

BAB II

PROFIL EXISTCOMM

A. Profil Perusahaan

Nama	: PT. EKSIS CIPTA CITRA KOMUNIKA.
Alamat Lengkap	: Jl. Bakung 17, Baciro, Yogyakarta 55225. Indonesia.
No. Telepon	: +62 274 518686, 553645.
No. Faximili	: +62 274 553488.
Direktur Utama	: drg. Eddy Purjanto.
No. Kontak	: +62 811 292040.
Badan Usaha	: Perseroan Terbatas (PT).
Jenis Usaha	: Komunikasi Periklanan.

B. Sejarah Perusahaan

Sejarah Existcomm dimulai pada tahun 1989 ketika drg. Eddy Purjanto merintis sebuah perusahaan *outdoor advertising* di Yogyakarta dengan nama PT. Expresi Indah Sinar Tama (Exist Outdoor).

Pada tahun 1996, Exist Outdoor bergabung dan aktif dalam Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) Pengda Daerah Istimewa Yogyakarta. Seiring dengan itu, drg. Eddy Purjanto sering *sharing* dan bertukar pikiran dengan berbagai praktisi periklanan dari Jakarta. Dari sinilah kemudian drg. Eddy Purjanto mendapatkan wacana bahwa industri periklanan daerah sebuah industri besar yang menjanjikan.

Tahun 1999 lahirlah EXISTCOMM (PT. Eksis Cipta Citra Komunika), Sejalan dengan dimulainya kerjasama dengan perusahaan jamu PT. Sari Sehat. Existcomm lebih menekankan pada penciptaan iklan yang terkonsep, tidak sekedar sebagai eksekutor akhir dari sebuah proses komunikasi.

Perkembangan yang baik diikuti dengan kerjasama dengan Natasha Skin Care yang terjalin mulai tahun 2002, dan kesempatan untuk menangani konsep *personal branding* yang dipercayakan oleh tim sukses Herry Zudianto dan Haryadi Suyuti pada Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) Kota Yogyakarta untuk masa pemerintahan 2006 hingga 2011.

Dari pengalaman menangani klien di atas, setidaknya ada 2 macam prestasi yang berhasil diraih oleh Existcomm. Pertama, dari sisi kesuksesan produk klien di pasar. Prestasi kedua, ketiga klien tersebut memiliki jenis produk yang berbeda, dan ketiganya bisa dikatakan sukses. Di sini terlihat bahwa Existcomm memiliki kredibilitas dan kompetensi menangani produk barang (produk pelangsing Merit produksi PT. Sari Sehat), produk jasa (Natasha Skin Care), serta *personal branding* (Herry Zudianto dan Haryadi Suyuti).

Dengan PT. Sari Sehat, Existcomm mampu mengantarkan salah satu produknya dengan merek Jamu Pelangsing Merit dari produk dengan pangsa pasar tingkat daerah menjadi sebuah produk nasional bahkan internasional. Dikarenakan, Jamu Pelangsing Merit sudah memiliki pasar di Malaysia. Dengan Natasha Skin Care, yang pada saat dimulainya kerjasama baru memiliki 5 cabang. Kini, Natasha Skin Care menjadi sebuah merek nasional dengan lebih dari 32 cabang di seluruh Indonesia. Lalu, Existcomm pun telah sukses mengantarkan

Herry Zudianto dan Haryadi Suyuti menjadi Kepala Daerah Kota Yogyakarta untuk masa pemerintahan 2006 hingga 2011.

C. Visi dan Misi

“Akankah sebuah mimpi terwujud bila kita tidak memulainya?”. Era pasar bebas telah datang, persaingan industri semakin terbuka di tingkat nasional dan internasional, aktifitas pemasaran pun dituntut semakin taktis. Terlebih untuk perusahaan daerah, sekarang adalah saatnya bangkit dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Bahkan, sangat mungkin melebarkan sayap menuju pasar internasional.

Sejak menetapkan visi menjadi perusahaan di bidang komunikasi pemasaran yang mampu membawa produk Anda mendunia, Existcomm selalu bergerak meningkatkan kualitas internal. Dengan selalu meningkatkan kualitas diri, Existcomm berusaha maksimal bersama Anda membangun merek secara konsisten dan berkesinambungan. Sejalan dengan itu, Existcomm turut serta dalam memajukan industri periklanan Indonesia.

D. Board of Director

CEO : drg. Eddy Purjanto.

Business Associate : KRMT. Indro Suseno, SH.

1. Penyiar tamu radio Geronimo FM tahun 1987 sampai 1989.
2. Staf pemerintah Daerah Provinsi DIY Biro ORTALA tahun 1989 sampai 1991.

3. Bagian promosi harian BERNAS tahun 1992 sampai 1995.
4. Pengelola Lembaga Studi Jawa Tembi atau Mandiri Visuatama tahun 1995 sampai 1998.
5. Bagian promosi harian Kedaulatan Rakyat tahun 1998 sampai 2001.
6. *Business Associate* Existcomm.
7. Mengelola Cisy Kencana Orchestra tahun 2001 sampai 2003.
8. Direktur majalah bulanan KABARE dari tahun 2001 sampai sekarang.
9. Pengelola KABARE EVENT dari tahun 2004 sampai sekarang.
10. Direktur eksekutif JOGJA GALLERY mulai tahun 2006.

General Manager

: Ir. Danang Wibowo.

1. Manager iklan SKH Kedaulatan Rakyat tahun 2002 sampai 2002.
2. Direktur majalah bulanan KABARE dari tahun 2002 sampai sekarang.
3. *General Manager* Existcomm dari tahun 2002 sampai sekarang.

4. Pengelola KABARE EVENT dari tahun 2004 sampai dengan sekarang.
5. Aktif di industri media dari tahun 1991 sampai dengan sekarang.

E. Job Description

1) Client Service Departement

Client service department merupakan ujung tombak *agency* dalam menjalin hubungan baik dengan klien, melakukan negosiasi dan rangkaian pekerjaan lainnya. Department ini dipimpin oleh *Account Service Group Head* yang berada langsung di bawah *General Manager*.

Untuk PT. Eksis Cipta Citra Komunika (EXISTCOMM) di dalam *Client Service Departement* mereka terdiri dari seorang *General Manager*, seorang *Account Executive Manager*, seorang *Sr. Account Executive*, dan seorang *Jr. Account Executive*.

Seorang *Account Executive* memiliki peranan yang sangat besar dalam hal ini. Dimulai dengan melakukan negosiasi bersama klien kemudian mengkomunikasikannya kembali kepada seluruh jajaran departemen.

Di pihak *agency*, tahapan-tahapan yang harus dilalui, perjanjian yang harus dibuat dan selalu menginformasikan setiap langkah yang dilakukan oleh *agency*. Di pihak lain, *Client Service* harus mampu menjabarkan keinginan klien dalam hal pembuatan kampanye iklan produknya yang meliputi *Media Departement* dan *Creative Departement*.

Selain hal-hal tersebut, seorang *Account Executive* harus mampu menjadi *leader* bagi rekan-rekan yang lain sekaligus senantiasa memompa semangat kerja karena selalu ada batas waktu dalam setiap pekerjaan.

2) *Media Departement*

Media Departement di EXISTCOMM terdiri dari seorang *Sr. Media Planner*, seorang *Jr. Media Planner*, seorang *Sr. Media Buyer*, dan seorang *Jr. Media Buyer*. Tugas mereka terbagi satu sama lain, namun tetap berfokus terhadap perencanaan dan pembelian media untuk iklan produk milik klien.

a. *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) Mengetahui 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.

b. *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) Menjalani kerja sama dengan *Media Planner*.
- 6) Membantu *Media Manager* dalam negosiasi dengan pihak media.

3) *Creative Service Departement*

Departemen kreatif adalah departemen yang mempunyai fungsi sebagai pembuat kreasi dari konsep sederhana sampai dengan proses eksekusi. Di EXISTCOMM, terdapat seorang *Creative Director*, seorang *Visualizer*, seorang *Jr. Art Director*, dan dua orang *Copywriter*.

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.

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.

c. Copywriter

Untuk menjadi seorang *Copywriter*, harus banyak membaca dan mengetahui bermacam-macam gaya penulisan bahasa. Berikut ini adalah hal-hal utama yang harus dilakukan oleh seorang *Copywriter*:

- 1) Menerjemahkan konsep-konsep kreatif ke dalam bentuk verbal.
- 2) Berkaitan dengan tugas pengolahan naskah iklan, baik berupa *headline, copy, bodycopy, baseline*, maupun *jingle*.
- 3) Harus peka terhadap perubahan selera masyarakat, gaya hidup, trend mode, seni, dan budaya.

4) Finance Departement

Sebuah departemen yang menangani segala urusan finansial perusahaan yang mempunyai tugas utama sebagai berikut:

- a. Melakukan *invoice* (tagihan)
- b. Pembayaran *Media Placement*.
- c. Membayar gaji karyawan.
- d. Mengurusi pajak perusahaan.
- e. Mengurus administrasi keuangan perusahaan.

5) *Traffic*

Bagian ini menjadi *supporting department* yang berfungsi sebagai penghubung antar departemen dan sebagai penghubung antara biro iklan dengan studio produksi luar. Oleh karena itu, lingkup kerja bagian *Traffic* meliputi sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab mengumpulkan data lengkap dari *Account Executive* tentang tujuan suatu pekerjaan, strategi, materi, yang digunakan, *deadline* dan lain-lain.
2. Bertanggung jawab atas kerapian administrasi setiap pekerjaan.
3. Mengatur volume pekerjaan, menyalurkan, dan membagi beban pekerjaan kepada guru kreatif bersangkutan.

F. *Service*

1. **Konsultan Pemasaran**

a. Riset dan Observasi

Riset untuk menggambarkan kondisi eksternal dan internal, menjadi kebutuhan penting dalam menyusun Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi. Setelah menemukan target pasar, kami melakukan riset konsumen untuk mengetahui lebih jauh tentang *insight*, perilaku, komparasi produk, dan program pemasaran yang menjadi harapan di benak kelompok konsumen tersebut.

Luar biasa!! dengan cara tersebut, kita bisa menentukan *positioning* kuat dan mengkomunikasikannya dengan benar.

b. Program Pendampingan

Pendampingan ditempuh melalui evaluasi pada program-program yang telah dijalankan. Program yang sesuai dengan *positioning* dipertahankan, dan membuat perbaikan untuk program lain yang belum tepat dengan *positioning*. Proses tersebut dilakukan melalui keterlibatan Existcomm dalam sistem operasional klien, sesuai jadwal yang disepakati oleh kedua belah pihak.

G. Program Promosi

1. *Advertising*

a. *Above The Line* (Media Lini Atas).

- 1) *TVC* (iklan televisi).
- 2) Radio Commercial (iklan radio).
- 3) Print Ad (iklan cetak).

b. *Below The Line* (Media Lini Bawah).

- 1) *Billboard*, baliho, poster, spanduk, *X-banner*, *flyer*, brosur, dan lain-lain.
- 2) *Ambience* atau *Unconvensional Media*.
- 3) *Brand Activation*.

2. Public Relation

- a. *Corporate ID*.
- b. *Pers Release*.
- c. *Advertorial*.

- d. *Media Internal.*
3. *Sales Promo.*
4. *Direct Marketing.*
5. *Personal Selling.*
6. *Internet Marketing.*

H. Client

1. PT. Sari Sehat.
2. Natasha Skin Care.
3. O-smile Laser Dental Centre.
4. Q-rin Per Boutique.
5. Arimbi Salon.
6. BRI Yogya.
7. Rose Diamond.
8. PT. Ultra Prima Abadi.
9. Jogja Art Gallery.
10. PT. Anindya.
11. Thai Express Restaurant.
12. PT. Sinergi Visi Utama.
13. PT. Graha Terasama.
14. Bank Mandiri Yogya.
15. ADIRA finance Yogya.
16. BPKKD Kabupaten Sleman.
17. Akparda Yogya.

18. PT. Telkom Indonesia. Tbk.
19. KPMD Kabupaten Nunukan.
20. BPD DIY.
21. PT. Sarana Anugrah Pratama.
22. Susu Sapi Pohon Yogya.
23. Auto Car Specialist.
24. Oh La La Café Yogya.
25. Chandra Gupta Hair & Beauty Salon.
26. Acasia Resto.
27. Budi Mulia Dua Culinary School.
28. CHF International.
29. Sanggar Galileo.
30. Garis Accessories.
31. GIM – HRD Training Centre.
32. Universitas Sanata Darma.
33. Lu Tu Ye Salon.

I. Award

1. Pinasthika Widyawara 2003

- 1) *Silver* kategori Iklan Display PSA (Print Ad Natasha versi Toh).
- 2) *KR Award* (Print Ad Natasha versi Toh).

2. Pinasthika Ad Festival 2004

- a. *Bronze* kategori Iklan Display PSA (Print Ad *Cleaning Out My Jogja*).

- b. *Gold* kategori poster *Commercial Product* (Poster Natasha, Wajah Tak Rata).
 - c. *Special Award Unique Art Directing* (Poster Natasha, Wajah Tak Rata).
 - d. *Special Award Best 3D Animation* (TVC Minol versi Tarzan Cengeng).
3. **Lomba Cipta Iklan Layanan Masyarakat Kebersihan (Pinasthika Ad Festival & Imago)**
- a. *Gold* kategori Print Ad (Berilah Aku Makan).
 - b. *Gold* kategori Radio Ad (Gangguan Penciuman).
 - c. *Silver* kategori Radio Ad (Bawang Putih).
4. **Pinasthika Ad Festival 2005**
- a. *Gold* Bawana kategori Media Penunjang/Poster/Komersial (Poster Natasha, Wajah Rusak?).
 - b. *Bronze* Bawana kategori Media Penunjang/Poster/*Unconvensional* (*Hanging* Bahaya Laten Pembajakan).
 - c. *Silver* Baskara kategori Media Luar Ruang/Display PSA (Bahaya Laten Pembajakan).
 - d. *Silver* Baskara kategori Media Penunjang/PSA (Billboard Berilah Aku Makan).
 - e. *Gold* Baskara kategori Media Penunjang/Poster/Komersial (Natasha, Wajah Rusak?).

- f. *Silver* Baskara kategori Media Televisi Komersial (TVC Mathuk Kamar).
- g. *The Best* Outdoor Ad (Poster Wajah Rusak).
- 5. **Lomba Logo Ambarukmo Plaza**
 - a. 10 besar lomba Ambarukmo Plaza.
- 6. **Citra Pariwara 2006**
 - a. 3 besar “Daun Muda *Award*” Citra Pariwara 2006.
- 7. **Pinasthika Ad Festival 2006**
 - a. *Silver* Baskara kategori iklan produk komersial.
 - b. *Silver* KR *Award* kategori iklan kolom.
 - c. *Silver* KR *Award* kategori iklan display komersial produk.
- 8. **New York Festival (NYF) 2007**
 - a. *Bronze Philantropic Award* Iklan Layanan Masyarakat Gempa Yogya “ADI”.
- 9. **Adoi Advertising Award (AAA) 2007**
 - a. *Gold* kategori Film Idea Layanan Masyarakat Gempa Yogya “ADI”.
 - b. *Gold* kategori Film Idea Iklan Layanan Masyarakat Gempa Yogya “WATI”.
 - c. Peringkat IV *Agency of The Year* versi *Adoi Advertising Award* 2007.

(Sumber: Existcomm *Credential* 2008)