Dalam beberapa tahun terakhir, hampir seluruh pengelola merek atau marketers meningkatkan belanja marketing komunikasi mereka melalui kanal digital. Tingginya komunikasi merek lewat kanal digital tak lepas dari bergesernya kebiasaan konsumen Indonesia yang mengarah pada mobile. Dulu, prime time konsumen adalah pukul tujuh hingga sepuluh malam—di mana waktu kumpul keluarga untuk menonton televisi bersama terjadi pada waktu tersebut. Kini, di era digital dan multi screen, prime time justru berada pada genggaman mobile.

Buntutnya, para pengelola merek pun berloma-lomba melakukan aktivasi merek lewat kanal digital. Antara lain, menciptakan brand engagement di berbagai platform digital maupun social media, seperti facebook, twitter, Instagram, Google +, Linked In, dan sebagainya. Sejatinya, platform digital juga kerap kali dimanfaatkan pengelola merek sebagai salah satu kendaraan untuk mengamplifikasi setiap brand campaign.

Efeknya, industri digital di Indonesia turut berkembang. Hal itu ditandai dengan banyaknya agensi periklanan yang menawarkan layanan digital. Bahkan, agensi yang khusus menawarkan layanan digital atau digital agency pun makin menjamur di Indonesia.

Berikut ini adalah Top Ten Digital Agency yang dirilis Facebook pada pekan kedua Mei 2015, tepatnya per 11 Mei 2015. Penilaian Facebook dinilai berdasarkan jumlah fans page yang dimiliki dan engagement yang dilakukan oleh pemilik akun facebook tersebut.

1. Mirum, yakni digital agency yang dulunya bernama XM Gravity. Agensi lokal yang diakuisisi agensi muli nasional itu, dua bulan lalu berganti nama menjadi Mirum. Total page likes yang dimiliki Mirum sebesar 96,7 K.
2. Right Hand, yakni digital agency yang awalnya mayoritas saham dimiliki Pantarei dan Uki Utama, praktisi agensi. Right Hand pun merger dengan Axiata (Malaysia) dan tahun 2015 ini mayoritas saham Axiata mencapai 60%. Kali ini, posisi total page likes Right Hand jauh di bawah Mirum, yakni 3,7 K. Namun, untuk level engagement, Right Hand justru menempati posisi pertama, yakni mencapai 655.
3. Juragan Juara, dengan fans page 2,1 K dan 14 engagement.
4. Think Web, dengan fans page 1,3K dan 86 engagement.
5. Fortune Indonesia milik Fortune Group, memiliki fans page 1,1K dengan 63 engagement.
6. Mediawave Interactive, dengan jumlah fans page 1,1 K dan 15 engagement.
7. Y&R Indonesia, dengan jumlah fans page 933 ribu dan 1 engagement.
8. Pantarei, dengan jumlah fans page 582 ribu dan 26 engagement.
9. XM JWT, dengan jumlah fans page 438 ribu.
10. Xion Digital, dengan jumlah fans page 372 ribu.

Data di atas menunjukkan bahwa tidak semua digital agency yang telah punya pamor sekaligus memiliki banya klien memiliki waktu utnuk “mendadani” akun social mereka. Kesibukan membesut merek-merek klien, sayangnya membuat para pelaku agensi digital kerapkali menomor-sekiankan akun social media mereka.

“Padahal, dengan massif serta giat melakukan aktivasi di akun social media sendiri, brand awareness agency dapat terbangun. Bahkan, berbagai kampanye komunikasi dari merek-merek klien yagn sedang ditangani pun dapat dilakukan lewat akun social media kita. Tingginya engagement kami di Facebook, karena kami aktif mem-posting aneka hal. Mulai dari isu tentang tim dan agensi Right Hand, hingga kampanye komunikasi merek klien yang sedang kami tangani, ” ujar Uki Utama, President Director & CEO (Chief Enabling Officer) Right Hand.