

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Sejarah FCN



Gambar 2.1 Logo Perusahaan FCN

Sumber: [Futurecreativenetwork.com](https://futurecreativenetwork.com), (2025)

Future Creative Network (FCN), dilansir dari website resmi mereka, yang sebelumnya dikenal sebagai Flock Creative Network, merupakan salah satu jaringan kreatif terbesar di Indonesia yang menggabungkan teknologi dan kreativitas dalam menghadirkan solusi komunikasi inovatif bagi kliennya. Didirikan pada tahun 2016 oleh Ivan Hadywibowo dan tujuh rekannya, FCN memiliki visi untuk mentransformasi bisnis, merek, dan pengalaman konsumen melalui inovasi teknologi dan pendekatan kreatif. Hingga tahun 2024, FCN telah berkembang pesat dengan memiliki 43 agensi di bawah naungannya, lebih dari 1.110 karyawan, serta melayani lebih dari 250 klien dari berbagai industri. Struktur kepemimpinan di FCN terdiri dari beberapa tokoh penting, termasuk Ivan Hadywibowo sebagai CEO, Jeffrey Nijstad sebagai *Chief Strategy Officer*, Benz

Budiman sebagai *Venture Partner & Corporate*, Leonard Wiguna dan Erwin Santoso sebagai *Chief Creative Officer*, serta Anne Ridwan sebagai *Chief Operating Officer*.

Sebagai salah satu jaringan agensi kreatif terbesar di Indonesia, FCN telah meraih berbagai pencapaian yang mengukuhkan posisinya dalam industri periklanan. Pada ajang Citra Pariwara 2023, FCN berhasil meraih gelar *Creative Agency of the Year* dengan membawa pulang satu penghargaan emas, tiga penghargaan perak, dan 14 penghargaan perunggu untuk berbagai kampanye iklan yang dihasilkan. Selain itu, FCN Media juga berhasil meraih peringkat kedua dalam kategori media dengan satu penghargaan emas dan dua penghargaan perunggu. Sementara itu, FCN Digital menempati posisi ketiga dengan mengantongi dua penghargaan perunggu. Penghargaan ini menjadi bukti bahwa FCN tidak hanya berkompetisi di tingkat nasional, tetapi juga terus menunjukkan kapabilitasnya dalam menghadirkan solusi komunikasi yang inovatif dan efektif bagi kliennya.

Keberhasilan FCN tidak hanya tercermin dari penghargaan yang diraih, tetapi juga dari pertumbuhan bisnisnya yang sangat pesat. Pada tahun 2023, FCN masuk dalam daftar Top 10 *Largest Agencies* versi Adweek sebagai salah satu agensi dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Faktor utama di balik ekspansi FCN yang signifikan adalah strategi diversifikasi unit bisnisnya, yang terbagi ke dalam enam pilar utama, yaitu FCN Creative, FCN Digital, FCN Community, FCN Experience, FCN Innovation, dan FCN Venture. Dengan adanya enam pilar ini, FCN dapat menghadirkan layanan yang lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan pasar, mulai dari layanan kreatif dan digital hingga pengembangan inovasi serta investasi dalam industri kreatif.

Dalam menjalankan operasionalnya, FCN berpegang pada visi utama, yaitu *“To transform business, brand, and consumer experience through technology and creativity.”* Visi ini menunjukkan komitmen FCN untuk terus

berinovasi dan menghadirkan solusi yang menggabungkan kreativitas dengan teknologi guna membantu klien dalam membangun dan mengembangkan merek mereka. Selain itu, FCN juga memiliki misi untuk menjadi platform kreatif terbesar di Indonesia. Hingga kini FCN menjadi inkubator bagi para profesional dan perusahaan kreatif agar dapat berkolaborasi dan berkembang bersama. Dengan adanya visi dan misi ini, FCN tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnisnya sendiri, tetapi juga pada pengembangan ekosistem industri kreatif di Indonesia secara lebih luas.

Secara keseluruhan, Future Creative Network merupakan salah satu jaringan agensi kreatif yang paling berpengaruh di Indonesia. Hal ini dengan berbagai pencapaian yang mengukuhkan posisinya sebagai pemimpin dalam industri periklanan dan komunikasi strategis. Dengan pertumbuhan yang pesat, ekspansi unit bisnis yang kuat, serta komitmen dalam mengembangkan industri kreatif, FCN terus membuktikan dirinya sebagai salah satu jaringan agensi terdepan di Indonesia. Kombinasi antara strategi bisnis yang inovatif, kepemimpinan yang visioner, serta kemampuan dalam menciptakan kampanye yang berdampak tinggi menjadikan FCN sebagai pilihan utama bagi perusahaan yang ingin membangun komunikasi merek yang efektif dan berkelanjutan di era digital.

2.1.2 Sejarah Maleo Agency



Gambar 2.2 Logo Perusahaan Maleo Agency

(Sumber : Maleo.agency, 2025)

Maleo Agency awalnya didirikan pada tahun 2017 sebagai bagian dari ekosistem Future Creative Network (FCN), sebuah jaringan perusahaan kreatif yang menggabungkan kreativitas dan teknologi dalam strategi pemasaran modern. Pada awalnya, Maleo berfokus sebagai unit pendukung bagi agensi-agensi lain dalam jaringan FCN dengan spesialisasi di ranah digital. Namun, seiring dengan perkembangan industri dan meningkatnya permintaan akan solusi pemasaran digital yang lebih strategis, Maleo mengembangkan visinya menjadi *digital-first brand experience agency*. Dengan pendekatan ini, Maleo bertujuan untuk membantu klien menciptakan komunikasi yang bermakna dan berorientasi hasil melalui berbagai touchpoint digital, termasuk media sosial, kampanye berbasis data, serta pengalaman interaktif yang inovatif.

Sebagai digital *advertising agency*, Maleo Agency menawarkan berbagai layanan pemasaran digital yang mencakup *social media strategy & advertising*, *creative production*, serta *performance reporting & analysis*. Keunggulan Maleo terletak pada kemampuannya dalam memahami tren digital terkini dan menerapkannya dalam strategi pemasaran yang relevan bagi klien dari berbagai industri. Dengan filosofi yang menekankan pentingnya inovasi dan *storytelling* yang kuat, Maleo telah membantu banyak brand. Mereka fokus pada aspek dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumennya melalui pendekatan komunikasi yang kreatif dan berbasis teknologi. Hingga saat ini, Maleo terus berkembang sebagai agensi digital yang berperan penting dalam industri periklanan di Indonesia. Hal ini sejalan dengan berbagai klien ternama di sektor FMCG, kecantikan, otomotif, dan lainnya.

Sebagai salah satu unit bisnis dalam jaringan FCN, Maleo Agency memiliki keunggulan dalam menangani kampanye digital yang terintegrasi dengan strategi komunikasi yang lebih luas. Seiring pertumbuhan industri periklanan digital yang semakin pesat, Maleo Agency terus mengembangkan layanannya dengan menyesuaikan diri terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital. Peningkatan penggunaan media sosial sebagai

platform utama pemasaran membuat Maleo Agency terus mengeksplorasi strategi baru. Selain itu, Maleo Agency juga menekankan pentingnya *storytelling* yang kuat dalam setiap kampanye, memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang bagi brand. Dengan inovasi yang berkelanjutan dan pendekatan berbasis data, Maleo Agency berkomitmen untuk terus menjadi mitra strategis bagi perusahaan yang ingin memperkuat kehadiran digital mereka di pasar Indonesia.

2.1.3. Klien Maleo Agency

Maleo Agency dipercaya oleh berbagai brand ternama untuk menangani strategi pemasaran digital mereka. Kolaborasi erat dengan unit-unit lain di FCN, seperti FCN Creative dan FCN Digital, memungkinkan Maleo Agency untuk menawarkan solusi pemasaran yang komprehensif bagi kliennya. Dengan pengalaman dalam mengelola berbagai brand dari industri berbeda, Maleo Agency telah bekerja sama dengan merek-merek besar di Indonesia, seperti Tokopedia, Djarum, HM Sampoerna, dan BCA. Keberhasilan dalam mengeksekusi strategi pemasaran digital yang efektif membuat Maleo Agency menjadi salah satu digital advertising agency lokal yang diperhitungkan dalam industri periklanan Indonesia.

Yang paling rinci dan signifikan adalah satunya dengan L'Oréal Indonesia (Burhanuddin, 2023). Pada tahun 2023, Maleo berhasil memenangkan *pitching* sebagai *digital creative agency* untuk L'Oréal Indonesia. Dalam kemitraan ini, Maleo bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi konten TikTok yang relevan, inovatif, dan mampu bersaing di pasar *social commerce* yang semakin berkembang pesat. Dengan fokus pada audiens Gen Z, Maleo merancang konten yang tidak hanya *engaging* tetapi juga memiliki nilai orisinalitas tinggi agar sesuai dengan tren yang sedang berlangsung. Keberhasilan ini menunjukkan bagaimana Maleo mampu menyesuaikan diri dengan lanskap pemasaran digital yang terus

berubah, khususnya dalam industri kecantikan yang semakin kompetitif di era digital (Burhanuddin, 2023).

Selain L'Oréal Indonesia, Maleo juga dipercaya menangani berbagai brand dari industri makanan dan minuman (FMCG). Salah satu klien utamanya adalah Ultra Milk, merek susu ternama di Indonesia. Maleo membantu Ultra Milk dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* di berbagai platform media sosial. Dengan pendekatan berbasis data dan tren, Maleo merancang kampanye kreatif yang menarik bagi konsumen muda dan keluarga, memastikan bahwa Ultra Milk tetap menjadi pilihan utama di tengah persaingan industri susu yang semakin ketat. Di samping itu, Maleo juga bekerja sama dengan SilverQueen, merek cokelat ikonik Indonesia, dalam merancang kampanye digital yang berfokus pada *storytelling* emosional dan kreativitas visual yang mampu membangun koneksi yang lebih kuat dengan audiensnya.

Tidak hanya di industri FMCG, Maleo juga berkontribusi dalam pemasaran digital untuk industri otomotif, salah satunya melalui kerjasamanya dengan OLX Autos. Dalam proyek ini, Maleo bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi digital yang membantu OLX Autos meningkatkan visibilitas dan kredibilitasnya di pasar jual beli mobil bekas. Dengan pemanfaatan social media marketing, content marketing, dan digital advertising, Maleo memastikan bahwa OLX Autos dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dengan pesan yang tepat dan efektif. Keberhasilan ini membuktikan bagaimana Maleo dapat menyesuaikan strategi pemasaran digitalnya dengan kebutuhan spesifik dari berbagai industri yang berbeda.

Maleo juga menangani berbagai klien ternama lainnya di bawah naungan Future Creative Network (FCN), yang merupakan salah satu jaringan agensi kreatif terbesar di Asia Tenggara. Sebagai bagian dari FCN, Maleo mendapatkan akses ke berbagai sumber daya kreatif dan teknologi yang memungkinkan mereka

memberikan solusi pemasaran digital yang lebih inovatif dan berorientasi hasil. Keberhasilan Maleo dalam menangani berbagai klien dari industri yang beragam menunjukkan kapasitasnya sebagai digital advertising agency yang adaptif, inovatif, dan mampu menjawab tantangan pemasaran digital yang terus berkembang. Dengan portofolio klien yang semakin luas, Maleo terus berupaya untuk memberikan layanan terbaik bagi brand yang ingin memperkuat kehadiran digital mereka di pasar yang semakin kompetitif.

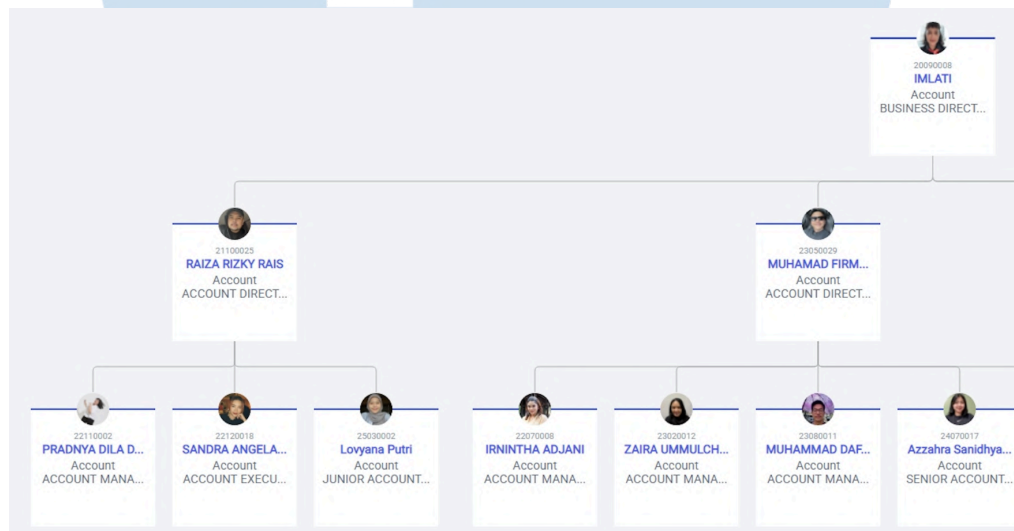
2.2 Visi dan Misi Maleo Agency

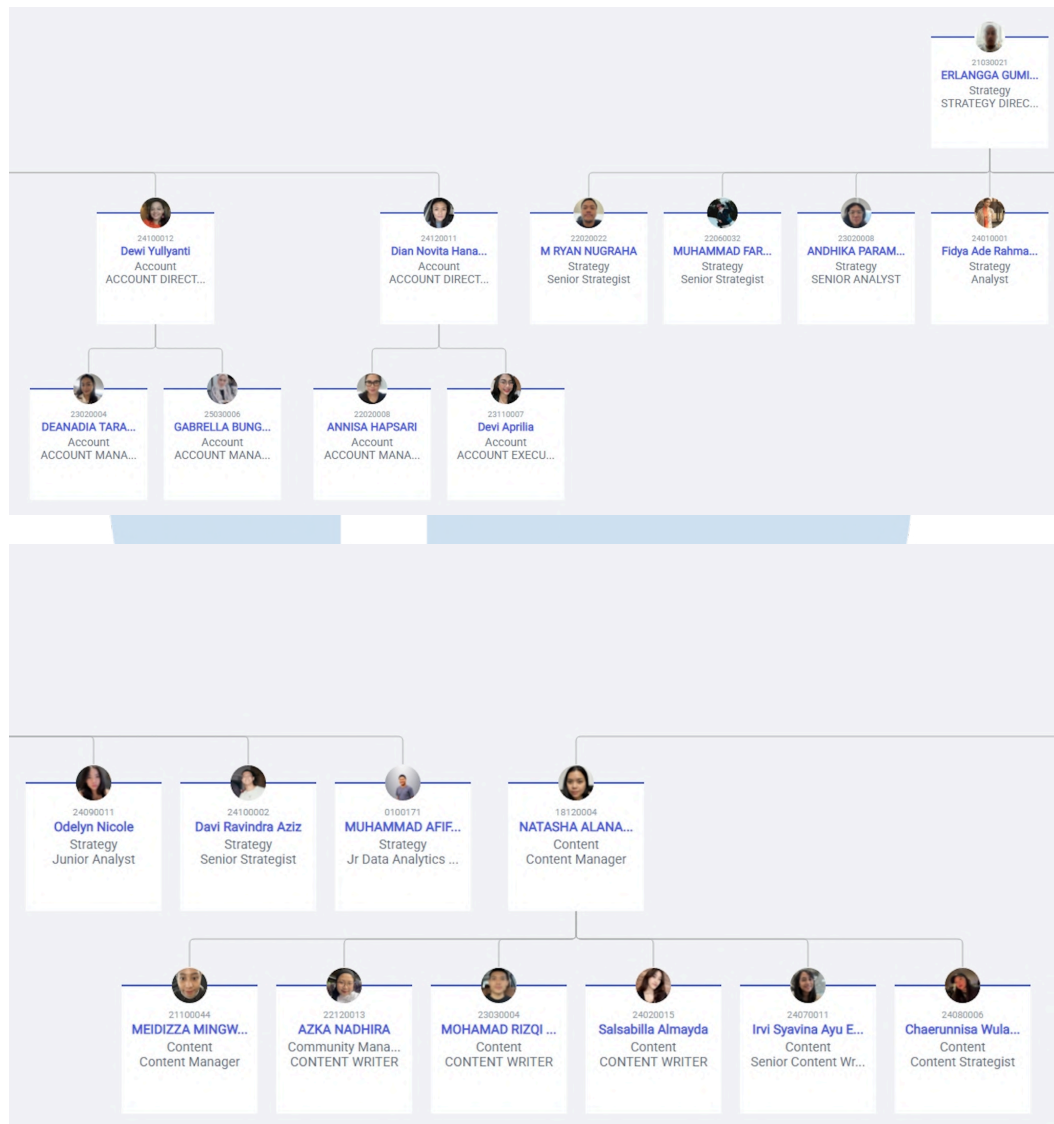
Maleo Agency memiliki visi untuk membangun hubungan yang sehat dan berkelanjutan antara brand dan konsumennya dengan mengutamakan strategi komunikasi yang efektif dan berbasis data. Dalam mencapai visi ini, Maleo Agency berkomitmen untuk memahami karakteristik unik setiap brand serta nilai yang ingin disampaikan kepada audiensnya. Dengan pendekatan yang strategis dan terintegrasi, Maleo Agency tidak hanya berfokus pada peningkatan *awareness*, tetapi juga pada keterlibatan (*engagement*) dan loyalitas konsumen terhadap brand. Selain itu, Maleo Agency menekankan pentingnya *storytelling* yang autentik dan relevan untuk menciptakan pengalaman digital yang tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang bagi brand yang bekerja sama dengan mereka.

Sebagai digital *advertising agency* yang berorientasi pada hasil, Maleo Agency menawarkan berbagai layanan strategis yang mencakup *social media strategy & advertising*, *creative production*, serta *performance reporting & analysis*. Dalam *social media strategy & advertising*, Maleo Agency membantu brand. Agensi ini membantu dalam merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan target pasar mereka. Aspek ini termasuk perencanaan konten, manajemen media sosial, dan implementasi iklan digital yang terukur. *Creative production* mencakup pembuatan konten visual dan audiovisual berkualitas tinggi yang mampu menarik perhatian audiens dan memperkuat identitas brand.

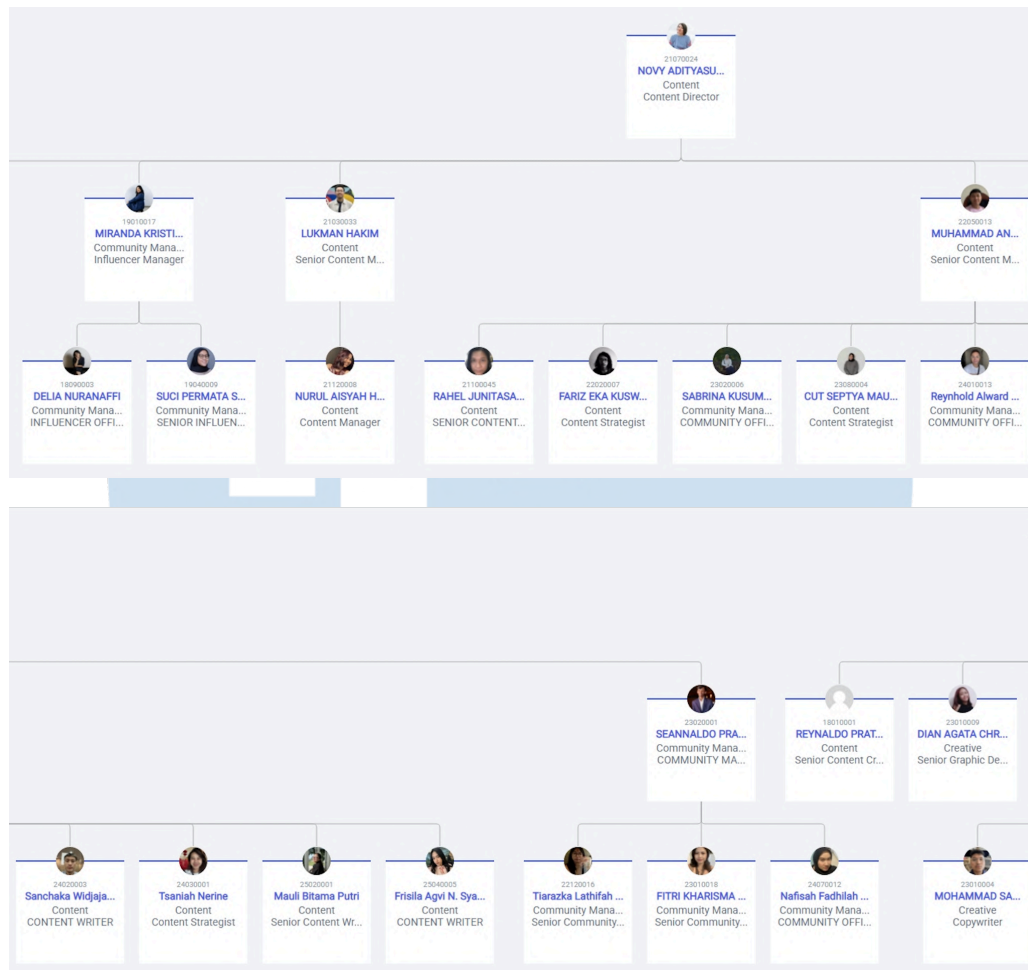
Sementara itu, *performance reporting & analysis* memungkinkan klien untuk mendapatkan wawasan berbasis data. Hal ini mengenai efektivitas kampanye yang telah dijalankan, sehingga strategi dapat terus dioptimalkan untuk mencapai hasil yang lebih maksimal. Dengan kombinasi kreativitas, teknologi, dan analisis berbasis data, Maleo Agency terus berupaya menjadi mitra strategis bagi brand dalam membangun kehadiran digital yang kuat dan relevan di tengah lanskap pemasaran yang terus berkembang.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT Maleo Kreatif Indonesia





UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

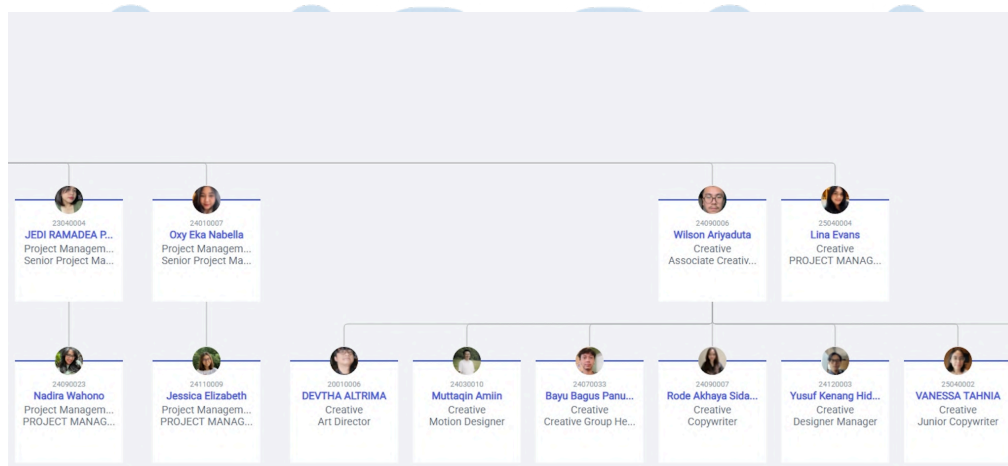
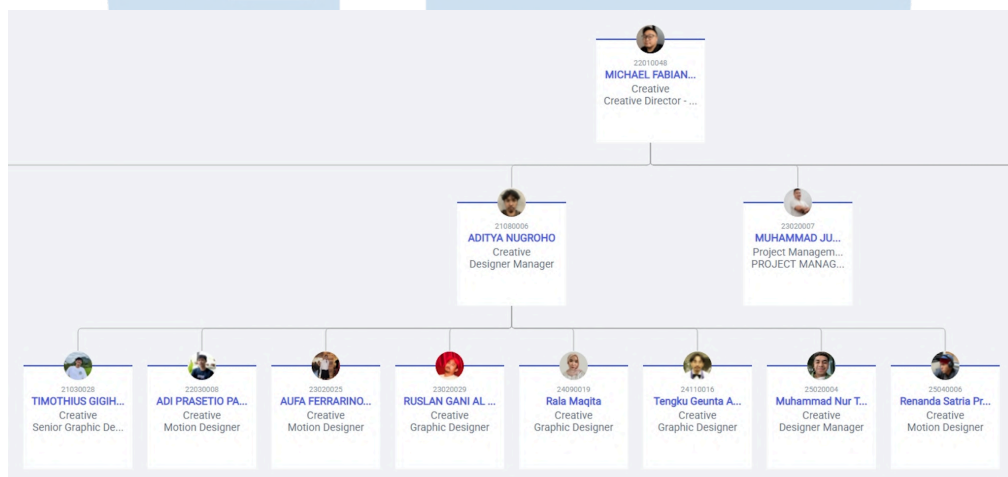
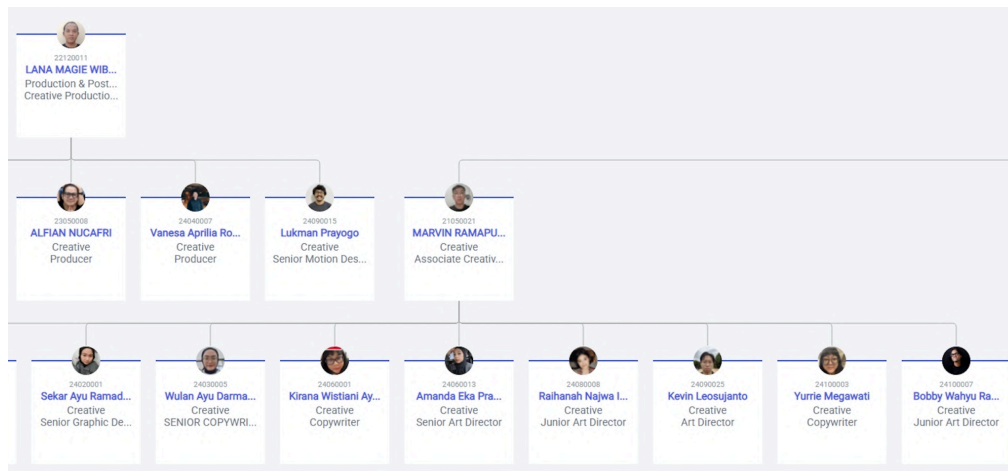


UMN

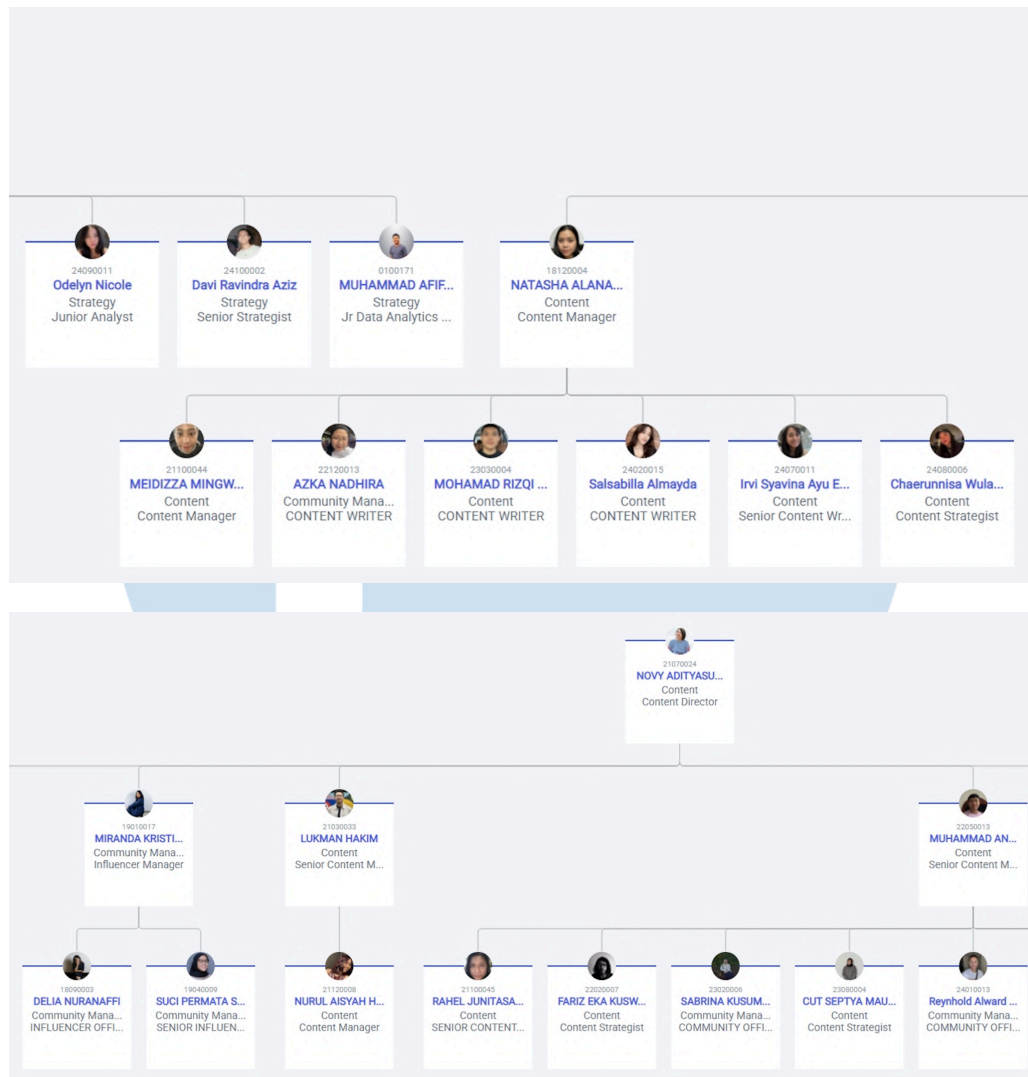
UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan Maleo Agency

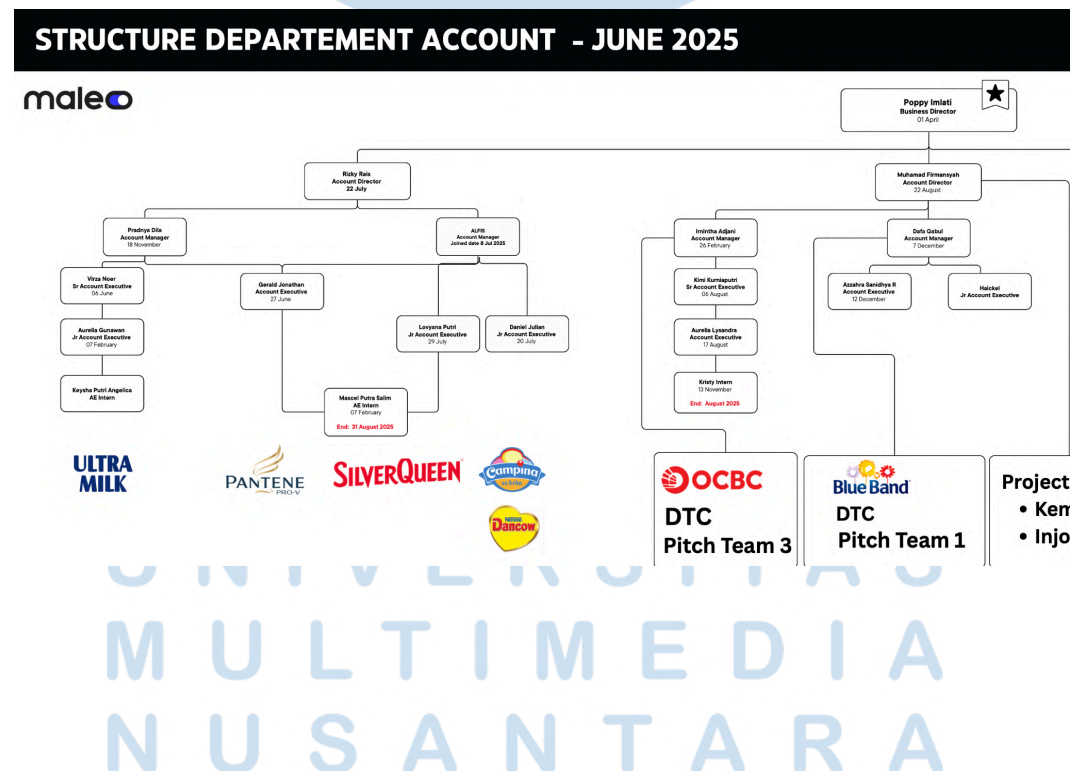
Sumber : maleo.agency, (2025)

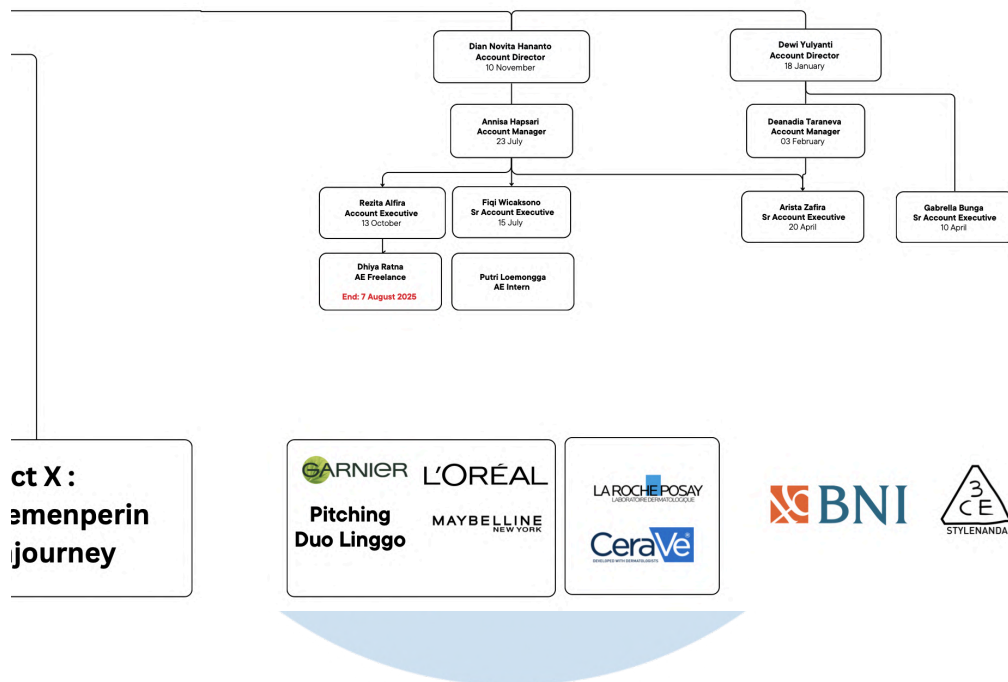
Gambar di atas menunjukkan struktur organisasi PT Maleo Kreatif Indonesia. Maleo Agency dipimpin oleh Jeffrey Nijstad, yang menjabat sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) sekaligus *Chief Strategy Officer* di FCN. Struktur kepemimpinan dalam perusahaan terdiri atas beberapa kepala divisi dan direktur yang bertanggung jawab terhadap empat bidang utama. Departemen *Account* berada di bawah kepemimpinan Poppy Imlati selaku Direktur Bisnis (*Business*

Director), yang bertanggung jawab dalam mengelola hubungan antara klien dengan tim internal agensi. Divisi Kreatif dikoordinasikan oleh Michael Fabian K. sebagai Pimpinan Kreatif (*Lead Creative*), yang mengarahkan proses pengembangan ide dan eksekusi materi komunikasi. Sementara itu, Erlangga Gumilar menjabat sebagai Direktur Strategi (*Strategic Director*) yang membawahi Divisi Perencanaan Strategis dan Kinerja Merek (*Strategic Planning & Brand Performance*). Adapun Novy A., selaku Direktur Konten (*Head of Content*), bertanggung jawab atas Divisi Konten dan Komunitas (*Content & Community Team*).

Pelaksanaan kegiatan magang yang penulis jalani berada di bawah naungan divisi *Account*. Pada bagian berikutnya, akan dipaparkan secara lebih rinci mengenai struktur organisasi serta uraian tugas dari divisi tempat magang berlangsung.

2.4 Struktur Organisasi Divisi Terkait





Gambar 2.4 Struktur Department Account Management Maleo Agency

Sumber : Data Internal Perusahaan, (2025)

Dalam struktur Departemen *Account*, posisi tertinggi dipegang oleh Poppy Imlati selaku *Business Director*. Di bawahnya, terdapat empat *Account Director* yang bertanggung jawab atas berbagai merek. Selama magang, penulis berada di bawah tim Rizky Rais, yang menjabat sebagai *Account Director* untuk merek Ultra Milk, SilverQueen, dan Campina. Penulis juga diberikan tanggung jawab untuk menangani dua merek secara *dedicated*, yaitu SilverQueen dan Campina. Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkoordinasi langsung dengan Rizky Rais, serta anggota tim lainnya, yaitu Catherine Sandra, Daniel Julian, dan Lovyana Putri.

Departemen *Account* memiliki peran utama dalam mencari dan mengelola klien, membangun serta menjaga hubungan dengan mereka, serta berperan sebagai penghubung antara tim internal agensi dan klien. Selain itu, departemen ini juga bertanggung jawab dalam melakukan riset yang mendukung kebutuhan tim *Strategic Planner* dan tim *Creative*. Berikut ini adalah uraian tugas untuk setiap posisi dalam Departemen *Account Management* serta keterkaitannya dengan proses kerja magang.

1) *Business Director*

Bertanggung jawab atas kepemimpinan dan perencanaan strategi kampanye periklanan yang efektif bagi klien. Posisi ini juga berperan dalam mencari klien baru, mempertahankan hubungan dengan klien sebelumnya, serta berkontribusi dalam pengembangan ide kampanye dan target perusahaan. Selain itu, *Business Director* memberikan arahan dan penugasan kepada *Account Director*, *Associate Account Director*, *Account Manager*, *Account Executive*, serta *Junior Account Executive*.

2) *Account Director*

Memimpin proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye periklanan, termasuk mengembangkan strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan klien. Selain bertanggung jawab atas akuisisi klien baru dan pemeliharaan hubungan dengan klien eksisting, posisi ini juga terlibat dalam pengembangan konsep kampanye. *Account Director* memiliki wewenang dalam memberikan tugas kepada *Associate Account Director*, *Senior Account Manager*, *Account Executive*, dan *Junior Account Executive*, serta bertindak sebagai *supervisor* bagi *Account Executive Intern*.

3) *Associate Account Director*

Berperan sebagai mitra strategis bagi klien dengan memberikan saran serta wawasan terkait strategi periklanan. Selain mencari dan mempertahankan hubungan dengan klien, posisi ini juga berkontribusi dalam pengembangan konsep kampanye serta memberikan arahan kepada *Account Executive*.

4) *Account Manager*

Bertanggung jawab dalam mencari klien baru serta menjaga hubungan dengan klien yang sudah ada. Selain itu, posisi ini terlibat dalam pengembangan strategi proyek periklanan, bertindak sebagai penghubung antara klien dan tim internal agensi, serta mendistribusikan tugas kepada *Account Executive*.

5) *Senior Account Executive*

Berperan dalam mencari dan mempertahankan klien, serta berkontribusi dalam pengembangan ide kampanye dan proyek periklanan. Selain menjadi penghubung antara klien dan tim internal agensi, posisi ini juga bertanggung jawab dalam melakukan riset yang dibutuhkan oleh tim *Strategic Planner dan Creative*. *Senior Account Executive* memiliki kewenangan untuk memberikan tugas secara langsung kepada peserta magang.

6) *Account Executive*

Memiliki tugas utama dalam mengelola hubungan dengan klien, baik dalam mencari klien baru maupun mempertahankan klien yang sudah ada. Posisi ini juga berperan dalam pengembangan ide proyek periklanan, mengkoordinasikan komunikasi antara klien dan tim internal, serta melakukan riset yang diperlukan oleh tim *Strategic Planner dan Creative*. Selain itu, *Account Executive* turut memberikan arahan serta tugas kepada peserta magang.

7) *Junior Account Executive*

Berperan dalam mendukung kegiatan operasional *Account Executive*, termasuk dalam proses akuisisi dan pemeliharaan klien, pengembangan ide proyek periklanan, serta koordinasi antara klien dan tim internal agensi. Selain itu, posisi ini juga bertanggung jawab dalam melakukan riset yang diperlukan oleh tim *Strategic Planner dan Creative*, serta memberikan tugas kepada peserta magang.