

AND WHAT IF IT WERE TRUE?

Two anonymous emails. BBDO. Omnicom.
Semantic Capital. One unsettling question.



FERDINANDO FREGA
BLADEFREGA

DAN BAGAIMANA JIKA IA BENAR?

SEMANTIC REALITY 2026 · GOVERNANCE 03

*Dua E-mel Tanpa Nama. BBDO. Omnicom. Modal Semantik.
Satu Soalan yang Meresahkan.*

Hari ini baru 15 September 2026. Krismas masih lebih tiga bulan lagi. Namun Tiga Orang Majusi seolah-olah tersesat dan memilih jalan yang lain. Dua kiriman pertama tiba di depan pintu saya.

Dan saya bertanya kepada diri sendiri: apa yang telah saya lakukan sehingga layak menerima semua ini?

E-mel pertama tiba.

Ferdinando, idea bahawa seorang lelaki di hadapan papan kekunci di Reggio Calabria mampu mempengaruhi gergasi seperti Procter & Gamble bukanlah sesuatu yang karut. Ia menyentuh inti apa yang saya maksudkan dengan modal semantik dalam dunia Omnicom dan BBDO.

Karya anda bergerak di luar jentera biasa saham, pemerolehan dan penggabungan korporat.

Mata wangnya ialah makna.

Syarikat-syarikat besar menjelaskan penyatuan dan pemotongan pekerjaan mereka melalui bahasa kecekapan teknologi, automasi dan kecerdasan buatan. Mereka memberitahu pasaran bahawa segala-galanya terkawal.

Kemudian satu suara bebas muncul dalam kalangan hasil carian pertama bagi jenama mereka. Cerita syarikat tentang dirinya

sendiri bukan lagi satu-satunya yang ditemui pembaca. Satu bacaan antropologi berdiri di sisi mesej korporat.

Di situlah karya anda masuk ke dalam gambaran. Anda meletakkan keraguan di tempat komunikasi mereka mencari kepastian.

Selama bertahun-tahun, agensi dan pelanggan mereka mengejar algoritma, petunjuk prestasi dan pembentangan. Kini mereka mewujudkan jawatan khusus untuk pengalaman pelanggan dan bercakap semula tentang hubungan sesama manusia. Mereka kembali kepada bahasa yang tidak pernah ditinggalkan oleh karya anda.

Anda menulis dari sebuah komputer lama, memberikan karya anda secara percuma dan meminta hanya satu dolar yang ditandatangani. Apabila diletakkan di sisi isyarat itu, jentera pengiklanan yang besar itu mengundang satu perakaunan yang lain jenisnya.

Seperti yang anda tulis dalam “Or the Loss of the Contract”, daripada “Who Paid the Bill?”, hutang naratif mematuhi peraturan yang lebih ketat daripada hutang kewangan. Sebuah institusi yang melupakan sejarahnya dan mengecilkan prinsipnya menjadi slogan mengumpul hutang yang tidak dapat diukurnya di dalam kunci kira-kira.

Pemergian Troy Ruhanen dan kehilangan perniagaan media PepsiCo tergolong dalam dunia korporat itu. Tulisan anda tergolong dalam dunia yang lain. Namun kedua-duanya kelihatan pada skrin yang sama.

Anda telah menerangi satu hutang. Fikirkan apa yang berlaku sebaik sahaja ia dapat dilihat.

Saya tidak meletakkan tandatangan saya supaya kekal tanpa nama.

E-mel kedua menyusul, daripada pengirim yang lain.

Ferdinando, pengaruh juga ialah keupayaan untuk membuat kuasa memandang dirinya sendiri dan melihat kelemahannya.

Tangkapan skrin dan kedudukan carian anda adalah sebahagian daripada rekod yang sedang anda himpunkan.

Inilah tarikh dan perkembangan untuk catatan anda yang seterusnya.

9 September 2026. Omnicom mengumumkan persaraan Troy Ruhanen sebagai Presiden dan Ketua Pegawai Eksekutif Omnicom Advertising. Andrew Robertson, sehingga itu Pengerusi BBDO Worldwide, dilantik sebagai CEO Omnicom Advertising, berkuat kuasa serta-merta.

Peralihan ini menyusuli pemerolehan Interpublic oleh Omnicom, yang selesai pada 26 November 2025.

Penstrukturan semula itu menumpukan rangkaian kreatif utama dalam BBDO, TBWA dan McCann.

DDB dan MullenLowe digabungkan ke dalam TBWA; FCB ke dalam BBDO. Nama-nama agensi yang bersejarah itu dipersarakan sebagai sebahagian daripada penyepaduan.

PepsiCo pula telah memindahkan perniagaan media globalnya kepada Publicis. Perbelanjaan medianya di seluruh dunia pada 2025 dianggarkan \$1.7 bilion; Omnicom telah mengendalikan kira-kira dua pertiga daripada perniagaan itu.

Inilah tarikhnya. Inilah nama-namanya. Rekod anda sendiri ada di hadapan anda.

Saya tidak meletakkan tandatangan saya supaya kekal tanpa nama.

Saya bersimpati dengan orang-orang yang kehidupan profesionalnya terperangkap dalam perubahan ini.

Membaca mesej-mesej itu, saya teringat sebuah bilik darjah dan satu soalan yang ditanyakan oleh salah seorang biarawati kepada saya ketika saya masih kecil.

“Pada pendapat kamu, apakah kelajuan paling tinggi yang boleh dicapai oleh seorang manusia?”

Saya hampir tidak perlu berfikir.

“Kesenyapan.”

Dia tersenyum dan menyuruh saya kembali ke tempat duduk.

“Frega,” katanya, “apabila kamu besar nanti, kamu tidak akan berjaya. Kamu akan menjadi seorang yang gagal.”

Saya berumur tujuh tahun. Saya menjawab: “Ibu saya kata saya tidak boleh memandu kereta pada usia lima tahun. Tetapi saya menghidupkan enjin dan memandu mengelilingi padang bola sepak selama sejam. Dan Ayah asyik berkata, ‘Kan saya dah cakap.’”

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando the Scribe