

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Flock Creative Network

Gambar 2.1 Logo Flock Creative Network



Sumber : Instagram fcn.id (2020)

Flock Creative Network merupakan jaringan perusahaan kreatif yang berdiri di bawah naungan PT Langit Kreatif Indonesia. Sebuah agensi periklanan yang berfokus untuk mengubah bisnis, merek, dan pengalaman konsumen melalui teknologi dan kreativitas. Berdiri sejak Juli 2016, Flock Creative Network berhasil menjadi agensi kreatif lokal dengan pertumbuhan pesat menangani lebih dari 40 *brand* ternama dan mendapatkan beberapa penghargaan pada kategori pertumbuhan iklan terbaik.

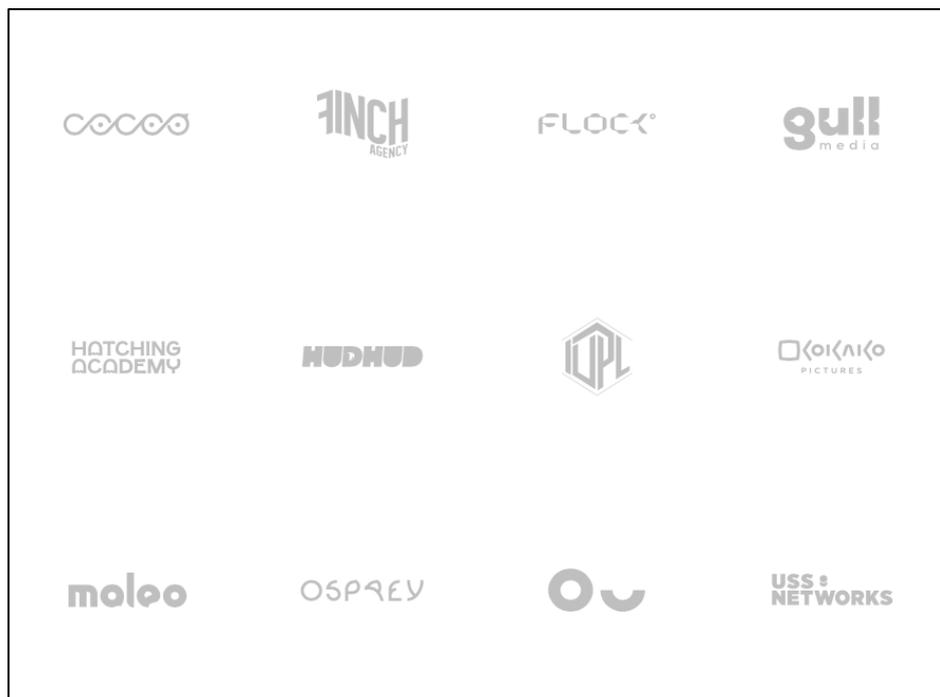
Flock Creative Network mempercayai komunikasi akan selalu berubah sehingga komunikasi dan interaksi diyakini sebagai kunci untuk membangun hubungan merek yang kuat. Flock Creative Network juga berkomitmen untuk terus mengeksplorasi disiplin ilmu dan mengembangkan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan klien.

Melalui nilai – nilai yang diyakini tersebut, Flock Creative Network memiliki tiga pilar utama sebagai berikut.

1. *Creative storytelling*
2. *Communication*
3. *Content creation*

Berdiri sebagai jaringan perusahaan kreatif asal Indonesia, memiliki 12 unit bisnis dengan fokus layanan yang berbeda. Hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan yang menjadi tujuan dari tiap-tiap perusahaan klien. Berikut merupakan unit-unit bisnis yang tergabung dalam Flock Creative Network.

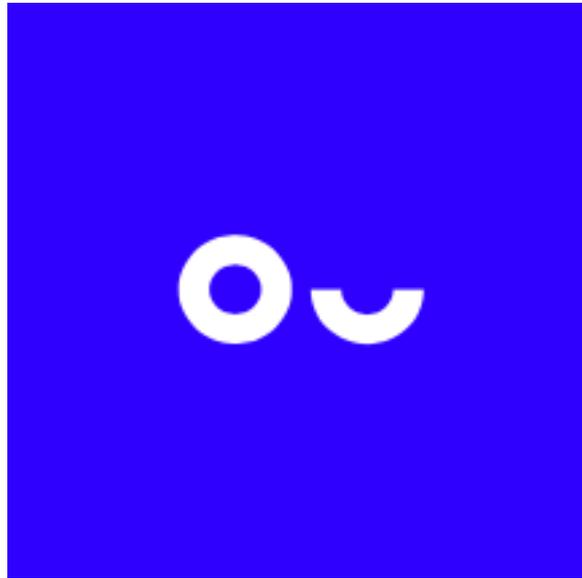
Gambar 2.2 Unit bisnis Flock Creative Network



Sumber : website resmi FCN.Network

2.1.1 Profil OU

Gambar 2.3 Logo OU



Sumber : website fcn.network

OU merupakan salah satu unit bisnis yang tergabung dalam Flock Creative Network yang berfokus pada layanan membangun merek. Layanan tersebut meliputi *brand strategy*, *brand consultancy*, dan *design*. OU juga terdengar seperti suara yang menunjukkan ekspresi kagum dan terkesan sehingga dapat memicu rasa ingin tahu dan memprovokasi pikiran. Dengan demikian, OU memiliki tujuan untuk membuat orang-orang terkesan melalui karya kreatif mereka.

Sejalan dengan hal tersebut, OU menciptakan sebuah unit baru bernama Ouch berupa media berita informasi yang tidak hanya sekadar menyampaikan berita terkini namun juga ingin memberikan referensi desain kreatif bagi masyarakat luas.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi Konten Ouch menjadi divisi yang bertugas dan bertanggung jawab untuk mengurus dan mengelola konten-konten yang akan diunggah pada Instagram

@ouch.channel. Diawali dengan pencarian berita atau *media monitoring and issue monitoring* terkait dengan peristiwa terkini yang terjadi. Kemudian, berita terpilih akan diolah dan dikemas dengan memikirkan tampilan visual yang ingin ditunjukkan. Tidak lupa pencantuman *caption* untuk melengkapi informasi yang ingin disampaikan sebelum nantinya konten tersebut siap untuk diunggah di akun Instagram @ouch.channel.

Divisi ini dipimpin oleh Erwin Santoso selaku *Chief Executive Officer* dan juga Christian Melvin selaku *Chief Creative Officer* dari unit *Ouch*. Kemudian pada divisi ini, terdapat juga tim *social media strategic*, *social media marketing*, *visual design*, dan *copywriter*, yang turut membantu proses berjalannya *Ouch*.

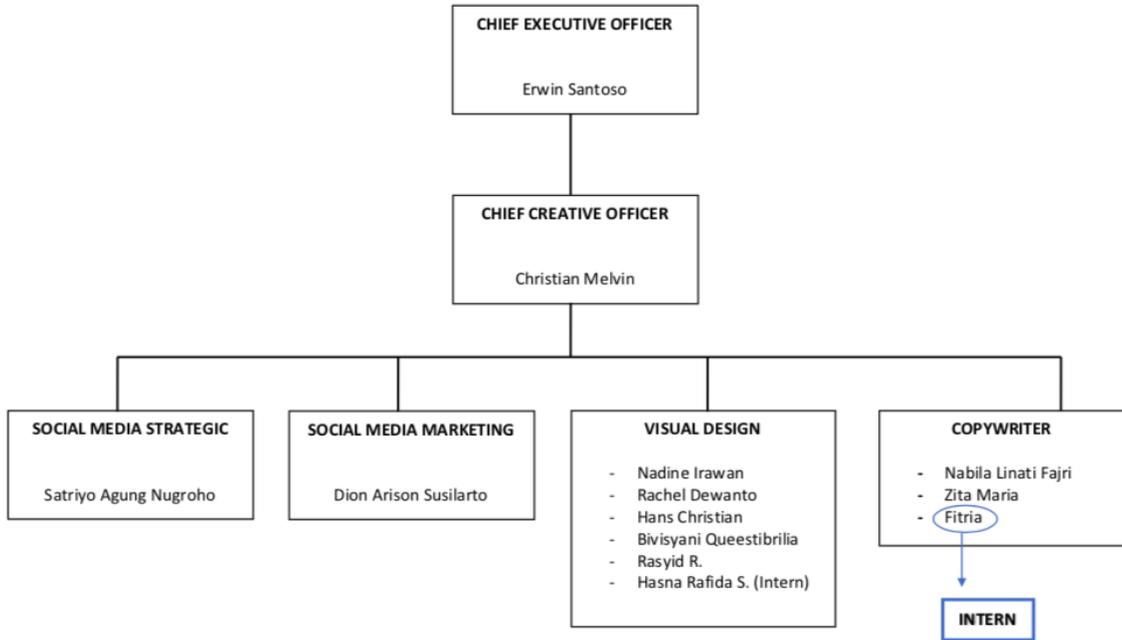
2.2.2 Struktur Organisasi Ouch

Setiap anggota di dalam Divisi Konten *Ouch* terbagi atas peran dan tugas masing-masing yang sesuai dengan bidang keahlian mereka. *Social media strategic*, bertugas sebagai penyusun strategi dalam mengembangkan konten-konten pada Instagram @ouch.channel sedangkan *social media marketing* bertugas mengurus komunikasi pemasaran atau promosi dari akun Instagram @ouch.channel agar dapat menjangkau lebih banyak orang.

Selanjutnya, anggota di dalam tim *visual design* bertugas memvisualisasikan ide konsep dari konten-konten yang akan diunggah pada Instagram @ouch.channel. Sebelum konten tersebut diunggah, tim *copywriter* termasuk mahasiswa magang (*intern*) di dalamnya bertugas untuk membuat *caption* untuk melengkapi konten postingan tersebut. Selain itu, *copywriter* juga bertugas untuk membuat *copy image* untuk konten-konten yang berkonsep *copy based* sehingga semua kebutuhan konten yang berkaitan dengan tulisan akan menjadi tugas dan tanggung jawab dari *copywriter*.

Secara lebih jelas, struktur organisasi Ouch akan dijelaskan melalui gambar bagan di bawah ini.

Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Ouch



Sumber : Olahan Penelitian