

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

2.1.1 Profil Perusahaan

PT. Anugrah Cipta Karyatama, yang dikenal dengan nama merek *Endee Brand & Marketing Consultant*, adalah anggota Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia yang memfokuskan pada konsultasi merek dan pemasaran, menyediakan berbagai solusi iklan dan pemasaran untuk berbagai perusahaan/klien. (endeecom.com)

Endee Communication, sebagai brand dari PT. Anugrah Cipta Karyatama, adalah agensi periklanan yang selalu berinovasi dan berusaha untuk terus belajar, agar dapat bersaing dengan agensi periklanan yang sudah lebih dahulu sukses dan terkenal. Perusahaan ini menawarkan layanan penuh kepada klien, termasuk konsultasi merek, strategi pemasaran, komunikasi, spesialis media, penyelenggaraan acara dan produksi, serta strategi pemasaran online untuk memenuhi kebutuhan brand klien. (endeecom.com)



Gambar 2.1 Logo PT Anugrah Cipta Karyatama

Sumber: <https://endeecom.com/>

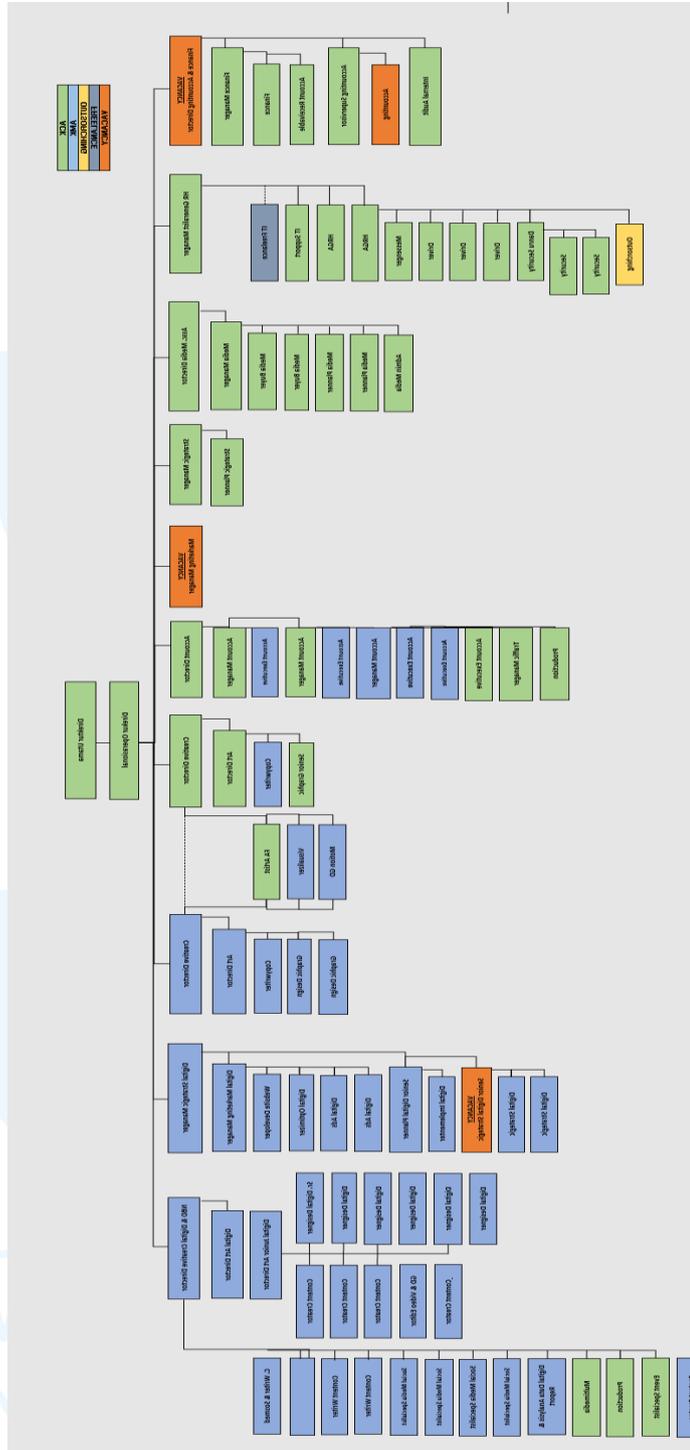
Berikut adalah visi dan misi Endeecomm, dengan visi dan misi ini, Endeecomm bertekad untuk menjadi agensi yang dapat memenuhi ekspektasi klien:

- Visi: Endee Communications berkomitmen untuk menjadi mitra terpercaya dalam menciptakan pengalaman komunikasi yang inovatif dan berdampak bagi merek. Kami percaya setiap ide memiliki potensi, dan kami berusaha membantu klien mewujudkan impian mereka melalui strategi komunikasi yang terintegrasi. (endeecom.com)
- Misi:
 - Menyediakan solusi kreatif untuk mendukung pertumbuhan merek.
 - Mengembangkan kampanye yang meningkatkan penjualan klien.
 - Menghubungkan merek dengan audiens melalui pesan yang tepat.
 - Menjadi mitra dalam *e-commerce* untuk memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. (endeecom.com)

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Didirikan pada Desember 2000, oleh Andy Gusena selaku CEO Endee Communication. Endee telah berkembang menjadi konsultan iklan dan pemasaran yang terpercaya, dengan portofolio yang mengesankan. Mereka berkomitmen untuk terus memberikan solusi inovatif dalam strategi iklan dan pemasaran, sejalan dengan filosofinya yaitu, "*EveryThink Is Possible.*" (endeecom.com)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

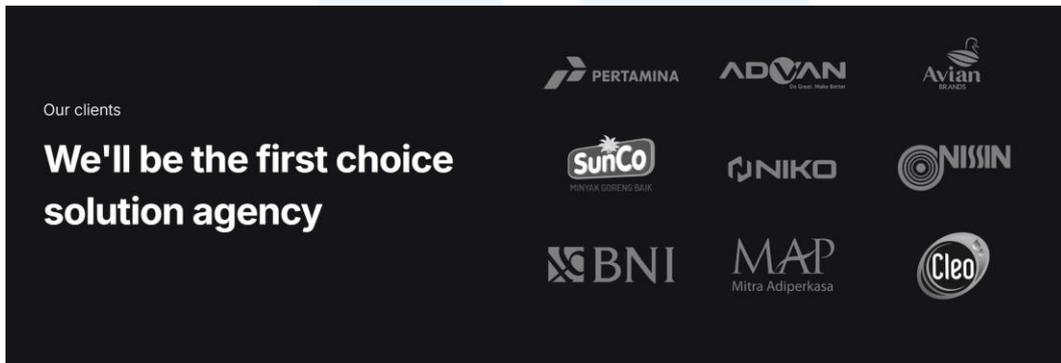
PT Anugrah Cipta Karyatama yang dipimpin oleh Andy Gusena, merupakan perusahaan yang memiliki sistem untuk mengklasifikasikan pekerjaan karyawan ke dalam beberapa bagian.

Saat ini, penulis sedang menjalani program magang di divisi digital, khususnya di tim *content creator* atau video editor dan *graphic design*. Tim *content creator* dan *graphic design* ini bertanggung jawab atas kebutuhan *graphic design*, video editing yang berbentuk motion atau content untuk *social media reels* lainnya. Untuk strategi periklanan yang dilakukan secara online dan offline. *Creative Director* bertugas mengawasi dan menyetujui pekerjaan penulis selama magang, sementara dua *Lead Content Creator/video editor*, yaitu Farhan dan Charrisa Nadia, mengawasi pekerjaan penulis sehari-hari.



2.3 Portofolio Perusahaan

Dikutip dari website milik PT Anugrah Cipta Karyatama. Endee Communication ini sudah cukup terkenal di kalangan orang yang memiliki perusahaan/brand, sehingga memiliki banyak klien. Berikut adalah klien dari Endeecomm dan beberapa hasil pencapaiannya.



Gambar 2.3 Klien PT Anugrah Cipta Karyatama

Sumber: <https://endeecom.com/>

Endeecomm menyediakan beberapa jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan target pasar, contohnya: layanan penuh kepada klien, termasuk konsultasi merek, strategi pemasaran, komunikasi, spesialis media, penyelenggaraan acara dan produksi, serta strategi pemasaran online untuk memenuhi kebutuhan brand klien. Berikut adalah contoh jasa yang ditawarkan oleh Endeecomm:

1. *Client:* Niko



Gambar 2.4 Client Niko

Sumber: <https://endeecom.com/>

Produk Niko, dengan tagline "Niko! Kompor Kaca Dapur Mewah!", adalah kompor lokal yang menonjolkan kemewahan dan kecanggihan. Kampanye iklannya menggunakan *TVC (televise commercial)* yang menampilkan keunggulan Kompor *Niko Kitaro Black* melalui testimoni dari *Chef Arnold*, yang disajikan dalam gaya visual cinematic. Dalam video tersebut, fitur-fitur utama seperti windshield yang mempercepat proses memasak, timer built-in untuk kemudahan, serta safety pin yang melindungi dari kebocoran gas saat memasak menjadi fokus utama. Dengan desain modern yang fungsional, kompor ini dirancang untuk memberikan pengalaman memasak yang lebih aman dan nyaman.

2. *Client*: SunCo



Gambar 2.5 Client SunCo

Sumber: https://endeecom.com/portfolio_category/branding/

Sunco, dengan *tagline* "Sunco Minyak Goreng Baik", merupakan minyak goreng lokal yang menekankan kebersihan dan keunggulannya yang tidak mudah menempel di makanan. Kampanye iklannya menggunakan TVC dan Sunco kali ini mengeluarkan konsep baru dengan fokus pada edukasi tentang penggunaan minyak goreng yang baik. Dengan mengusung slogan "Makan gorengan boleh, asal pakai Sunco," iklan ini menunjukkan bagaimana Sunco menjadi solusi bagi para pecinta gorengan yang ingin tetap menjaga kesehatan. Dalam cerita iklan, Mas Adam yang awalnya melarang Inul makan gorengan, akhirnya diyakinkan oleh Inul bahwa gorengan tetap aman dinikmati jika menggunakan Minyak Goreng Sunco. *Chef Arnold* juga mendukung pernyataan tersebut, menegaskan bahwa Sunco adalah minyak goreng paling jernih dan hanya sedikit menempel pada makanan.

3. *Client*: Lervia (Endecomm X Lervia)



Gambar 2.6 Client Lervia

Sumber: https://endeecom.com/portfolio_category/branding/

Kali ini, kampanye iklan yang digunakan Endecomm juga merupakan TVC. Pada TVC ini, produk Lervia berkolaborasi dengan Cinta Laura dalam membuat TVC produk sabun susu ini menghadirkan pesan kuat tentang kelembutan kulit. Sabun susu Lervia diformulasikan dengan molekul partikel kecil yang cepat meresap ke dalam kulit, memberikan efek lembut bahkan sebelum dibilas. Dalam proses pembuatan iklan ini, 10 wanita cantik turut serta, menjadi ikon kecantikan yang mewakili impian setiap perempuan untuk memiliki kulit yang halus dan sehat.

Melalui TVC ini, Lervia ingin menyampaikan bahwa setiap perempuan memiliki harapan yang sama—kulit lembut dan bercahaya. Dengan manfaat sabun susu yang mampu menutrisi kulit secara mendalam, Lervia berkomitmen untuk membantu mewujudkan impian tersebut. Kelembutan kulit yang diberikan oleh sabun ini bukan hanya terasa, tapi juga terlihat dari kilau sehatnya, membuat perempuan semakin percaya diri.

4. *Client: Advan Indonesia*

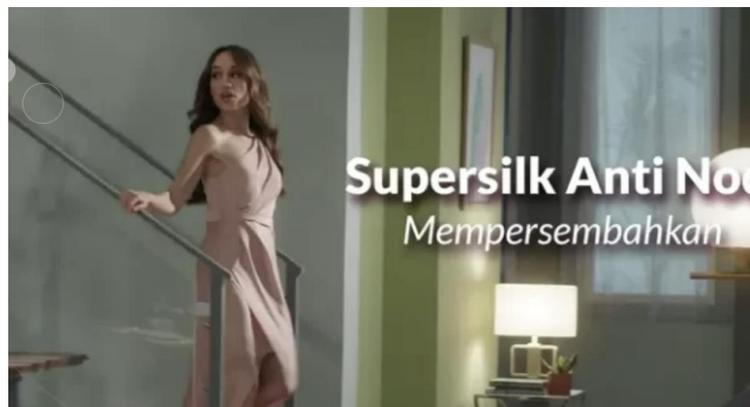


Gambar 2.7 *Client Advan Indonesia*

Sumber: https://endecom.com/portfolio_category/branding/

Dalam project ini, Advan menggunakan kampanye pengiklanan TVC dengan konsep '*Advan New Logo and Xplay & AI-Gen*' untuk mempromosikan perubahan logo dan teknologi terbaru mereka. Melalui TVC ini, pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa Advan tidak hanya berkomitmen untuk terus berkarya dengan kualitas terbaik, tetapi juga menyediakan solusi untuk menghadapi tantangan pembaruan teknologi.

5. *Client: Avian Brands*



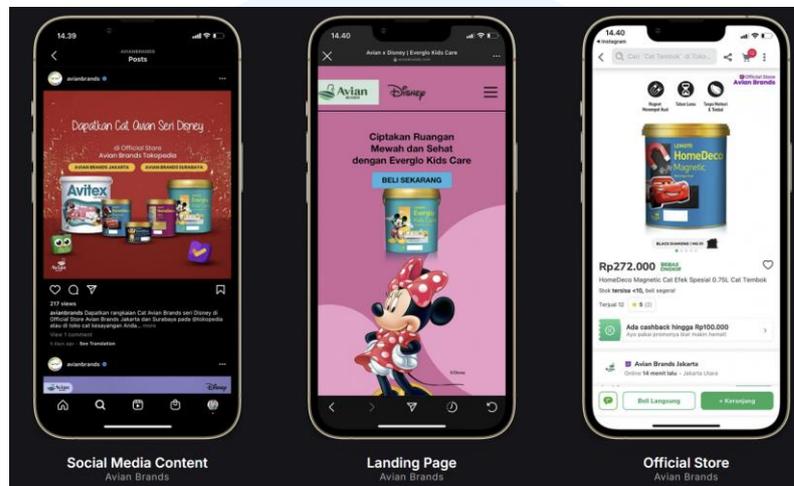
Gambar 2.8 *Client Avian Brands*

Sumber: https://endecom.com/portfolio_category/branding/

Project ini juga menggunakan iklan TVC dengan konsep '*Supersilk Anti Noda – Romantic Dinner*'. Dalam konsep ini, terdapat kolaborasi dengan *Avian Brands* yang membangun cerita komedi berjudul "dinner romantis" yang hampir

gagal karena masalah dengan alat rumah tangga, namun berhasil diatasi berkat keunggulan produk Supersilk Anti Noda, yang dibintangi oleh Claura Kiehl.

6. Client: Avian Brands



Gambar 2.9 Client Avian Brands

Sumber: https://endecom.com/portfolio_category/branding/

Dalam kampanye ini, Endeecom menerapkan strategi *digital marketing* untuk mendukung pengiklanan *Avian Brands*. Fokus utama kampanye ini adalah mempromosikan toko resmi *Avian Brands* di Jakarta dan Surabaya, dengan menggabungkan pendekatan strategi brand dan *UX (User Experience)* yang efektif. Endeecom merancang elemen-elemen penting seperti media sosial, *landing page*, dan platform *e-commerce* untuk mendukung kampanye ini. Tujuannya adalah menyampaikan konten yang memberikan nilai tambah bagi audiens, sekaligus menonjolkan keunikan produk *Avian Brands*. Dengan memanfaatkan media sosial, *KOL (Key Opinion Leaders)*, iklan, dan *landing page*, kampanye ini dirancang untuk mengarahkan audiens langsung ke pasar *Avian Brands*.

7. *Client*: Advan Indonesia



Gambar 2.1.1 Client Advan Indonesia

Sumber: https://endeecom.com/portfolio_category/branding/

Dalam kampanye ini dengan tagline '*The Real Competition between David v Goliaths*' pada kampanye Advan kali ini, strategi yang digunakan adalah *IMC (Integrated Marketing Campaign)*. Pada proyek ini, Endeecom berfokus pada cara bagaimana untuk bersaing dan melawan pesaing-pesaing dengan produk gadget lainnya di pasar teknologi saat ini. Jadi Endeecom memikirkan caranya dengan: menemukan insight yang tepat, menciptakan produk dengan desain keren, komunikasi *hard sell*, dan saluran iklan yang tepat.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA