

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang *Future Creative Network* (FCN) & OIrange Digital

Flock Creative Network yang sekarang dikenal sebagai *Future Creative Network* sudah berdiri sejak tahun 2016. Bergerak di industri kreatif yang sudah menerima berbagai penghargaan, kini memiliki 43 anak perusahaan dengan lebih dari 1000 karyawan dan 250 klien. Penghargaan-penghargaan yang didapatkan *Future Creative Network* dan juga unit-unit bisnisnya tidak jauh dari hebatnya *Chief Executive Officer* (CEO) Ivan Hadywibowo, *Chief Operating Officer* (COO) Anne Ridwan, dan tim lainnya.



Gambar 2.1 Logo *Future Creative Network*

Sumber: *Future Creative Network*

Pada tahun 2018 FCN meraih penghargaan “*Agency of The Year*”. Di tahun 2019 diakui sebagai *Fastest Growing Agency* di Adweek mengalahkan berbagai agensi dari seluruh dunia. Kemudian pada tahun 2023 kemarin, *Future Creative Network* mendapatkan penghargaan tertinggi untuk kategori “*Creative Agency of The Year*” diikuti oleh Dentsu Creative (**gambar 2.2**) (Citrapariwara.org, 2023). Hal ini tidak menutup banyaknya kategori agensi di bawah payung FCN, mulai dari *creative agency*, *digital agency*, *website development*, *creative network*, dan lainnya.

Complete List of Winners for the Highest Awards at Citra Pariwara 2023:	
Creative Agency of the Year:	
1.	FCN Creative
2.	Dentsu Creative
3.	Ogilvy
4.	GOODSTUPH
5.	Grab Creative Studio

Gambar 2.2 Daftar Pemenang *Creative Agency of the Year 2023*

Sumber: citrapariwara.org

Salah satu unit bisnis *Future Creative Network* adalah Orlange yaitu sebuah agensi pemasaran digital. Berdiri sebagai agensi independen di tahun 2013 oleh Victor Hartanto di bawah PT JINGGA KREASI MULTIGUNA. Orlange sebagai agensi pemasaran digital terkemuka di Indonesia menyediakan beberapa jasa seperti *social media marketing, digital production & development, digital content production & development, community management, creative design, dan digital communication.*



Gambar 2.3 Logo Orlange

Sumber: Orlange

Salah satu pencapaian yang membuktikan Orlange adalah agensi independen terkemuka di Indonesia adalah mendapatkan “*GOLD WINNER*” dan “*LOCAL HERO*” untuk *Independent Agency of The Year 2019* oleh *Marketing Interactive.*

Independent Agency of the Year	
GOLD (LOCAL HERO)	
OLRANGE	
SILVER	
Leverate Media Asia	
BRONZE	
Froyo Story	

Gambar 2.4 List Pemenang *Independent Agency of the Year 2019*

Sumber: *Marketing Interactive Winners (2019)*

Tidak berhenti berkembang, pada tahun 2021, *Future Creative Network* melakukan pendanaan kepada Orlange dan agensi lainnya seperti Olround, Froyo Story, dan Maleo untuk membangun sebuah *digital powerhouse* yang bernama *ALVA Holding Group* yang disebut-sebut sebagai agensi digital terbesar se-Asia Tenggara. Berdirinya *ALVA Holding Group* oleh *Future Creative Network* dan 4 agensi digital ini bertujuan untuk fokus membangun dan memperluas jaringan dengan kumpulan agensi yang berbeda dengan spesialisasi yang berbeda di bidang digital (Hidayat, 2021). Jadi, sekarang Orlange dikelola oleh *ALVA Holding Group*, dan yang tertinggi adalah *Future Creative Network*. Sekarang, di bawah naungan *ALVA Holding Group*, terdapat agensi seperti Orlange, Olround, Froyo, Maleo, Ornament, Surge, Orbit, dan lainnya.

Sudah berdiri selama sekitar 11 tahun, Orlange telah menangani berbagai klien besar seperti Garnier, Asian Games, Pocari Sweat, Mazda, Marlboro, Kraft, Disney, Pristine, Nuvo, UOB TMRW, dan masih banyak lainnya. Orlange yang sukses meraih berbagai penghargaan kembali menjadi agensi digital yang bekerja sama dan mengelola ekosistem digital milik merek TMRW by Bank UOB Indonesia. Kerja sama sebelumnya Orlange dan UOB TMRW berhasil menghasilkan sebuah kampanye TMRW Menang Ramadan Bareng yang menggunakan fitur *Add Yours* di Instagram yang berhasil membuat pengguna Instagram berbagi mengenai apa saja dengan pengguna lainnya (Hidayat, 2022)

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Menjadi salah satu agensi digital terkemuka di Indonesia dan unit bisnis dari *Future Creative Network*, Orlange memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

1. *To expand source of streams*
2. *To maximized margin & client's spending*
3. *To open up new innovations*

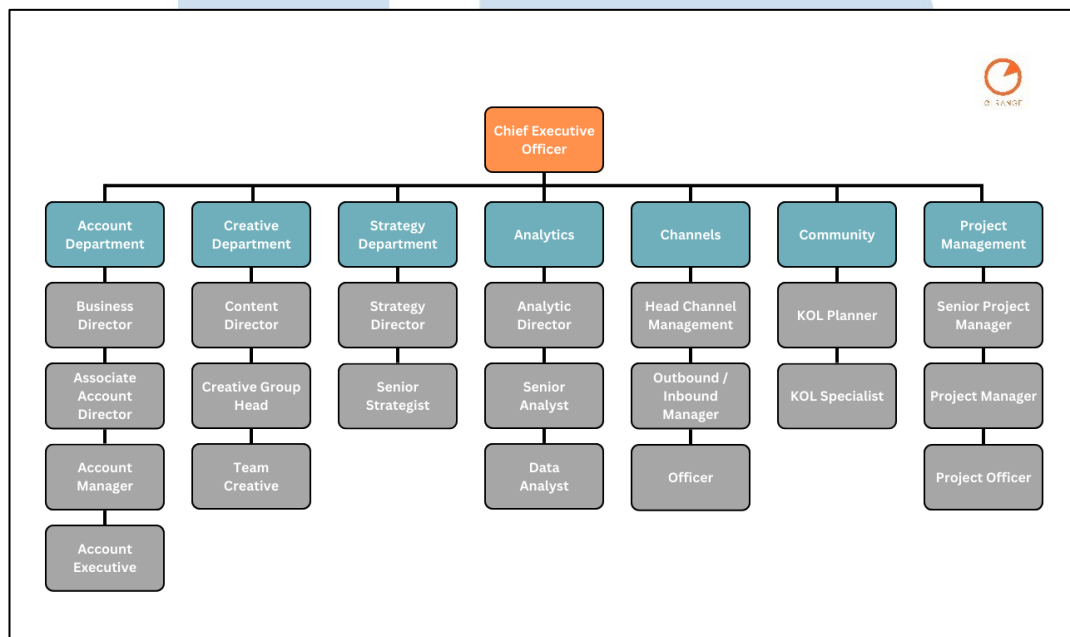
MISI

1. *Create new digitally-LED creative agencies model*

2. *Derivatives business unit*
3. *Brand development by marketing & creative partnerships*

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai sebuah agensi pemasaran digital yang menangani berbagai klien besar, dalam pengerjaan proyek-proyeknya, Orlange bekerja secara tim yang berasal dari berbagai divisi. Berikut merupakan struktur organisasi dari Orlange:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Orlange

Sumber: Dokumen Perusahaan Yang Diolah Oleh Pemegang (2024)

1) *Chief Executive Officer*

Chief Executive Officer atau CEO merupakan posisi tertinggi di agensi Orlange yang ditempati oleh Reza Akbar. Beliau memiliki peran penting di struktur organisasi Orlange dengan mempunyai tugas untuk memimpin semua departemen dan penghubung antar divisi. Departemen yang berada di bawah struktur organisasi CEO antara lain ada departemen *account*, departemen *creative*, departemen *strategy*, *analytics*, *channels*, *community*, dan *project management*.

2) *Account Department*

Departemen yang memiliki peranan penting karena menjadi jembatan antara tim dan klien, departemen *account* bertanggung jawab atas kepuasan klien sejalan dengan layanan yang diberikan oleh tim (Rungsub, 2018). Untuk kegiatan praktik kerja magang di Olrange agensi digital menjadi *account executive intern*, pemegang berada di departemen ini, berada di bawah naungan posisi-posisi sebagai berikut:

a) *Business Director*

Posisi yang ditempati posisi *business director* adalah Stephanie Putri Fajar yang menempati pangkat tertinggi di departemen *account*. Tugas *business director* secara singkat adalah menganalisis peluang bisnis baru, menjaga hubungan baik dengan klien, dan menaungi posisi-posisi di bawahnya.

b) *Associate Account Director*

Di bawah posisi *business director* adalah *associate account director* yang terdapat beberapa orang yang menempati posisi ini tergantung tim dan klien yang dipegang. Posisi *associate account director* yang menaungi penulis dan berada di tim Olrange yang memegang klien UOB TMRW ditempati oleh Annisa Muharammi. Tugas *associate account director* secara singkat adalah menaungi posisi-posisi di bawahnya, menjalin hubungan langsung dengan klien, mensupervisi operasional tim, dan memegang konten kampanye.

c) *Account Manager*

Posisi *account manager* dinaungi oleh posisi *associate account director* yang juga menangani klien atau merek yang sama. Posisi *account manager* yang menaungi pemegang di tim yang sama ditempati oleh Carissa Andhini Pranaya untuk merek UOB TMRW dan Tanzilayah Sulesta untuk merek Telkomsel *Enterprise*. Tugas *account manager* secara singkat adalah menaungi *account executive*, menjalin hubungan langsung dengan klien,

memegang seluruh konten AON (*always on*), dan performa dari konten-konten.

d) Account Executive

Di bawah posisi *account manager* yang juga berada di tim dan menangani klien yang sama adalah posisi *account executive*. Posisi *account executive* yang menaungi pemegang di tim yang sama ditempati oleh Yohanes Stephen. Tugas *account executive* secara singkat adalah melaksanakan tugas harian tim dan berhubungan langsung dengan klien.

3) Creative Department

Departemen kreatif dalam sebuah agensi bertugas untuk mengembangkan konsep yang telah diberi oleh klien dan departemen *account*. Departemen ini harus memastikan seluruh elemen dalam kampanye telah sesuai dan ide orisinal (Altstiel & Grow, 2017). Berikut beberapa posisi yang berada di departemen ini:

a) Content Director

Content director posisi di departemen kreatif yang paling tinggi yang bertanggung jawab atas seluruh pekerjaan departemen kreatif dan mensupervisi seluruh proyek.

b) Creative Group Head

Creative group head berada di *senior level* juga bersama *content director* yang memimpin langsung dan memastikan keberlangsungan seluruh konten dan departemen kreatif.

c) Team Creative

Team creative terdiri dari posisi-posisi yang berbeda di sebuah tim. Posisi-posisi yang terkumpul di dalam departemen *creative* adalah sebagai berikut:

i. Content Manager

Content manager di Orlange memiliki tanggung jawab untuk mengawasi pekerjaan proyek-proyek, tim di berbagai divisi kreatif, dan konten-konten agar sesuai dengan kualitas standar.

ii. Art Director

Berada di level yang sama dengan *content manager*, bertanggung jawab mengawasi dan menjaga kualitas dari segi KV (*key visual*), COV (*copy on visual*) dan lainnya dari konten-konten yang telah dibuat.

iii. Content Writer

Content writer bertugas untuk membuat dan menghasilkan konten-konten sesuai brief dan COV (*copy on visual*) yang menarik perhatian konsumen.

iv. Graphic Designer

Copy layout dan KV (*key visual*) yang dapat dilihat secara visual dihasilkan oleh seorang *graphic designer*.

v. Editor

Video-video yang dihasilkan *creator* untuk konten, akan di-edit oleh editor. Terutama video-video yang membutuhkan kemampuan editing yang tinggi.

vi. Creator

Konten-konten berformat video akan diproduksi oleh departemen *creator* dan untuk editing yang tidak memerlukan kemampuan editing yang tinggi akan dilakukan *creator*.

4) Strategy Department

Departemen yang juga tidak kalah penting untuk pembuatan konten-konten yang sesuai agar tercapainya tujuan klien adalah departemen *strategy*. Pembuatan konten tanpa adanya dasar strategi akan kalah dengan konten yang sudah dibahas menggunakan dasar-dasar strategi.

a) *Strategy Director*

Strategy director bertugas untuk menciptakan konten-konten yang berstrategi dari data-data yang ada untuk menghasilkan keuntungan lebih besar bagi klien.

b) *Senior Strategist*

Berada di bawah posisi *strategy director*, *senior strategist* juga bertugas untuk menghasilkan rencana-rencana konten yang sesuai dengan kesuksesan klien.

5) *Analytics*

Untuk menghasilkan konten-konten yang dapat berhasil mencapai objektif dari klien, dibutuhkan data-data yang sesuai untuk menghasilkan konten.

a) *Analytic Director*

Sebelum konten-konten dibuat oleh departemen lainnya, *analytic director* dengan timnya menganalisis pola, trend, dan peluang untuk membuat konten selanjutnya. *Analytic director* juga berperan sebagai koordinator dari *senior analyst* dan *data analyst*.

b) *Senior Analyst*

Senior analyst bertugas untuk melakukan analisa terhadap market dan kompetitor dari klien untuk meningkatkan performa dari konten-konten berikutnya.

c) *Data Analyst*

Data analyst bertugas untuk memantau data-data dari media sosial klien dan data kompetitor untuk menjadi perbandingan. Data yang nantinya akan digunakan oleh departemen *strategist* untuk membuat konten.

6) *Channels*

Departemen *channels* bertugas untuk mengunggah konten-konten yang telah dihasilkan divisi lain ke media yang sesuai.

a) *Head Channel Management*

Posisi tertinggi di departemen ini adalah *head channel management* yang bertugas mensupervisi segala pekerjaan divisinya. Bertanggung jawab atas segala konten yang harus diunggah sesuai *brief* dari divisi *account*.

b) *Officer*

Berada di bawah posisi *head channel management*, *officer* di sini juga bertugas untuk mengunggah konten-konten yang harus naik sesuai dengan saluran media konten tersebut.

7) *Community*

Departemen *Community* secara garis besar memiliki tugas yang berhubungan dengan KOL (*key opinion leader*) yang akan atau sedang bekerja sama dengan tim untuk sebuah proyek.

a) *KOL Planner*

KOL planner bertugas untuk membuat segala perencanaan di sebuah proyek yang berhubungan langsung dengan seorang KOL. Posisi ini yang akan menyusun detail-detail apa yang akan dilakukan oleh KOL tersebut.

b) *KOL Specialist*

KOL specialist di lain sisi bertugas untuk mencari dan mengontak KOL yang sesuai dengan proyek yang akan dikerjakan tim dan klien. Mencari tahu daftar harga dari KOL-KOL dan mencari yang paling cocok dari segi harga dan jenis konten dari KOL.

8) *Project Management*

Dalam satu tim yang berisikan beberapa divisi, proyek dan konten yang dikerjakan tidak hanya satu atau dua, melainkan banyak. Maka dari itu, departemen *project management* bertugas untuk mengetahui segala pergerakan tim dan juga proyeknya. Mereka yang mengetahui beban kerja dari tim dan mengatur agar pekerjaan di tim lebih rapi.

a) Senior Project Manager

Posisi *senior project manager* adalah yang tertinggi di departemen ini dengan tugas mensupervisi posisi-posisi di bawahnya dan juga mengetahui segala pergerakan dari konten-konten.

b) Project Manager

Project manager bertugas untuk mengatur masuk dan keluarnya konten di dalam tim. Mengatur list prioritas dari konten yang harus dikerjakan departemen kreatif. Di tim Orlange UOB TMRW, *project manager* memegang konten-konten seperti kampanye dan juga *banner*.

c) Project Officer

Berada di bawah *project manager*, *project officer* juga memiliki tugas yang sama yaitu mengatur masuk dan keluarnya konten di dalam tim. Namun, berbeda di berat kontennya, *project officer* menangani konten-konten yang lebih ringan seperti konten *always on*.

