

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

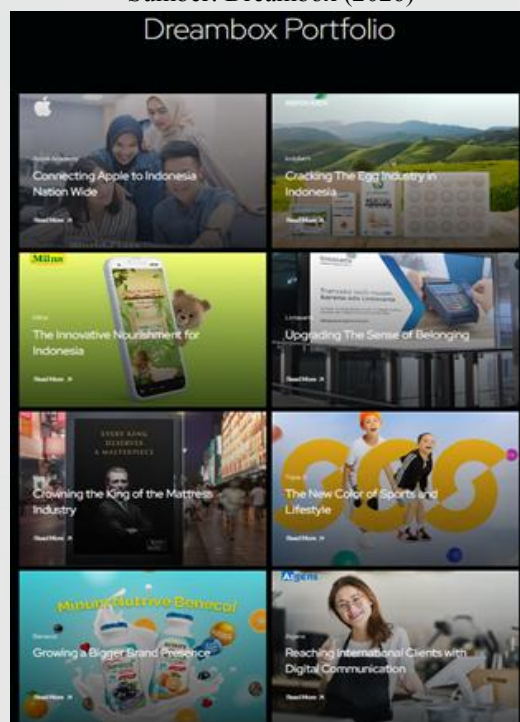
Dreambox Marketing Consultant merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *branding* dan pemasaran digital, dengan kantor pusat yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang, Banten. Berdasarkan informasi yang tersedia pada situs resmi perusahaan (Dreambox Agency, 2025), Dreambox secara resmi didirikan pada tahun 2012 oleh dua pendiri yang pada masa itu masih berstatus sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN), yaitu Aland Sinduartha Tjandra dan Osbert Adrianto. Pendirian perusahaan ini tidak terlepas dari semangat kewirausahaan yang dikembangkan melalui inkubasi bisnis kampus, yang dibuktikan dengan kemenangan kedua pendiri dalam kompetisi inkubasi bisnis Skystar Ventures, sebuah fasilitas inkubator milik UMN yang berlokasi di Gedung New Media Tower. Bermula dari ruang kerja bersama di lingkungan kampus tersebut, Dreambox mengawali perjalanannya sebagai sebuah studio desain kecil dengan lima orang staf, yang pada tahap awal berfokus pada pembuatan *website* dan aplikasi *mobile*.

Seiring dengan perkembangannya, Dreambox terus mengalami transformasi. Pada tahun 2014, perusahaan memperluas layanannya ke bidang pengembangan *website* yang lebih komprehensif, yang kemudian dilanjutkan dengan penanganan proyek berskala internasional, seperti pembuatan *website* untuk Tropicana Slim Arab pada tahun 2015. Tahun 2016 menjadi tonggak penting berikutnya, ketika Dreambox mulai memasuki ranah desain media sosial dan *branding* secara penuh, sebagai respons terhadap meningkatnya peran saluran digital dalam strategi pemasaran modern. Memasuki periode 2019 hingga saat ini, Dreambox telah bertransformasi menjadi penyedia layanan kampanye digital 360 derajat yang terintegrasi, yang mencakup seluruh aspek pemasaran digital, mulai dari perumusan strategi, *branding*, optimasi mesin pencari (*SEO*), pengelolaan media sosial, pengembangan *chatbot* berbasis kecerdasan buatan, hingga produksi konten foto dan video.

Sepanjang perjalanannya, Dreambox telah menangani berbagai klien bergengsi dari beragam sektor industri, termasuk Nike, Apple, Jeep, Xiaomi, AstraZeneca, Morinaga, Summarecon Serpong, Tropicana Slim, dan King Koil. Keberhasilan dalam membangun kepercayaan dengan klien-klien besar tersebut menjadi bukti kredibilitas dan kapabilitas Dreambox sebagai mitra pemasaran yang andal.



Gambar 2.1 Daftar Klien Dreambox Creative Agency
Sumber: Dreambox (2026)



Gambar 2.2 Portofolio Dreambox Creative Agency
Sumber: Dreambox (2026)

Saat ini, Dreambox telah berkembang menjadi tim yang terdiri atas lebih dari 150 anggota profesional, yang beroperasi dari kantor pusatnya di Gading Serpong. Perusahaan juga telah memperluas jangkauan operasionalnya ke tiga kantor internasional, yang masing-masing berlokasi di Summarecon

Scientia Square Park, Gading Serpong, Tangerang (Indonesia), Victoria Park, Western Australia (Australia), serta Neuilly-sur-Seine, Paris (Prancis). Ekspansi ini menegaskan posisi Dreambox tidak hanya sebagai agensi lokal terkemuka, tetapi juga sebagai pemain yang semakin kompetitif di pasar Asia dan global.



Gambar 2.3 Logo Dreambox Creative Agency
Sumber: Dreambox (2026)

Dreambox mengusung identitas visual yang kaya akan makna. Logo Dreambox terdiri atas *logogram* dan *logotype*. *Logogram* menampilkan tiga garis tidak beraturan dengan warna *cyan*, *magenta*, dan *kuning*, yang melambangkan impian-impian yang masih bersifat abstrak dan terkumpul dalam satu wadah yang disebut sebagai "kotak impian" atau Dreambox. Ketiga warna tersebut diadopsi dari sistem warna CMYK, yang merepresentasikan kreativitas, inovasi, dan energi dalam pengembangan strategi *branding*. Sementara itu, *logotype* menggunakan jenis huruf *Nexa* dengan gaya *sans-serif* dan huruf kapital, yang mencerminkan karakter perusahaan yang modern, profesional, dan dinamis. Secara keseluruhan, logo ini mengandung makna bahwa impian klien yang masih abstrak dapat diwujudkan melalui berbagai layanan yang ditawarkan oleh Dreambox.

Dalam menjalankan operasional sehari-hari, Dreambox berpedoman pada nilai-nilai perusahaan yang disingkat menjadi *PUT 110%*, yang terdiri atas empat komponen berikut.

1. *Positive Vibes*: menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan dan penuh energi positif agar kreativitas dapat berkembang.
2. *Understanding*: memahami klien, pasar, dan tren industri sebagai prinsip utama dalam menyusun strategi yang efektif.
3. *Trust*: kepercayaan sebagai fondasi utama dalam menjalin hubungan dengan klien, rekan kerja, dan mitra bisnis.

4. 110%: komitmen untuk selalu memberikan usaha ekstra dalam setiap pekerjaan, yang diwujudkan melalui kerja yang lebih keras, lebih kreatif, dan lebih inovatif.

Dreambox digerakkan oleh visi, misi, dan fokus bisnis yang dirumuskan secara tegas. Adapun rumusan visi, misi, dan fokus perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Visi: *"Be the most helpful world-class marketing agency"*. Visi ini mengandung aspirasi untuk menjadi agensi pemasaran kelas dunia yang paling membantu, dengan penekanan pada kata *helpful* sebagai nilai pembeda utama yang membedakannya dari agensi lain.
2. Misi: *"Help people & brands to communicate their true values and achieve their true potential"*. Misi ini bermakna membantu masyarakat dan merek dalam mengomunikasikan nilai-nilai sejati mereka sekaligus mencapai potensi terbaik yang dimiliki.
3. Fokus: *"We help brands we trust, achieve their true potential through 360° marketing"*. Fokus ini menekankan pendekatan pemasaran terintegrasi yang tidak bergantung pada satu metode tunggal, melainkan menggabungkan *branding*, pemasaran digital, komunikasi pemasaran, dan kampanye kreatif secara sinergis.
4. Prioritas Perusahaan: dalam menjalankan bisnisnya, Dreambox berpusat pada empat pilar utama, yaitu sebagai berikut.
 - a. *Robust Internal Process*: proses internal yang kuat dan sistematis untuk menjamin kualitas kerja.
 - b. *Customer*: kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam setiap layanan yang diberikan.
 - c. *Solid Team*: tim yang solid dan kolaboratif sebagai tulang punggung perusahaan.
 - d. *Wide Network*: jaringan yang luas untuk memperluas peluang bisnis dan jangkauan pasar.

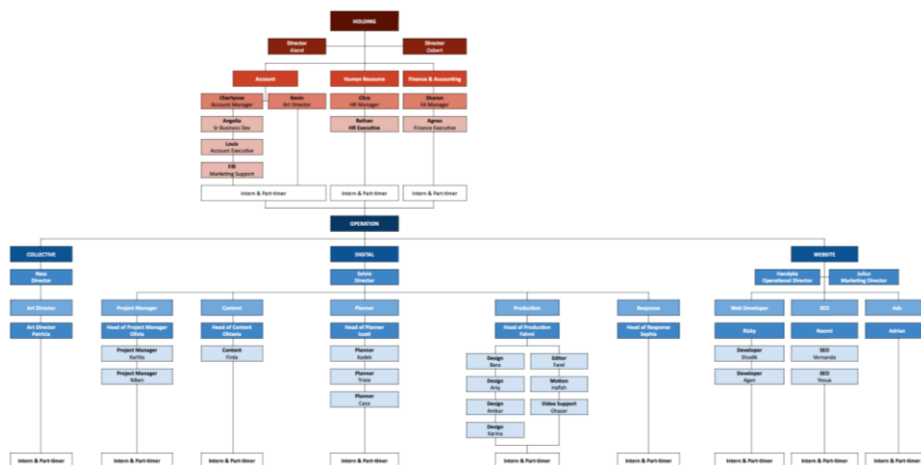
Dalam menjalankan bisnisnya, Dreambox berpusat pada empat pilar utama, yaitu:

1. *Robust Internal Process*: proses internal yang kuat dan sistematis untuk menjamin kualitas kerja.
2. *Customer*: kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam setiap layanan yang diberikan.
3. *Solid Team*: tim yang solid dan kolaboratif sebagai tulang punggung perusahaan.
4. *Wide Network*: jaringan yang luas untuk memperluas peluang bisnis dan jangkauan pasar.

Struktur kepemimpinan Dreambox dipegang oleh Aland Sinduartha Tjandra sebagai *Managing Director*, yang memiliki pengalaman lebih dari tiga belas tahun di industri kreatif dan pemasaran. Aland dikenal karena keahliannya dalam menciptakan strategi kreatif, komunikasi, serta manajemen merek dan proyek. Beliau juga memegang sertifikasi dari *Apple Developer Academy*. Berkolaborasi erat dengan Aland adalah Osbert Adrianto, yang dikenal karena keterampilan komunikasinya yang sangat baik dan semangatnya di bidang pemasaran. Perjalanan kewirausahaannya dimulai sejak ia menjual produk selama masa sekolah dan perkuliahan, meskipun ia memiliki gelar di bidang akuntansi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dreambox *Marketing Consultant* menerapkan struktur organisasi yang terpusat pada seorang *Managing Director* yang bertanggung jawab memimpin dan mengoordinasikan seluruh divisi yang ada. Secara keseluruhan, organisasi Dreambox terbagi ke dalam empat divisi utama, yaitu Divisi Kreatif, Divisi Akun, Divisi Strategi, dan Divisi Pendukung. Alur komunikasi yang berlangsung bersifat vertikal dari pimpinan kepada jajaran tim, namun tetap membuka ruang untuk kolaborasi horizontal lintas divisi guna memastikan setiap pekerjaan berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan bersama yang telah ditetapkan.



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi Dreambox Agency
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

2.3 Portofolio Perusahaan

Sepanjang perjalanan usahanya, Dreambox telah dipercaya oleh ratusan klien dari berbagai sektor industri, baik dalam skala nasional maupun internasional. Kepercayaan dari merek-merek besar ini menjadi bukti nyata atas kualitas dan reputasi yang telah dibangun selama lebih dari satu dekade. Sebagai pengakuan atas pencapaian tersebut, Dreambox meraih penghargaan bergengsi sebagai *Indonesia Best Brand* dalam acara *CMO Asia & World Brand Congress 2019* yang diselenggarakan di Jakarta. Penghargaan yang diberikan oleh *CMO Asia*, salah satu organisasi jaringan pemasaran terkemuka di Asia, mencerminkan pengakuan industri terhadap kualitas *branding* dan pertumbuhan luar biasa yang dicapai perusahaan dalam waktu yang relatif singkat.

Berikut adalah sebagian dari klien-klien terkemuka yang pernah dan saat ini bermitra dengan Dreambox.

Tabel 2.1 Klien Dreambox

Klien	Sektor	Jenis Keterlibatan
Apple	Teknologi	Branding & Digital Campaign
Kimberly Clark Softex Group (Confidence, Sweetie, Softex)	Consumer Goods/Healthcare	Social Media & Content Strategy

Klien	Sektor	Jenis Keterlibatan
Kalbe Nutritionals	Nutrisi & Kesehatan	Social Media Management & Content
Summarecon	Property	Brandy Identity & Promotion
Milna Indonesia	FMCG (Makanan Bayi)	Brand Identity & Social Media
Bunda Group/Bunda Hospital	Rumah sakit	Rebranding (2016), Social Media Design

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)