

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

FTW (For The Win) adalah salah satu agensi periklanan kreatif yang berada di bawah naungan Future Creative Network (FCN), sebuah grup kreatif yang memiliki berbagai divisi dan agensi dengan spesialisasi masing-masing. FTW dikenal sebagai agensi kreatif yang mendorong batasan kreativitas dengan pendekatan kolaboratif dan inovatif. FTW fokus pada penyediaan solusi bisnis berkelanjutan melalui *communication strategy*, *brand advertising*, *brand activation*, dan juga *branding* yang mengutamakan relevansi bagi audiens lokal maupun internasional. (Future Creative Network, n.d.)

FTW dinobatkan sebagai agensi terbaik nomor satu di Indonesia pada tahun 2023 dan agensi terbaik nomor 2 di tahun 2024 versi *Campaign Brief Asia*. Keberhasilan ini menunjukkan kemampuan FTW dalam bersaing tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di dalam lingkup internasional. Agensi FTW juga memiliki beberapa talenta yang masuk ke dalam daftar *Indonesia's Most Awarded Creatives 2023*, menandakan keunggulannya dalam mencetak prestasi kreatif (Burhanudin, 2023)

2.1.1 Profil Perusahaan

FTW (For The Win) adalah *Creative Digital Agency*, yang bernaung di bawah Future Creative Network (FCN), sebuah grup kreatif yang memiliki beragam unit usaha yang mengkhususkan diri dalam bidang periklanan dan pemasaran. FTW dikenal dengan pendekatan inovatif serta karya yang berorientasi pada hasil (result-oriented) untuk memenuhi kebutuhan pemasaran klien-kliennya dari berbagai sektor industri seperti FMCG, otomotif, teknologi, dan perbankan. Visi FTW adalah menjadi partner kreatif terkemuka yang memberikan solusi pemasaran yang mampu menghubungkan merek dengan audiensnya, serta menjadi pemimpin kreatif yang penuh pertimbangan didalam *creative advertising industry* . Mereka

bertujuan menjadi penggerak utama dalam mendorong transformasi komunikasi merek melalui kreativitas yang tak terbatas. Misi mereka mencakup menghasilkan kampanye yang bermakna dan berdampak positif, mendorong batasan kreativitas melalui strategi yang menginspirasi, membangun hubungan berkelanjutan dengan klien melalui pendekatan kolaboratif, serta mengembangkan talenta lokal yang dapat bersaing di kancah global. (Future Creative Network, n.d.)



Gambar 2. 1 Logo FTW
Sumber: [linkedin.com/ftw-jakarta](https://www.linkedin.com/company/ftw-jakarta)

Logo FTW mencerminkan semangat muda dan dinamis dengan desain modern, menunjukkan fokus mereka pada kreativitas tanpa batas. Logo ini terdiri dari simbol "FTW" dengan tipografi sans serif yang berani, melambangkan keberanian untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan eksekusi yang kuat. Selain itu juga ada logo burung yang mencerminkan bagian dari Future Creative Network. Bidang usaha FTW meliputi strategi kreatif, pengembangan brand strategy, pemasaran digital, serta kampanye iklan terintegrasi yang mencakup media digital, cetak, dan televisi. (Burhanudin, 2023)

Mereka juga menghasilkan konten visual seperti desain grafis, fotografi, dan video, serta mendukung strategi pemasaran klien melalui craft art directing & digital imaging yang memberikan daya tarik visual yang kuat. FTW telah berkolaborasi dengan berbagai merek besar seperti Wuling Motors,

McDonald's, Shell, Lazada, Sosro Fruit Tea, dan CoLearn, serta memenangkan berbagai penghargaan di festival periklanan seperti Citra Pariwisata dan D&AD Awards. (Grahanusa Mediatama, 2023)

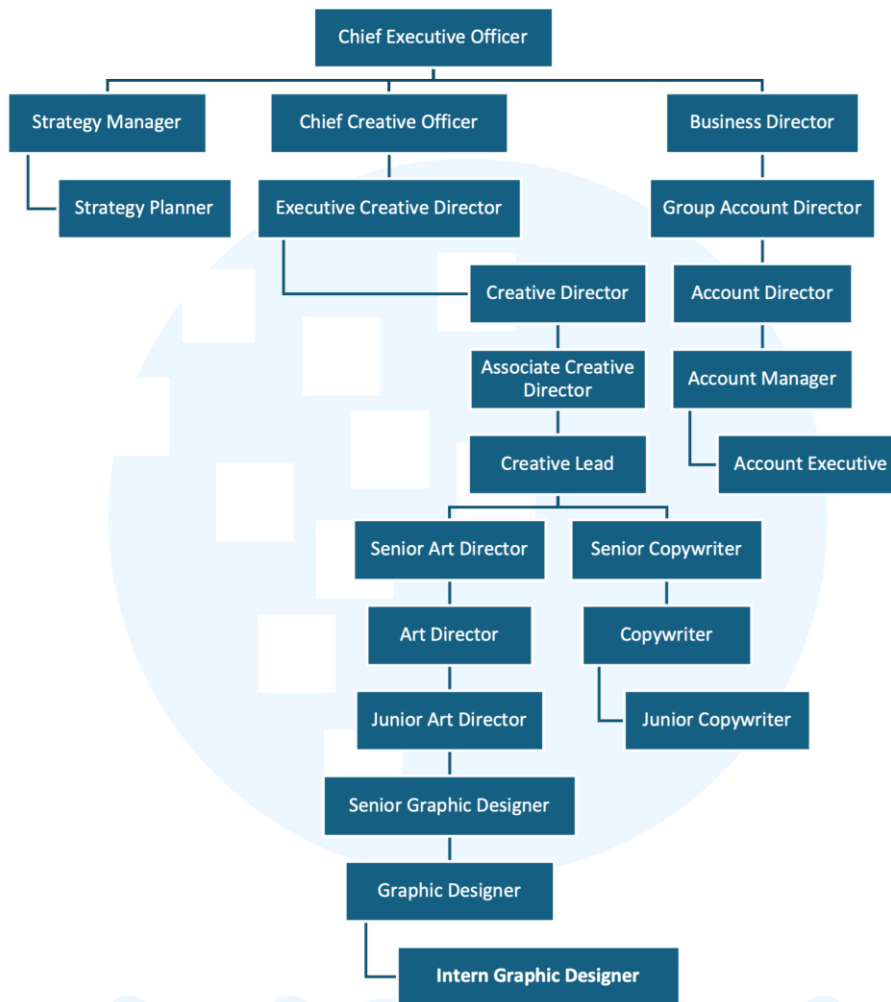
2.1.2 Sejarah Perusahaan

FTW (For The Win) pertama kali didirikan oleh Erwin Santoso dan Sherly Basri, yang memiliki pengalaman luas dalam industri kreatif pada tanggal 21 Januari 2021. Dikutip dari *website* FTW, Erwin memiliki lebih dari 15 tahun pengalaman di berbagai agensi ternama, sedangkan Sherly memiliki lebih dari 20 tahun pengalaman, khususnya dalam *brand communication* dan *advertising*. Mereka mendirikan FTW sebagai bagian dari misi untuk menawarkan solusi kreatif yang inovatif dan efektif dalam dunia pemasaran.

FTW awalnya dibentuk sebagai bagian dari ekspansi Future Creative Network (FCN) yang didirikan pada tahun 2015. Tujuan utamanya adalah untuk mengatasi kebutuhan akan kampanye kreatif yang inovatif dan berfokus pada pendekatan digital di Indonesia. (Future Creative Network, n.d.) FTW lahir sebagai respons terhadap permintaan yang meningkat untuk kampanye pemasaran terintegrasi yang dapat menjangkau audiens modern melalui pendekatan komunikasi yang unik dan terhubung.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan adalah susunan unit kerja dalam sebuah organisasi, dengan peran dan juga yang fungsi yang berbeda. Struktur ini dirancang untuk mendukung kolaborasi antar tim, memaksimalkan efisiensi, dan memastikan setiap anggota tim berkontribusi secara optimal. (Zahro, 2024, hlm. 3) Dengan mempertimbangkan dinamika industri kreatif yang cepat berubah, struktur ini memungkinkan FTW untuk beradaptasi dan juga responsif akan kebutuhan klien dan tren yang sedang naik di pasaran. Selama kurang lebih 640 jam kerja, penulis berperan sebagai Graphic Design Intern di FTW. Berikut adalah bagan struktur organisasi dari perusahaan FTW :



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
 Sumber : Dokumentasi Perusahaan(2024)

2.3 Portofolio Perusahaan

Sejak didirikannya, FTW telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menghasilkan karya-karya kreatif yang berdampak melalui berbagai kolaborasi dengan klien-klien ternama. Portofolio FTW mencakup sejumlah proyek branding yang berhasil dalam meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan pengalaman yang menarik bagi audiens. Beberapa proyek unggulan mereka sangatlah banyak, namun penuli akan menyebutkan beberapa proyek yang berhasil meraih penghargaan dan juga mengharumkan nama agensi FTW. (Antikode Team, n.d.).

2.3.1 Wuling Motors Indonesia, Cloud EV

Proyek yang pertama adalah, Wuling Motors. FTW merancang kampanye branding untuk Cloud EV, menyoroti inovasi dan kenyamanan yang ditawarkan oleh produk mobil listrik mereka. Iklan ini juga berhasil memenangkan OMNI Channel Brands of the Year 2023, oleh Marketeers Awards, Green Product of The Year 2023 oleh SME Awards, Marketeers, serta berhasil menjual lebih dari 11.000 unit dalam setahun.



Gambar 2. 3 Key Visual Iklan Wuling
Sumber: ftwjakarta.id

2.3.2 McDonald's, Get Yourself Together

Kedua, adalah proyek branding untuk brand McDonald's. Proyek ini berjudul "McDonald's, Get Yourself Together". Dalam proyek ini, FTW berfokus pada pengembangan identitas visual yang segar dan menarik untuk promosi menu baru, dengan memanfaatkan ilustrasi 3D dan juga tampilan yang menggunakan pendekatan animasi. Hasilnya, kampanye ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat hubungan merek dengan pelanggan. Proyek ini juga memenangkan penghargaan pada tahun 2023. (Antikode Team, n.d.)



Gambar 2. 4 *McDonald's, Get Yourself Together*
 Sumber: ftwjakarta.id

2.3.3 Sambal Indofood, Serunya Pedas Versi Lo!

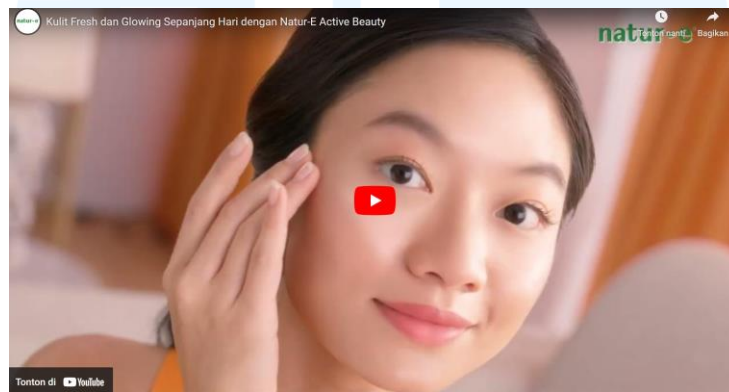
Proyek ketiga adalah untuk brand Sambal Indofood. FTW menciptakan kampanye branding untuk memperkenalkan Sambal Indofood dengan tagline “Serunya Pedas Versi Lo!”, kampanye ini bersifat dinamis dan juga sangat menarik secara visual. (Antikode Team, n.d.) Penggunaan font dan juga palette warna dalam Key Visual Iklan menyampaikan pesan yang sangat baik kepada user. Proyek ini menonjolkan keunikan produk dan berhasil menarik perhatian pasar, meningkatkan minat konsumen terhadap sambal sebagai bagian dari masakan sehari-hari.



Gambar 2. 5 Sambal Indofood, Serunya Pedas Versi Lo!
 Sumber: ftwjakarta.id

2.3.4 Natur-E Active Beauty

Proyek terakhir yang akan disebutkan adalah dari brand Natur-E. FTW bekerja dengan Natur-E dalam mengembangkan kampanye untuk dua varian produk mereka, yaitu Natur-E *Active Beauty* dan Natur-E *White*. Kampanye berjudul “Natur-E Active Beauty, Kulit Fresh dan Glowing Sepanjang Hari”. Kampanye ini menekankan kelebihan produk dalam memberikan manfaat kecantikan, yang mampu menarik perhatian segmen pasar yang lebih luas.



Gambar 2. 6 *Natur-E Active Beauty*
Sumber: youtube.com/Natur-E Indonesia

Selain memegang banyak brand ternama, FTW juga telah memenangkan banyak penghargaan, termasuk *Cannes Lion*, *AdFest*, *AdStars*, *CLIO*, *D&AD*, *One Show*, *Spikes Asia*, dan banyak lagi. Pada tahun 2024, FTW juga memenangkan penghargaan *McDonald's McCafe* untuk "*Screwed Hard Workers*." Pada tahun 2023. Selain pencapaiannya yang sangat banyak, FTW juga dinobatkan sebagai agen kreatif terbaik di Indonesia oleh *Campaign Brief Asia*. Tidak berhenti disitu, pada tahun yang sama, FTW juga dianugerahi *Creative Agency of the Year* oleh *Campaign Brief Asia*. Pada tahun 2024, FTW mendapatkan penghargaan *Best Ads* oleh *Campaign Brief Asia*. (Rahayu, n.d.).

Pada tahun 2023, FTW & TOV ditunjuk sebagai agen strategi merek dan kreatif untuk Wuling Motors. Setelah mencapai berbagai penghargaan, FTW terus

mendapatkan penghargaan ditahun ini, beberapa anggota dari FTW yakni Faisal dan Nuris memenangkan penghargaan Citra Pariwisata untuk karya mereka pada kampanye "Kisah Faisal dan Nuris." (Antikode Team, n.d.). Penghargaan terbaru pun diumumkan di akun Instagram resminya dan menyatakan bahwa, berdasarkan *Campaign Brief Asia*, FTW meraih peringkat kedua sebagai *Top Agency in Indonesia*.



Gambar 2. 7 Penghargaan FTW sebagai *Top Agency in Indonesia*
Sumber :[Instagram.com/ftwjakarta](https://www.instagram.com/ftwjakarta)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA