



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



**Gambar 2.1** Logo JWT  
(Dokumentasi JWT)

JWT merupakan salah satu biro periklanan dan pemasaran terbesar dan tertua di dunia, yang berada dalam naungan *WPP Group* (Wire and Plastic Products). JWT ditemukan oleh William James Carlton pada tahun 1864, perusahaan milik Carlton ini kemudian dinamakan James Walter Thompson di 1878 setelah diakuisisi oleh Thompson, yang akhirnya disingkat menjadi J. Walter Thompson ke JWT. Perusahaan yang berpusat di New York, AS ini menghasilkan omset US\$ 279 juta dengan jumlah 300 kantor di 75 negara termasuk Jakarta, Indonesia. JWT telah melebarkan sayap secara global dengan membangun reputasi *brand* dengan perusahaan seperti Unilever, Shell, Ford, HSBC, Pfizer, Vodafone, Cadbury, Smirnoff, Nestlé, Glaxo Smithkline (GSK), Jetblue, Levis, dan Nike.

Di Indonesia, JWT sebelumnya dikenal sebagai JWT AdForce pada tahun 1972, dan berganti nama menjadi JWT setelah diakuisi oleh perusahaan JWT Advertising pada tahun 1989. Perusahaan yang saat ini dipimpin oleh D. D. Lulut Asmoro, *President Director*, memiliki reputasi baik dengan mengangani perusahaan besar seperti Indosat, Unilever, Indofood, Orang Tua Group, NTI,

Mazda, Ford, Uni Charm, Bayer, Nokia, Shell, dan lain lain. JWT Indonesia yang berlokasi di jalan Proklamasi nomor 46, Menteng, Jakarta Pusat ini diakui secara luas sebagai perusahaan *brand communications* yang terbesar dan paling progresif yang telah memimpin industri lokal untuk lebih dari 2,5 dekade.

Perusahaan yang kini memiliki jumlah karyawan sebanyak 100 orang ini telah memenangkan berbagai penghargaan baik lokal maupun internasional seperti contohnya *Indonesia's Agency of The Year 2007 - 2009* dalam ajang Citra Pariwisata dan *Campaign Brief Asia Agency of The Year 2008 & 2009*. JWT Jakarta atau PT. Wira Pamungkas Pariwisata dikenal sebagai *creative agency*, yang berarti JWT hanya memberikan konsep dan strategi kreatif saja pada klien. Sedangkan eksekusi ide JWT Jakarta selalu menyerahkan pada pihak *vendor*.



**Gambar 2.2** Logo anak perusahaan, XM Gravity  
(<http://cdn.techinasia.com/wp-content/uploads/2012/03/xm-gravity-315x205.jpg>)

JWT Jakarta juga memiliki anak perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran *digital* bernama XM Gravity. Sejarah *sister company* sebelumnya dikenal dengan Magnivate Group, lalu 4 tahun kemudian diakuisisi oleh XM Asia menjadi XM Gravity. Kini XM Gravity menjadi perusahaan pemasaran *digital* yang unggul dan paling berkembang di Indonesia dengan berbagai klien dan mitra. Perusahaan yang mengusung konsep *happy agents* ini dikenal dengan karyawan-karyawan yang berjiwa muda, kreatif, dan *high technology*.



**Gambar 2.3** Logo kerjasama antara XM Gravity & JWT, XM-JWT  
([https://pbs.twimg.com/profile\\_images/2975601642/c1d9059e78cdb6cd246649dc02b08e61.jpeg](https://pbs.twimg.com/profile_images/2975601642/c1d9059e78cdb6cd246649dc02b08e61.jpeg))

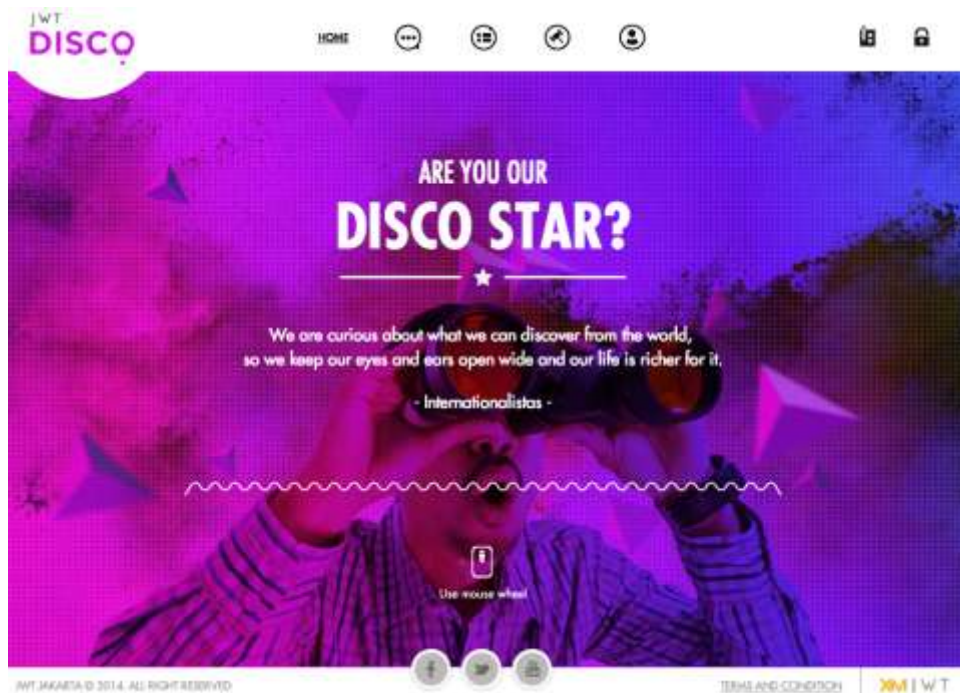
Pada bulan Mei 2013, JWT dan XM Gravity melahirkan tim XM JWT, yang bekerja sama dalam proyek pemasaran, iklan, dan *branding* untuk PT. Jakarta Monorail. Latar belakang masing-masing perusahaan yang memiliki catatan prestasi baik, membuat kerja sama ini akan saling menguntungkan, baik bagi JWT dan XM Gravity maupun bagi PT. Jakarta Monorail.

Salah satu bentuk kerja sama yang telah dijalankan oleh XM JWT yaitu dalam ajang tahunan pencarian bakat tahunan yang diselenggarakan oleh JWT bernama JWT Disco. Pada ajang ini akan dicari bibit kreatif dengan syarat 18 - 24 tahun yang akan ditantang dengan *creative brief* yang dirilis sekali dalam setahun, dengan hadiahnya berupa kontrak sebagai karyawan JWT.



**Gambar 2.4** Logo acara pencarian bakat, JWT Disco  
(<http://lbbonline.com/media/cache/45/c4/45c40987d1f51751ac574a115b6bb408.jpg>)

Pada kerja sama ini XM Gravity membantu dalam pemasaran *digitalnya* baik dari media sosial Facebook, Twitter, Youtube, maupun situs resmi yang berisi tentang segala informasi kompetisi yang bisa dikunjungi oleh para peserta dan khalayak publik.



**Gambar 2.5** Tampilan situs JWT Disco  
(<http://swaragamajogja.com/new/wp-content/uploads/2014/02/jwt-disco.png>)

Budaya kantor di JWT Jakarta yang paling menonjol yaitu *Scrum Session*, *Timesheet Treasure*, dan makan bersama tiap bulan. *Scrum Session* adalah sesi presentasi yang bertujuan untuk melatih *public speaking* bagi tiap karyawan JWT Jakarta. Sesi yang diadakan tiap jumat jam 10 pagi mempersilahkan karyawan JWT untuk berbicara tentang apa saja yang bisa menginspirasi ataupun hanya sekedar *sharing ideas* kepada karyawan lainnya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 2.6** Poster *Scrum Session*

(<https://twitter.com/JWTJakarta/status/461418084058669056/photo/1/large>)



**Gambar 2.7** Suasana *Scrum Session*  
(Dokumentasi pribadi)

Sesi ini selalu diadakan sebelum karyawan JWT Jakarta memulai pekerjaan, setiap karyawan aktif akan mendapatkan giliran berbicara tiap minggunya. Pada akhir bulan pembicara *Scrum Session* yang akan tampil diberitahukan secara luas ke karyawan JWT melalui *e-mail* ataupun poster yang ditempel didepan ruang *Scrum* yaitu di ruang meeting.

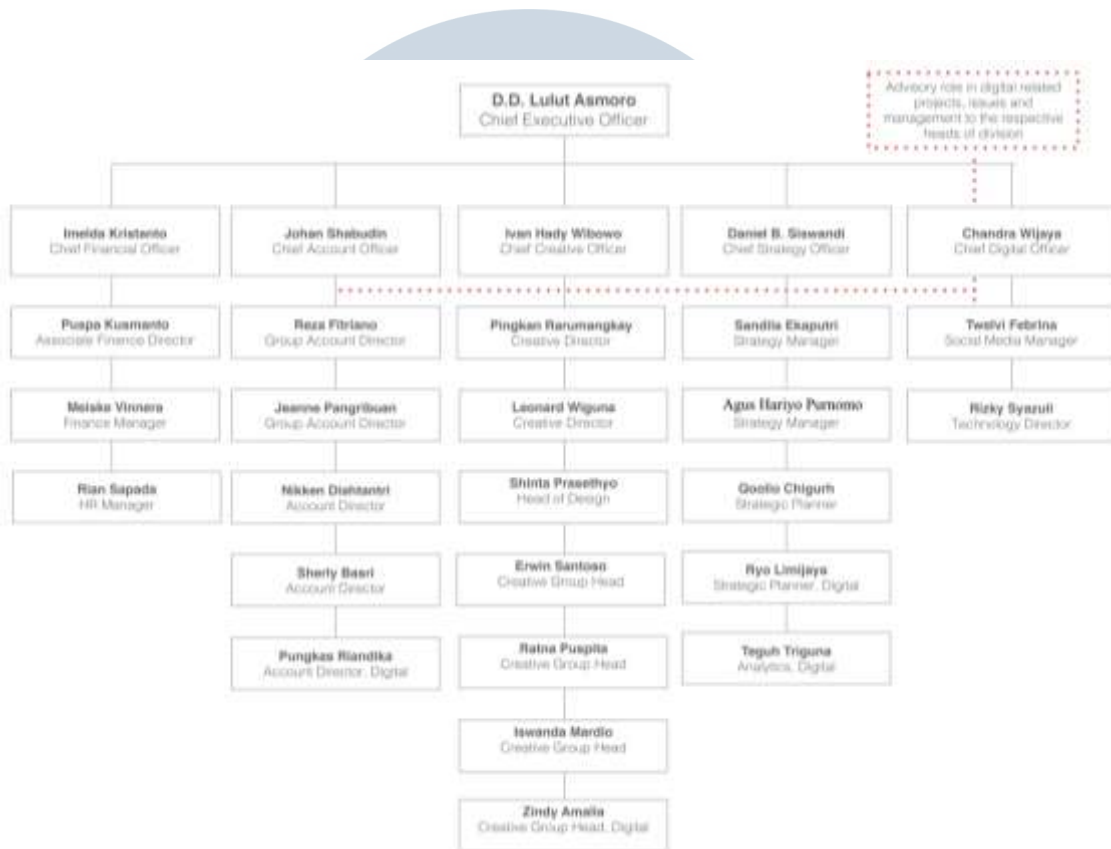


**Gambar 2.8** Suasana pada saat alarm *Timesheet Treassure* berbunyi  
(Dokumentasi pribadi)

*Timesheet Treassure* adalah budaya JWT Jakarta yang mengadopsi dari JWT Brazil, yang dimana semua karyawan JWT bebas untuk mengambil semua makanan dan minuman yang berada didalam kulkas *Timesheet Treassure* setelah alarmnya berbunyi pada jumat tiap 2 minggu sekali jam 16.30. Kegiatan ini juga merupakan ajang untuk melepas kepenatan dalam bekerja dengan berhenti sejenak sambil mengobrol dengan rekan kantor dan memakan camilan yang telah diambil dari kulkas *Timesheet Treassure*. Budaya JWT Jakarta terakhir adalah adanya makan siang bersama tiap bulannya untuk merayakan karyawan yang berulang tahun dengan semua makanan dan minuman disediakan oleh JWT, biasanya makan siang ini dihidangkan dalam bentuk prasmanan maupun nasi kotak.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah susunan struktur organisasi perusahaan JWT Jakarta



**Gambar 2.9** Struktur organisasi perusahaan JWT (Dokumentasi JWT)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA