BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Future Creative Network (FCN) menjadi sebuah ekosistem perusahaan kreatif yang kini menjadi salah satu kekuatan terbesar dan juga berpengaruh dalam industri periklanan Indonesia. FCN beroperasi sebagai jaringan yang menaungi berbagai agensi dengan spesialisasi berbeda. Ruang lingkupnya mulai dari periklanan, konten digital, strategi merek, hingga teknologi kreatif. Reputasinya sebagai pemain besar di industri telah diperkuat oleh konsistensi dalam menghasilkan kampanye berskala nasional maupun internasional. Selain itu FCN juga telah memiliki kemampuan yang profesional dalam mengintegrasikan berbagai disiplin kreatif menjadi solusi komunikasi yang holistik. Informasi dari situs resmi mereka (Future Creative Network, 2024 a) menjelaskan bahwa FCN sebelumnya dikenal dengan nama Flock Creative Network, sebelum akhirnya melakukan *rebranding*. Tujuannya adalah untuk memperkuat identitasnya sebagai jaringan kreatif modern berbasis teknologi.

Transformasi identitas ini menandai langkah strategis FCN dalam menempatkan diri sebagai pemain yang berlandaskan kreativitas konvensional dan teknologi juga data sebagai fondasi utama dalam perancangan komunikasi. *Rebranding* tersebut menegaskan visi perusahaan untuk menjadi *creative tech* network yang mampu menjembatani kebutuhan *brand* dengan dinamika perilaku konsumen di era digital. FCN menekankan kolaborasi lintas disiplin, inovasi berkelanjutan, serta pendekatan berbasis *insight*. Melalui ini, setiap solusi kreatif yang dihasilkan mampu memberikan dampak bisnis yang terukur dan relevan. Hal ini sekaligus membedakan FCN dari banyak agensi tradisional yang belum sepenuhnya mengadaptasi integrasi teknologi dalam operasional kreatif mereka.

FCN didirikan pada tahun 2016 oleh Ivan Hadywibowo bersama tujuh rekannya dengan visi besar untuk mentransformasi bisnis, merek, dan pengalaman

konsumen. Implementasinya melalui kolaborasi teknologi dan kreativitas. Sejak awal berdiri, FCN dibangun sebagai jaringan kolaboratif yang memungkinkan berbagai agensi dalam ekosistemnya saling melengkapi. Mereka saling berbagi sumber daya, dan juga saling menciptakan karya dengan standar yang sama tingginya. Selama kurang dari satu dekade, FCN berkembang pesat dan kini menaungi puluhan agensi di berbagai sektor industri kreatif, termasuk periklanan, digital marketing, konten, *branding*, layanan strategis, hingga *community engagement* (Future Creative Network, 2024; FCN LinkedIn, 2024; FCN Ecosystem – Maleo, 2024). Pertumbuhan yang cepat ini menunjukkan keberhasilan visi para pendirinya dalam membentuk jaringan kreatif yang adaptif, inovatif, dan juga mampu bersaing di industri yang terus berubah.

Hingga tahun 2024, FCN telah memiliki lebih dari 43 agensi di bawah naungannya, lebih dari 1.110 karyawan, serta melayani lebih dari 250 klien dari berbagai industri (Future Creative Network, 2024a). Jaringan yang luas ini menunjukkan skala operasional FCN yang tidak hanya terbatas pada ranah periklanan, tetapi juga merambah teknologi, komunitas, inovasi, dan berbagai lini usaha lain yang mendukung perkembangan industri kreatif Indonesia. Berdasarkan informasi yang dihimpun melalui profil resmi FCN di LinkedIn (Future Creative Network, 2024c), struktur kepemimpinan FCN dikomandani oleh tokoh-tokoh strategis seperti Ivan Hadywibowo sebagai *CEO*, Jeffrey Nijstad Sebagai Chief Strategy Officer, Benz Budiman sebagai *Venture Partner & Corporat*e, Leonard Wiguna dan Erwin Santoso sebagai Chief Creative Officer, serta Anne Ridwan sebagai Chief Operating Officer. Komposisi kepemimpinan ini mencerminkan perpaduan antara visi kreatif dan orientasi bisnis yang kuat, yang menjadi fondasi utama perkembangan FCN.

Sejak berdiri, FCN telah meraih berbagai prestasi yang mengukuhkan reputasinya sebagai jaringan agensi kreatif unggulan. Pada ajang Citra Pariwara 2023, FCN berhasil meraih gelar *Creative Agency of the Year* dengan membawa pulang satu penghargaan emas, tiga perak, dan 14 perunggu untuk berbagai kampanye yang diproduksi oleh unit-unit kreatifnya (Future Creative Network, 2024a). Di kategori media, FCN Media berhasil meraih posisi kedua dengan satu

penghargaan emas dan dua perunggu, sementara FCN Digital menempati posisi ketiga dengan dua penghargaan perunggu. Pencapaian ini menunjukkan bahwa FCN tidak hanya unggul dalam aspek kreatif murni, tetapi juga dalam implementasi media dan strategi digital.

Selain prestasi nasional, FCN juga mencatatkan pencapaian internasional. Pada tahun 2023, FCN masuk dalam daftar *Top 10 Largest Agencies* versi Adweek sebagai salah satu jaringan agensi dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari strategi diversifikasi bisnis yang diterapkan FCN melalui enam pilar utama, yaitu FCN Creative, FCN Digital, FCN Community, FCN Experience, FCN Innovation, dan FCN Venture (Future Creative Network, 2024a). Keenam pilar ini membentuk ekosistem terintegrasi yang memungkinkan FCN memberikan layanan *end-to-end,* dari *creative development* hingga inovasi berbasis teknologi dan investasi industri kreatif. Dengan pendekatan tersebut, FCN berhasil membangun reputasi sebagai inkubator kreatif yang mendukung kolaborasi antara perusahaan, profesional, dan individu kreatif di Indonesia.Dalam operasionalnya, FCN berpegang pada visi utama: “To transform business, brand, and consumer experience through technology and creativity” (Future Creative Network, 2024a). Visi ini menegaskan komitmen FCN untuk terus menghadirkan transformasi dalam industri komunikasi melalui integrasi kreativitas dan teknologi. Selain visi, FCN juga memiliki misi untuk menjadi platform kreatif terbesar di Indonesia, tempat para profesional kreatif dapat tumbuh, berkolaborasi, dan berinovasi. Dengan dasar ini, FCN tidak hanya berfokus pada kinerja bisnis, tetapi juga pada pembangunan ekosistem kreatif di Indonesia secara berkelanjutan.

Dalam operasionalnya, FCN berpegang pada visi utama: “*To transform business, brand, and consumer experience through technology and creativity*” (Future Creative Network, 2024a). Visi ini menegaskan komitmen FCN untuk terus menghadirkan transformasi dalam industri komunikasi melalui integrasi kreativitas dan teknologi. Selain visi, FCN juga memiliki misi untuk menjadi platform kreatif terbesar di Indonesia, tempat para profesional kreatif dapat tumbuh, berkolaborasi, dan berinovasi. Dengan dasar ini, FCN tidak hanya berfokus pada kinerja bisnis, tetapi juga pada pembangunan ekosistem kreatif di Indonesia secara berkelanjutan.

Maleo Agency merupakan salah satu unit bisnis yang berada dalam ekosistem tersebut. Berdasarkan informasi dari halaman resmi FCN mengenai ekosistem internal (Future Creative Network, 2024b), Maleo Agency didirikan pada tahun 2017 sebagai bagian dari ekspansi FCN dalam memperkuat layanan digital *advertising* dan *digital-first brand experience.* Pada awal pendiriannya, Maleo berfungsi sebagai unit pendukung bagi agensi-agensi lain di dalam jaringan FCN, terutama dalam pengembangan aset kreatif digital dan manajemen sosial media. Namun, seiring meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap strategi pemasaran digital yang lebih komprehensif, Maleo mengembangkan visinya menjadi digital-first *brand experience agency* yang berfokus pada pengembangan strategi komunikasi berbasis data dan teknologi.

Dalam perkembangannya, Maleo Agency menawarkan berbagai layanan pemasaran digital yang mencakup social media *strategy & advertising, creative production*, digital *campaign development*, hingga *performance reporting & analysis* (Future Creative Network, 2024b). Layanan ini dirancang untukmendukung perusahaan dalam membangun kehadiran digital yang kuat dan relevan di berbagai platform digital. Keunggulan Maleo terletak pada kemampuannya dalam membaca tren digital terkini, terutama di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, serta mengintegrasikan insight tersebut ke dalam strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing klien.

Keunikan Maleo Agency terletak pada pendekatan yang menekankan *storytelling* kuat dalam setiap konten yang dihasilkan. Tidak hanya fokus pada estetika visual, Maleo selalu berusaha menghadirkan narasi yang bermakna dan relevan dengan identitas *brand*. Pendekatan ini sejalan dengan filosofi FCN yang menempatkan kreativitas dan teknologi sebagai dua pilar utama dalam membangun pengalaman konsumen yang berdampak. Dengan menggabungkan *storytelling*, analisis data, dan teknologi kreatif, Maleo Agency berhasil menghasilkan berbagai kampanye digital yang meningkatkan *brand engagement dan* memperkuat hubungan antara *brand* dan audiens.

Sebagai bagian dari jaringan FCN, Maleo Agency memiliki keunggulan kompetitif dalam hal sumber daya kreatif. Setiap proyek yang ditangani Maleo

dapat didukung oleh tim lintas-unit dari FCN, seperti FCN Creative, FCN Digital, hingga divisi inovasi. Kolaborasi antar unit ini memungkinkan Maleo menghasilkan kampanye digital yang tidak hanya kreatif, tetapi juga terukur dan berorientasi hasil. Hal inilah yang membuat Maleo dipercaya menangani berbagai klien dari berbagai sektor, termasuk FMCG, kecantikan, otomotif, dan industri jasa.

Dari sisi bidang usaha, Maleo beroperasi sebagai digital *advertising agency yang* fokus pada penyusunan strategi dan produksi konten digital. Dalam konteks penulis sebagai *Copywriter* Intern pada Content *Department*, Maleo menyediakan lingkungan kerja yang sangat dinamis dan kreatif. Departemen konten memiliki peran penting dalam keseluruhan operasional agensi karena bertanggung jawab dalam mengembangkan ide, menulis naskah, menyusun konsep kampanye, serta memastikan setiap konten memiliki kualitas *storytelling* yang konsisten dengan identitas *brand*. Sebagai *intern* di departemen ini, penulis terlibat dalam proses *brainstorming*, penulisan *caption*, penyusunan *script* video, pengembangan konsep hingga *supervised* kegiatan shooting bulanan (*always on*) kreatif yang akan diimplementasikan oleh tim kreatif dan produksi. Departemen konten menjadi jantung dari proses komunikasi brand, karena menghasilkan narasi yang diterjemahkan menjadi materi visual, audio, maupun interaktif di berbagai platform digital.

Maleo Agency hingga saat ini terus beradaptasi dengan perubahan lanskap digital yang sangat cepat. Penggunaan media sosial sebagai kanal utama pemasaran membuat Maleo terus mempelajari pola perilaku konsumen digital, menganalisis tren konten, dan mengembangkan strategi baru yang lebih efektif. Pendekatan berbasis data menjadi salah satu fondasi utama dalam pengambilan keputusan, baik dalam merancang strategi kampanye maupun mengevaluasi performa konten. Hal ini bertujuan agar setiap kampanye yang dijalankan tidak hanya kreatif, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap tujuan pemasaran klien.

Secara keseluruhan, Maleo Agency merupakan salah satu unit bisnis penting dalam jaringan Future Creative Network yang berperan besar dalam memperkuat posisi FCN di industri periklanan digital. Dengan visi kreatif yang kuat, dukungan teknologi, dan keberadaan tim lintas-disiplin, Maleo menjadi contoh bagaimana

agensi digital modern beroperasi dalam era komunikasi berbasis data dan media sosial. Perkembangan Maleo sebagai digital-first *brand experience agency* tidak hanya mencerminkan pertumbuhan FCN sebagai jaringan kreatif terbesar di Indonesia, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan solusi komunikasi yang relevan, efektif, dan berdampak bagi klien di berbagai sektor industri.

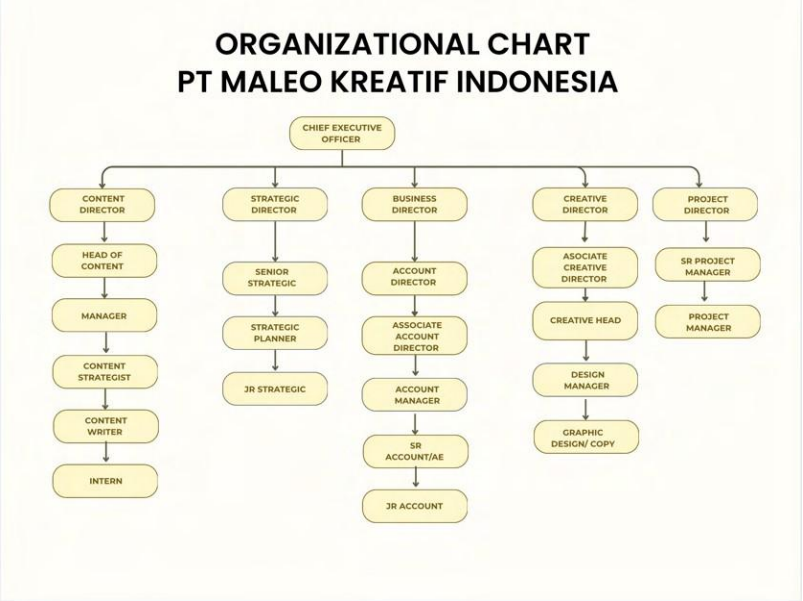
2.2 Visi dan Misi Maleo Agency

Maleo Agency memiliki visi untuk membangun hubungan yang sehat dan berkelanjutan antara brand dan konsumen melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif serta berbasis data. Dalam upaya mencapai visi tersebut, Maleo Agency berkomitmen untuk memahami karakteristik dan keunikan setiap brand, termasuk nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan kepada audiens. Pendekatan strategis dan terintegrasi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan kesadaran merek *(brand awareness)*, tetapi juga diarahkan pada peningkatan keterlibatan *(engagement*) serta pembentukan loyalitas konsumen terhadap brand. Selain itu, Maleo Agency menekankan pentingnya penerapan *storytelling* yang autentik dan relevan guna menciptakan pengalaman digital yang tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang bagi brand mitra.

Sebagai digital advertising agency yang berorientasi pada hasil, Maleo Agency menawarkan berbagai layanan strategis yang meliputi *social media strategy* & *advertising*, *creative production*, serta *performance reporting & analysis*. Pada layanan *social media strategy & advertising,* Maleo Agency berperan dalam membantu brand merancang strategi pemasaran digital yang disesuaikan dengan karakteristik target pasar, mencakup perencanaan konten, pengelolaan media sosial, serta implementasi iklan digital yang terukur. *Creative production* mencakup proses produksi konten visual dan audiovisual berkualitas tinggi yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens sekaligus memperkuat identitas brand. Sementara itu, *performance reporting & analysis* memungkinkan klien memperoleh *insight* berbasis data terkait efektivitas kampanye yang telah dilaksanakan, sehingga strategi pemasaran dapat dievaluasi dan dioptimalkan secara berkelanjutan. Melalui integrasi kreativitas, teknologi, dan analisis data, Maleo Agency berupaya memposisikan diri sebagai mitra strategis bagi

brand dalam membangun kehadiran digital yang kuat dan relevan di tengah dinamika industri pemasaran digital yang terus berkembang.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Serangkaian gambar yang terlampir di atas merupakan susunan lengkap struktur organisasi PT Maleo Kreatif Indonesia, yang beroperasi sebagai salah satu unit kreatif di bawah payung Future Creative Network (FCN). Pada tingkat kepemimpinan tertinggi, Maleo dipimpin oleh Jeffrey, yang memegang peran ganda sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) sekaligus *Chief Strategy Officer* di FCN. Posisi ini memberikan Jeffrey tanggung jawab strategis dalam menentukan arah visi perusahaan, memastikan keselarasan dengan ekosistem FCN, serta mengawasi seluruh proses operasional dan kreatif di Maleo agar selaras dengan tujuan jaringan kreatif secara keseluruhan.

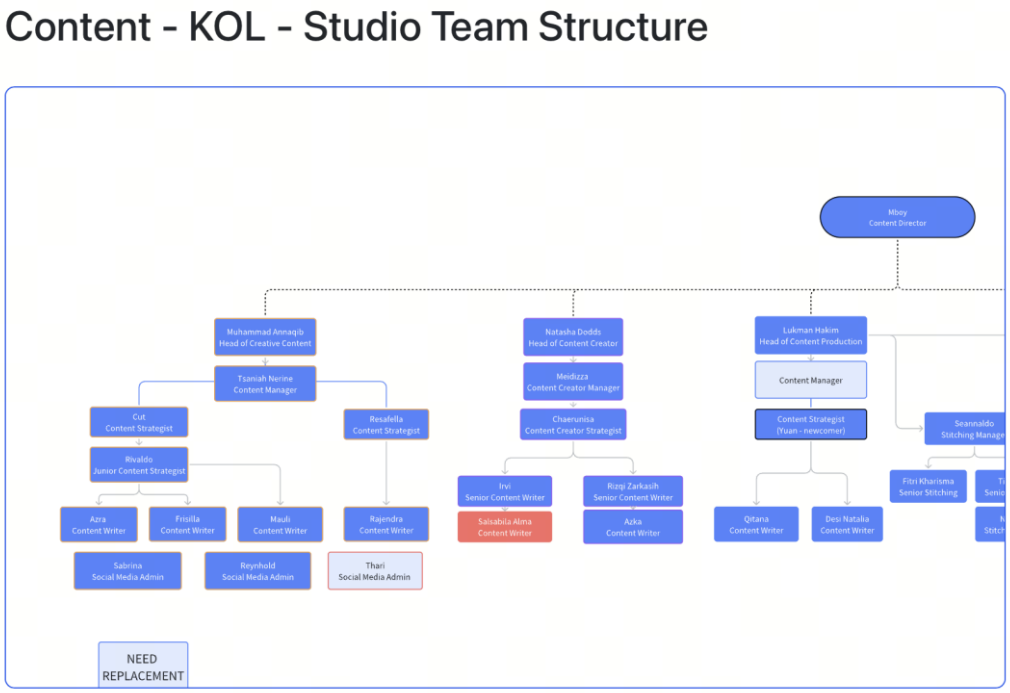
Struktur internal Maleo kemudian terbagi ke dalam beberapa departemen utama yang masing-masing dipimpin oleh kepala divisi dengan peran yang spesifik. Salah satu yang terpenting adalah Departemen Account, yang berada di bawah kepemimpinan Poppy, selaku *Business Director*. Tanggung jawab Poppy mencakup pengelolaan hubungan dengan klien, pengaturan alur komunikasi antara kebutuhan

external stakeholders dan kesiapan tim internal, serta memastikan setiap proyek berjalan efektif, tepat waktu, dan sesuai ekspektasi klien. Departemen ini menjadi penghubung utama yang menjembatani permintaan klien dengan eksekusi tim kreatif dan strategi.

Pada sisi kreatif, koordinasi dipimpin oleh Michael, yang menjabat sebagai *Lead Creative.* Sebagai motor penggerak ide, Michael berperan mengawasi proses *brainstorming*, pengembangan konsep visual maupun *copy*, serta memastikan seluruh hasil produksi kreatif memenuhi standar kualitas agensi. Selain itu, peran strategis lainnya dipegang oleh Erlangga, selaku *Strategic Director,* yang menaungi Divisi *Strategic Planning & Brand Performance*. Bagian ini bertanggung jawab mengolah data, memahami perilaku audiens, merancang strategi komunikasi merek, serta memastikan seluruh output kreatif memiliki arah strategis yang sesuai dengan tujuan brand.

Sementara itu, Divisi Konten dan Komunitas berada di bawah kepemimpinan Novy, selaku *Head of Content*. Ia mengatur seluruh proses pembuatan konten, distribusi, hingga pengelolaan komunitas digital klien. Divisi inilah yang memastikan konten tetap konsisten, relevan, dan mampu membangun interaksi dengan audiens brand. Adapun kegiatan magang yang penulis jalani berada dibawah naungan divisi *Content Department* sehingga bagian selanjutnya akan membahas secara lebih mendalam mengenai struktur internal divisi tersebut beserta uraian tugas yang penulis jalankan selama program magang berlangsung.

2.4 Struktur Content Department



Gambar 2.2 Contoh Bagan Struktur Content Department
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Divisi penulis berada di bawah *Content Department*, yaitu unit yang mengelola strategi, produksi, hingga eksekusi konten dalam perusahaan. Struktur divisi ini tersusun secara hierarkis agar alur kerja lebih teratur, kolaborasi lebih efisien, dan kualitas konten dapat terjaga. Setiap posisi memiliki tanggung jawab masing- masing yang saling melengkapi dalam mendukung tujuan komunikasi brand.

Pada tingkat tertinggi dalam struktur organisasi divisi konten terdapat Content Director, yang dijabat oleh Novy Adityasundari. Sebagai pimpinan utama divisi, *Content Director* bertanggung jawab dalam menetapkan arah strategis, standar kualitas, serta pengembangan visi kreatif tim secara keseluruhan. Seluruh keputusan strategis dan pengawasan menyeluruh berada di bawah tanggung jawab posisi ini, termasuk koordinasi dengan manajemen tingkat atas perusahaan.

Di bawah naungan *Content Director*, terdapat tiga posisi pimpinan menengah, yaitu *Head of Creative Content* yang dijabat oleh Muhammad Annaqib, *Head of Content Production* yang dijabat oleh Lukman Hakim, serta *Head of Content Creator* yang dijabat oleh Natasha Alana Dodds. Ketiga posisi tersebut berperan

menerjemahkan arahan strategis dari *Content Director* ke dalam rencana kerja operasional. Mereka memastikan seluruh anggota tim memahami peran dan tanggung jawabnya, mengatur distribusi kerja, memantau kualitas output, serta mengatasi berbagai kendala yang muncul selama proses produksi konten.

Pada tingkat operasional berikutnya, terdapat *Content Manager* yang mewakili masing-masing kepala divisi, yaitu Tsaniah Nerinne yang berada dibawah koordinasi *Head of Creative Content* dan Meidizza Mingwag yang berada di bawah koordinasi *Head of Content Creator*. Keduanya bertugas menghasilkan konten tingkat lanjut, melakukan penyuntingan substantif, memastikan kualitas tulisan, serta memberikan arahan dan bimbingan kepada para penulis lainnya.

Selain itu, terdapat jajaran *Content Strategist* yang terdiri dari Resafella, Cut, Rajen, Nica, Irvi, dan Rizqi. Tim ini bertanggung jawab dalam menyusun strategi konten, melakukan riset audiens, merancang konsep kreatif, serta memastikan setiap konten memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan selaras dengan kebutuhan brand.

Selanjutnya, tim *Community Officer/Community* Manager, yaitu Sabrina dan Reynhold, berperan dalam mengelola hubungan dengan komunitas audiens. Tugas mereka meliputi menjaga interaksi, membangun keterlibatan *(engagement)*, serta mengumpulkan *insight* audiens yang penting sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi konten. Peran ini memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya tersampaikan, tetapi juga mampu menciptakan interaksi yang efektif dengan audiens.

Pada tingkat operasional harian, terdapat para *Content Writer*, yaitu Mauli, Azra, Azka, Alma, Aldo, dan Frisila. Mereka bertanggung jawab dalam memproduksi konten sesuai dengan brief yang telah ditetapkan, melakukan riset pendukung, serta mengembangkan *storytelling* yang selaras dengan karakter dan identitas brand

Lebih lanjut, sebagai *Copywriter* Intern di *Content Departmen*t, penulis berada pada posisi operasional yang berfokus pada penulisan dan produksi konten. Tugas penulis mencakup membuat *copy* untuk berbagai kebutuhan seperti *caption, script*,

dan *mock up* konten untuk kepentingan konten client. Penulis bekerja mengikuti *brief, brand guidelines,* dan arahan dari tim strategis agar setiap konten memiliki *tone of voice y*ang tepat, efektif, dan sesuai tujuan komunikasi. Peran ini membantu penulis memahami alur kerja produksi konten secara langsung, mulai dari proses *brainstorming* hingga finalisasi *copy* dan konten.

Selama magang, penulis berada di bawah supervisi *Content Manager*, yaitu Tsaniah Nerine. Di bawah arahan beliau, penulis mendapatkan bimbingan dalam mengembangkan ide, menyusun *copy* yang lebih matang, serta memahami bagaimana strategi konten diterjemahkan menjadi output kreatif. Pengawasan ini memberikan penulis pengalaman praktis tentang bagaimana pekerjaan penulisan terintegrasi dengan perencanaan konten, kolaborasi tim, dan kebutuhan klien, sehingga kemampuan penulis dalam *copywriting* berkembang secara terarah dan profesional.

2.5 Portofolio Perusahaan

Portfolio perusahaan Maleo Agency mencerminkan perjalanan kolaborasi yang luas dengan berbagai brand nasional dan internasional serta menggambarkan kualitas karya dan layanan strategis yang telah dikembangkan sejak perusahaan berdiri. Sebagai bagian dari Future Creative Network (FCN), Maleo tidak hanya menjalankan fungsi sebagai *digital advertising agency*, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi klien dalam mengembangkan kampanye pemasaran digital yang terintegrasi.

Selama bertahun-tahun, Maleo telah menjalin hubungan kerja sama dengan sejumlah perusahaan ternama seperti Tokopedia, Djarum, HM Sampoerna, dan BCA. Kolaborasi ini melibatkan pengembangan strategi pemasaran yang mencakup *creative development, content production,* media planning, hingga *data-driven digital execution.* Dengan dukungan unit-unit lain di FCN seperti FCN Creative dan FCN Digital, setiap kerja sama menghasilkan solusi pemasaran yang komprehensif dan mampu menjawab kebutuhan komunikasi brand dalam skala nasional.

Salah satu pencapaian terbesar dalam portofolio Maleo adalah kemitraannya dengan L'Oréal Indonesia pada tahun 2023. Dalam kompetisi *pitching* sebagai *digital creative agency*, Maleo berhasil terpilih serta dipercaya untuk mengelola

strategi konten TikTok bagi berbagai brand dalam lini kecantikan L'Oréal. Proyek ini melibatkan pengembangan konsep konten yang relevan dengan perilaku Gen Z, termasuk produksi video pendek, pemanfaatan tren TikTok, serta pembuatan *storytelling* yang orisinal dan sesuai dengan dinamika *social commerce* yang sedang berkembang pesat.

Maleo tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga merancang strategi distribusi serta analisis performa untuk memastikan bahwa setiap konten memiliki daya tarik, *relevance*, dan kontribusi terhadap peningkatan brand *engagement.* Keberhasilan ini menunjukkan kemampuan Maleo dalam memahami industri kecantikan yang sangat kompetitif, sekaligus membuktikan fleksibilitas mereka dalam beradaptasi dengan perubahan lanskap pemasaran digital (Burhanuddin, 2023).

Portofolio Maleo juga meluas pada industri *Fast-Moving Consumer Goods(*FMCG). Dalam kerja sama dengan Ultra Milk, Maleo merancang strategi pemasaran digital yang dirancang khusus untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan keluarga muda dan remaja. Layanan yang diberikan mencakup riset audiens, penyusunan konsep kampanye digital, pengembangan konten edukatif seputar manfaat susu, hingga pengoptimalan media sosial dan digital advertising.

Maleo juga mengelola kampanye tematik yang disesuaikan dengan momen tertentu, seperti kampanye kesehatan atau kampanye konsumsi harian, yang dirancang untuk mempertahankan posisi Ultra Milk sebagai salah satu produk susu favorit di Indonesia. Selain Ultra Milk, Maleo bekerja sama dengan SilverQueen untuk mengembangkan kampanye digital yang lebih emosional dan berfokus pada *storytelling.* Karya-karya yang dihasilkan meliputi visual *content* dengan sentuhan kreatif khas SilverQueen, ide kampanye untuk memperkuat hubungan emosional antara brand dan audiens, serta strategi distribusi konten yang disesuaikan dengan platform digital yang paling relevan.

Di luar industri FMCG, Maleo juga memiliki portofolio penting di sektor otomotif melalui kolaborasinya dengan OLX Autos. Dalam proyek ini, Maleo membantu OLX Autos meningkatkan visibilitas brand dan kredibilitasnya sebagai platform jual beli mobil bekas yang terpercaya. Karya yang dihasilkan mencakup

pembuatan konten edukasi terkait proses inspeksi mobil, pembuatan video campaign seputar keamanan transaksi, dan perancangan strategi social media marketing yang dirancang untuk memperkuat persepsi publik terhadap OLX Autos.

Selain itu, Maleo juga mengelola iklan digital yang menyasar calon pembeli dengan segmentasi khusus, memastikan bahwa pesan komunikasi tersampaikan secara efektif kepada audiens yang relevan. Pendekatan digital yang sistematis ini membantu OLX Autos menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan brand trust di tengah persaingan industri otomotif yang ketat.

Sebagai bagian dari jaringan FCN, salah satu agensi kreatif terbesar di Asia Tenggara, Maleo memperoleh akses ke berbagai sumber daya seperti tim kreatif lintas disiplin, teknologi produksi konten, dan insight industri yang memperkaya kualitas layanan mereka. Kolaborasi lintas-unit ini memungkinkan Maleo menyampaikan karya yang lebih inovatif, terukur, dan berorientasi pada hasil. Portofolio yang terus berkembang menunjukkan kemampuan Maleo untuk menangani kebutuhan pemasaran digital dari berbagai industri, mulai dari kecantikan, FMCG, otomotif, hingga sektor jasa dan perbankan.

Konsistensi Maleo dalam menghasilkan karya yang relevan dan adaptif menjadi bukti kapasitasnya sebagai agensi digital yang mampu menjawab tantangan pemasaran modern dan terus memperluas jangkauan layanan untuk mendukung brand dalam memperkuat kehadiran digital mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Tabel 2.1 Klien Maleo Agency

Nama Klien	Industri	Jenis Kerja Sama/Layanan yang Diberikan	Tahun
L'Oréal Indonesia	*Beauty*	Strategi konten TikTok, c*reative ideation, video production, trend-based content design*	2023-sekarang
Ultra Milk	FMCG	Strategi pemasaran digital, *social media content, campaign* musiman, *digital ads*	2022-sekarang
SilverQueen	FMCG	*Storytelling* emosional, desain konten visual, kampanye digital	2021-sekarang

OLX Autos	Otomotif	*Social media marketing,* edukasi konten, *digital advertising,* video *campaign*	2022-2024
Tokopedia	*E-commerce*	*Digital campaign support, content development, social media assets*	2020-2022
HM Sampoerna	*Tobacco*	*Creative development,* strategi komunikasi digital	Tahun beragam
Djarum	*Consumer Goods*	*Social media assets, digital activation, production support*	Tahun beragam
BCA	Perbankan	Kampanye digital, konten edukasi, *visual communication assets*	2021-sekarang
Brand lain di FCN	Beragam Industri	Creative support lintas-unit, content production, digital strategy	Berjalan

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Pada tahun 2025, Maleo Agency kembali menunjukkan performa yang kuat melalui perolehan berbagai penghargaan bergengsi di bidang pemasaran dan komunikasi digital. Sepanjang tahun tersebut, Maleo berhasil meraih total 11 penghargaan dari ajang nasional dan internasional, yang mencerminkan konsistensi perusahaan dalam menghasilkan kampanye kreatif yang strategis, relevan, dan berdampak bagi klien. Pencapaian ini menjadi indikator penting atas kualitas portofolio Maleo Agency dalam mengelola komunikasi merek lintas platform digital.

Sebagian besar penghargaan tersebut diraih dalam ajang MEA MARKETING-INTERACTIVE Awards melalui kolaborasi dengan beberapa klien utama. Bersama Ultra Milk (PT Ultrajaya), Maleo memperoleh sejumlah penghargaan dalam kategori *Excellence in Viral Marketing, Excellence in Event Marketing, Excellence in TV/Video Advertising, Excellence in Advertising*, dan *Excellence in Integrated Marketing*. Selain itu, kerja sama dengan L'Oréal menghasilkan penghargaan dalam kategori *Excellence in Marketing Transformatio*n, yang menegaskan kemampuan Maleo dalam mendukung transformasi strategi pemasaran digital brand global. Maleo juga memperoleh pengakuan melalui kolaborasi dengan OCBC dalam kategori *Excellence in Influencer/KOL Marketing*, yang mencerminkan efektivitas perusahaan dalam merancang strategi komunikasi berbasis kolaborasi dengan kreator dan *opinion*

leader.

Gambar 2.3 Maleo Agency at MEA Awards
Sumber: (Olahan Penulis, 2025)

Selain penghargaan tersebut, Maleo Agency juga mendapatkan pengakuan internasional melalui YouTube Works Awards 2025. Dalam ajang ini, kampanye Ultra Milk yang dikembangkan bersama Maleo meraih penghargaan pada kategori *Multiformat Storytelling* Melalui kampanye *Drink. Power. Repeat* serta kategori *Brand & Creators* melalui kampanye Ultra Core. Penghargaan ini memperkuat posisi Maleo sebagai *digital-first brand experience agency* yang mampu memanfaatkan platform digital secara strategis untuk membangun *storytelling* yang relevan dan selaras dengan perilaku audiens. Secara keseluruhan, pencapaian penghargaan pada tahun 2025 mempertegas reputasi Maleo Agency sebagai agensi kreatif yang adaptif, inovatif, dan kompetitif dalam industri pemasaran digital.

Gambar 2.4 YouTube Works Awards
Sumber: (Olahan Penulis, 2025)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA