laba, perubahan modal dll. Sesuai dengan apa yang sudah diperintahkan sekretaris..
- 4) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap kerahasiaan keuangan perusahaan kepada siapapun.
- 5) Berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap proses *monitoring* dan *controlling* keuangan perusahaan setingkat manager untuk dilaporkan kepada *CEO* secara periodik minimal sebulan sekali.

E.6. Departemen Dini Tour

Unit usaha sebagai sayap perusahaan dalam melayani jasa *tours*. Sebagai solusi alternatif pemasukan keuangan perusahaan yang bersumber selain dari periklanan. Unit ini menjanjikan pelayanan tidak terbatas bagi klien dalam melayani berbagai sarana transportasi dan kegiatan *tours*-nya.

STRUKTUR ORGANISASI DINI MEDIA PRO



(Sumber: Dini Media Pro)

F. Klien

Klien yang pernah bekerja sama dengan Dini Media Pro, antara lain :

1. Margaria Group
2. Samara
3. JNE
4. Bakso Kepala Sapi
5. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
6. Universitas Ahmad Dahlan (UAD)
7. Universitas Islam Indonesia (UII)
8. Pemkot Jogja
9. Buana Printing
10. BP2KY

G. Penghargaan

Penghargaan Pinastika 2003

1. Kategori Spanduk Event

(1 Bronze)

2. Kategori T-shirt

(1 Bronze)

Penghargaan Pinastika 2004

1. Kategori Iklan Display PSA

(1 Gold)

2. Kategori Iklan Kolom Produk

(1 Silver dan 1 Bronze)

3. Kategori Iklan Kolom KR Award

(1 Gold, 1 Silver dan 1 Bronze)

Penghargaan Pinastika 2006

1. Kategori Iklan TVC Produk

(1 Bronze)

2. Kategori Iklan Display Komersial Produk

(1 Bronze)

3. Kategori Iklan Display Layanan Masyarakat

(1 Bronze)

4. Kategori Iklan Kolom Pendidikan KR Award

(1 Gold dan 1 Bronze)

5. Kategori Iklan Kolom Komersial produk

(1 Bronze)

Penghargaan Pinastika 2007

1. Kategori Iklan Display PSA

(1 Gold)

2. Kategori Iklan TVC

(Silver)

3. Kategori Iklan Display KR Award

(1 Bronze)

4. Kategori Iklan Kolom KR Award

(1 Bronze)

Penghargaan Pinastika 2008

1. Kategori Display KR Award

(1 Gold dan 1 Bronze)

Penghargaan Pinastika 2009

1. Kategori Display KR Award

(1 Bronze)

Penghargaan Pinastika 2010

1. Kategori Display KR Award

(1 Gold dan 1 Bronze)

2. Kategori Kolom KR Award

(1 Silver dan 1 Bronze)

(Sumber : Arsip Dini Media Pro 2011)