

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

TxT Creative merupakan *creative, design, atau digital agency* yang telah berdiri sejak tahun 2015. Selama 10 tahun hingga saat ini berada dalam industri bisnis periklanan, TxT Creative sudah memiliki reputasi yang baik sehingga sangat dipercayai oleh banyak klien dari berbagai industri. Hal ini didukung juga dengan komitmen serta dedikasi perusahaan terhadap kebutuhan klien bukan hanya mengedepankan keindahan estetika, tetapi juga bekerja sama dengan klien untuk menciptakan serta memberikan cara komunikasi yang efektif dengan target audiens.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT. Tekstindo Kreasi Optima atau biasa dikenal sebagai TxT Creative merupakan *creative agency* yang menawarkan jasa layanan pembuatan *brand identity, graphic design, website, booth, motion graphic, 360° social media campaign*, dan masih banyak lainnya. Layanan jasa tersebut dibagi menjadi pengembangan desain dan visual, pengembangan strategi kampanye, serta pengembangan digital atau media sosial yang disesuaikan dengan kebutuhan klien. Dalam praktiknya, TxT Creative berkomitmen serta menaruh dedikasi untuk membantu serta bekerja sama dengan klien menciptakan cara komunikasi paling efektif untuk sebuah *brand*. Selain itu TxT Creative juga menawarkan hasil dengan kualitas terbaik tetapi tentu dengan durasi pengerjaan yang cepat. Untuk memaksimalkan kebutuhan dengan anggaran, TxT Creative juga dapat memberikan inovasi serta solusi yang terbaik kepada kliennya. Oleh karena itu, TxT Creative menjadi *creative agency* yang dikenal luas dalam industri periklanan. Salah satu perusahaan yang menaruh kepercayaannya sejak lama pada TxT Creative dalam menjalankan setiap proyeknya adalah PT. Mayora Indah Tbk. Berbagai produk dari PT. Mayora Indah Tbk menjadi langganan serta klien utama untuk TxT Creative.

Seiring berjalannya waktu, TxT Creative terus berkembang serta beradaptasi mengikuti industri agar dapat selalu memenuhi kebutuhan klien serta memberikan kualitas yang terbaik dengan cepat. TxT Creative mempunyai visi dan misi tersendiri yang dijalankan dalam perusahaan. Visi dari perusahaan adalah berfokus dalam membantu kesuksesan setiap pelanggan dengan mengembangkan serta menciptakan strategi komunikasi tepat sasaran pada target audiens, yang didorong oleh kreativitas, inovasi, serta semangat TxT Creative. Misi dari perusahaan adalah berkomitmen untuk selalu mendengarkan serta merespon setiap kebutuhan pelanggan dengan tiga nilai inti yang dipegang: perhatian, efisiensi, dan responsivitas.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan
Sumber: <https://www.linkedin.com...>

TxT Creative mempunyai logo yang terdiri dari huruf "T" berasal dari "Theodoric" yang merupakan pendiri dari TxT Creative yaitu Eric Theodoric. Pada bagian tengah terdapat huruf "X" sebagai simbol dari kolaborasi atau bekerja sama. Huruf "T" pada bagian akhir merupakan singkatan untuk "Team". Filosofi dalam logo ini merupakan keyakinan Eric Theodoric sebagai pendiri TxT Creative untuk menjadi perusahaan kreatif yang besar tetapi untuk menjalankan itu ia membutuhkan sebuah *team* yang solid untuk berkolaborasi serta bekerja sama mengembangkan perusahaan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 2015, TxT Creative didirikan hanya oleh 7 orang dan berfokus pada layanan desain POSM (*Point of Sale Materials*) saja. Meskipun dengan hanya beberapa tenaga profesional, TxT Creative sudah mendapatkan beberapa klien dari PT. Mayora Indah Tbk. TxT Creative semakin berkembang seiring tahun sampai pada tahun 2017 dengan meningkatnya tren di dunia digital, TxT Creative juga mulai beradaptasi dengan mengikuti kebutuhan klien untuk mengembangkan produknya dalam digital. Sehingga dibentuklah divisi digital dan marketing yang berfokus untuk mengelola media sosial serta iklan digital.

Pada tahun 2020, terdapat pembagian kembali pada divisi digital untuk memaksimalkan setiap pekerjaan serta perannya menjadi divisi KOL yang mengurus terkait KOL (*Key Opinion Leaders*), divisi *digital creative* untuk merancang konsep kreatif, serta divisi *digital marketing* untuk mengelola iklan. Seiring berkembangnya tim atau divisi yang berada dalam TxT Creative, pada tahun 2022 dipecah kembali divisinya untuk divisi yang terbesar yaitu POSM menjadi divisi *production*, butik, dan *factory*. Hingga saat ini TxT Creative mempunyai 10 divisi dengan fokus serta peran yang berbeda agar lebih dapat spesifik dalam pekerjaannya dan juga terdapat penamaan masing-masing untuk divisinya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

TxT Creative mempunyai 10 divisi dalam perusahaan yang terbagi berdasarkan fokus pekerjaannya masing-masing. 10 divisi tersebut yaitu *Team Tactixx*, *Epixx*, *Vertixx*, *Kolective*, *Dynamixx*, *Frontixx*, *Adsdxxtive*, *Account*, *Finance*, dan *HR*. *Team Epixx* merupakan divisi pertama yang ada di TxT Creative yang berfokus pada pengerjaan proyek POSM (*Point of Sale Materials*). Berikut merupakan penjabaran pekerjaan serta fokus dalam setiap divisinya:

A. Tactixx

Tactixx merupakan divisi yang fokus dalam pembuatan *brand pitching* serta *brand strategy*. Selain melakukan *pitching*, *team* Tactixx juga mengelola *video commercial*, *branding*, *packaging*, *full creative campaign*, dan *brand activation ideas*. *Team* Tactixx bekerja sama dengan beberapa divisi lainnya untuk membantu membuat sebuah proyek yang besar.

B. Epixx

Epixx merupakan divisi pertama yang ada di TXT Creative. *Team* Epixx berfokus untuk membuat materi desain POSM (*Point of Sale Materials*) termasuk media cetak hingga digital. Dalam divisi Epixx setiap desainnya harus dapat menyampaikan pesan kepada target audiens sesuai dengan permintaan klien dalam waktu yang singkat pengerjaannya.

C. Vertixx

Vertixx merupakan divisi untuk pembuatan 3D, produksi foto dan video. Dalam 3D, Vertixx membuat 3D *static* dan video sesuai dengan permintaan klien atau bekerja sama dengan divisi lainnya. *Team* Vertixx juga melakukan *photoshoot*, *shooting*, hingga *final editing* video, animasi, maupun *sound*.

D. Kolective

Divisi Kolective berfokus untuk mengatur manajemen KOL (*Key Opinion Leader*). TXT Creative mempunyai *talent* KOLnya sendiri yang didapatkan oleh Kolective. Sehingga Kolective menjadi perpanjangan antara *talent* KOL dengan *brand* yang akan diajak bekerja sama.

E. Dynamixx

Dynamixx merupakan divisi yang membuat desain untuk 360° *digital campaign*, *digital creative* dan *activation*. Divisi dynamix berfokus dalam pembuatan desain untuk sosial media serta seluruh media digital termasuk *ads*. Selain membuat desain, keseluruhan *content plan* juga diatur oleh Dynamixx.

F. Adsdxxtive

Adsdixxtive merupakan divisi yang bertugas untuk menganalisa *engagement ads* terutama dalam media sosial. Hasil dari analisa tersebut digunakan sebagai informasi untuk membuat *content plan* yang dibuat oleh divisi Dynamixx. Sehingga kedua divisi ini saling terhubung dalam hal pekerjaannya.

G. Frontixx

Divisi Frontixx merupakan *team* yang berfokus dalam perancangan *booth* atau *event* secara langsung di lapangan. Frontixx mendapatkan hasil desain yang telah dirancang oleh divisi yang berwenang seperti Epixx dan Vertixx kemudian direalisasikan menjadi asli serupa dengan *final design*. Sehingga fokus Frontixx berada pada produksi serta pemetaan langsung di lapangan.

H. Account

Divisi *Account* atau biasa disebut dengan *account executive* merupakan perpanjangan tangan antara perusahaan dengan *client*. Setiap *account executive* memegang beberapa *client brand* sebagai tanggung jawabnya. Sehingga seluruh permintaan *client*, revisi, serta komunikasi akan masuk melalui *account executive* kemudian baru diserahkan kepada divisi-divisi yang sesuai dengan proyek tersebut.

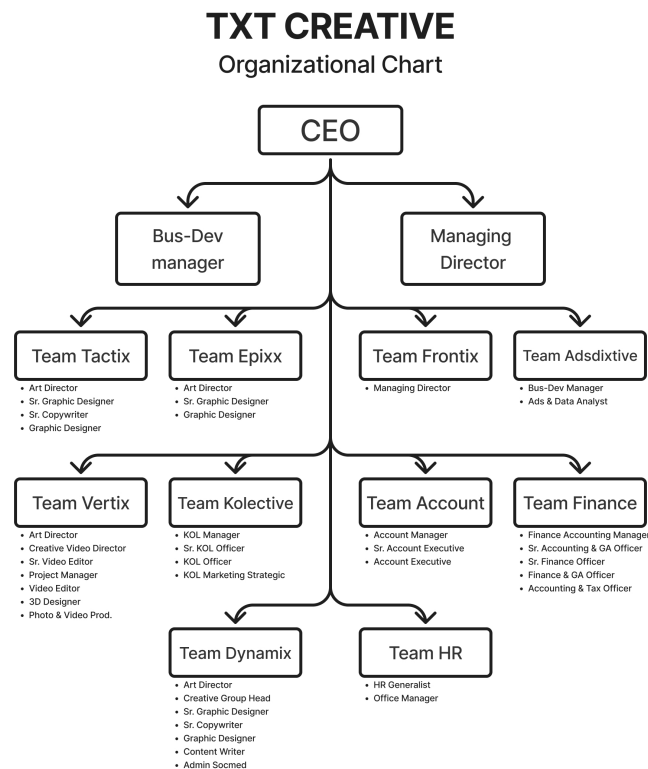
I. Finance

Divisi *finance* bertanggung jawab untuk seluruh hal terkait uang di perusahaan. Seperti dalam mengurus laporan keuangan, transaksi, proses pembayaran, perpajakan, gaji, data keuangan, dan lainnya. Selain mengurus keuangan operasional harian, divisi *finance* juga merencanakan keuangan di masa depan seperti investasi dan anggaran.

J. Human Resources (HR)

HR bertugas dalam mengelola karyawannya dalam perusahaan. Mulai dari perekrutan karyawan, pelatihan, mengurus administrasi, tunjangan, gaji, cuti, kontrak, hingga jadwal aktivitas karyawan atau perusahaan setiap bulannya. Selain mengurus keberlangsungan karyawan di perusahaan, HR juga mengurus bagian

perlengkapan yang menunjang pekerjaan karyawannya seperti peralatan elektronik, *software*, hingga alat kesehatan.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada kesempatan magang penulis ditempatkan pada divisi Epixx yang mengutamakan desain untuk medai cetak seperti poster, *banner*, *display*, *packaging*, *apparel* dan lainnya. Tetapi selain mengerjakan proyek POSM divisi Epixx juga seringkali membuat desain untuk kebutuhan digital seperti *squeeze frame*, poster digital, dan masih banyak lagi. Selain proyek divisi Epixx penulis juga diberikan kesempatan untuk membantu mengerjakan proyek dari divisi lain seperti desain untuk media sosial serta *brand pitching*.

2.3 Portofolio Perusahaan

Selama 10 tahun berada di bisnis periklanan, TxT Creative sudah dipercaya untuk mengerjakan beberapa proyek dari berbagai *brand* ternama baik di Indonesia maupun luar negeri. Karya yang dihasilkan juga semakin berkembang mengikuti

tren agar selalu dapat memenuhi kebutuhan klien yang disesuaikan dengan target audiens.



Gambar 2.3 Daftar Klien Perusahaan
Sumber: Portofolio Perusahaan (2025)

Beberapa hasil karya yang dibuat oleh TxT Creative meliputi *television commercial*, *digital content*, *campaign*, *ads*, *packaging design*, *event booth*, branding, dan lainnya. Media yang dihasilkan telah dipublikasikan kepada publik dan dapat dilihat baik di kehidupan sehari-hari, jalan raya, maupun dalam dunia digital. Berikut merupakan beberapa hasil karya dari TxT Creative.

1. Ichitan

Pada tahun 2024, dalam rangka genap berusia 1 dekade PT Ichi Tan Indonesia (ICHITAN) mengadakan program "ICHITAN MENDADAK JUTAWAN 3" dengan praktiknya yaitu membagi-bagikan 300 juta langsung melalui undian dari belakang tutup botol.



Gambar 2.4 Ichitan Mendadak Jutawan 3
Sumber: Portofolio Perusahaan (2025)

Untuk menunjang kelancaran program tersebut, TxT Creative dipercaya untuk membuat keseluruhan desain mulai dari *television commercials*, *microsite*, dan media promosi lainnya.

2. WOW Spageti

WOW Spageti meluncurkan *pop up* resto di Yogyakarta pada tahun 2024. *Pop up* resto tersebut sebagai *brand activation* untuk mempromosikan produk atau *brand* baru dari Mayora Group yaitu WOW Spageti.



Gambar 2.5 WOW Spageti Event
Sumber: Portofolio Perusahaan (2025)

Selain membuat *event* secara offline, TxT Creative juga membuat *full 360° campaign* untuk peluncuran WOW Spageti. Media yang digunakan meliputi *event booth*, *campaign*, *digital content*, dan lainnya hingga mengurus perihal KOL.

3. Bakpia Kukus Tugu Jogja

Bakpia Kukus Tugu Jogja adalah oleh-oleh khas Yogyakarta yang populer beberapa tahun terakhir dan menjadi bakpia kukus pertama yang ada di Yogyakarta. *Brand* ini merupakan produk dari perusahaan PT Agronesia Raya yang juga merupakan UMKM di wilayah Yogyakarta.



Gambar 2.6 Kemasan Bakpia Kukus Tugu Jogja
Sumber: Portofolio Perusahaan (2025)

Untuk membuat *brand* Bakpia Kukus Tugu Jogja, TxT Creative membuat kemasan produk mulai dari *box* hingga *sachet*. Selain packaging, TxT Creative juga merancang sebuah *icon* dengan siluet kepala yang digambarkan oleh bakpia sedang memakai blangkon jogja menambah kesan originalitas produk oleh-oleh lokal Yogyakarta.

4. Le Minerale

Le Minerale merupakan salah satu klien utama yang dipegang oleh TxT Creative. Hingga saat ini, beberapa proyek Le Minerale seperti *brand identity*, *banner*, *wobbler*, poster, *billboard*, promosi di tempat umum seperti MRT, *squeeze frame*, dan masih banyak lagi masih dikerjakan oleh TxT Creative. Salah satu media yang pernah dibuat adalah 3D *booth* berikut ini.



Gambar 2.7 Booth Le Minerale
Sumber: Portofolio Perusahaan (2025)

3D *booth* untuk mempromosikan galon Le Minerale yang 100% bebas BPA berada diberbagai tempat untuk menjangkau target audiensnya. Selain berisi informasi dan edukasi, *booth* Le Minerale tersebut juga terdapat kegiatan untuk konsumen berinteraksi.

5. Taro

Taro merupakan snack yang diproduksi oleh FKS Food Sejahtera. Taro sudah menjadi salah satu *snack* yang sudah lama eksis di Indonesia. Jika mendengar nama Taro, kita dapat membayangkan *snack* berbentuk kotak dengan maskot seorang anak laki-laki bersama seekor monyet.



Gambar 2.8 Maskot Taro
Sumber: Portofolio Perusahaan (2025)

Dengan adanya pembaharuan serta pengembangan maskot, TxT Creative membuat desain maskot karakter dalam bentuk 2D maupun 3D sesuai dengan *personality* dari *brand* Taro sendiri agar tidak kehilangan ciri khasnya. Maskot tersebut dipakai pada media *brand* Taro sebagai *brand identity* seperti pada kemasan produk.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA