BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Future Creative Network (FCN) & Flock

Future Creative Network (FCN) merupakan perusahaan yang bergerak di sektor industri kreatif yang berada di bawah naungan PT Langit Kreatif Indonesia. Didirikan pada Juli 2016 oleh Ivan Hadywibowo bersama tujuh rekannya, FCN awalnya dikenal dengan nama Flock Creative Network. Seiring waktu, FCN berkembang menjadi salah satu jaringan agensi periklanan lokal terbesar di Indonesia, yang berfokus pada transformasi bisnis, penguatan identitas merek, serta peningkatan pengalaman klien melalui integrasi antara kreativitas dan teknologi.

Gambar 2.1 Logo *Future Creative Network*
Sumber: *Future Creative Network*

Pada tahun 2018, *Future Creative Network* meraih penghargaan "*Agency of the Year*" dalam ajang Citra Pariwara, festival periklanan terbesar di Indonesia. Lalu, pada 2024 kemarin, *Future Creative Network* juga meraih penghargaan tertinggi pada kategori "*Creative Agency of The Year*" (**gambar 2.2**) (Citrapariwara.org, 2025). *Future Creative Network* bersaing dengan berbagai agensi multinasional.

Gambar 2.2 *Creative Agency of the Year* 2024

Sumber: Website Citra Pariwara (2025)

Salah satu unit bisnis *Future Creative Network* adalah Flock yang merupakan salah satu unit bisnis utama dari *Future Creative Network* yang juga menjadi awal mula terbentuknya jaringan ini. Bersamaan dengan hadirnya *Future Creative Network*, Flock didirikan pada tahun 2016 dan hadir sebagai agensi kreatif yang fokus pada pengembangan kampanye komunikasi, strategi *branding*, hingga produksi konten digital yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Flock mengusung pendekatan kreatif yang kolaboratif dan berbasis riset, sehingga mampu menjawab berbagai tantangan komunikasi yang dihadapi oleh klien dari berbagai sektor.

Gambar 2.3 Logo Flock

Sumber: LinkedIn Flock

Salah satu klien Flock, yaitu Citibank juga meraih penghargaan '*Advertiser of the Year*'. Pada tahun-tahun berikutnya pun Flock konsisten meraih penghargaan dalam ajang Citra Pariwara, hingga tahun 2024 kemarin. Penghargaan ini menegaskan posisi Flock sebagai agensi kreatif terkemuka di tanah air. Melalui kolaborasi dan inovasi yang berkelanjutan, Flock terus berupaya memberikan layanan periklanan yang kreatif dan efektif, sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Dengan semakin berkembangnya *Future Creative Network*, peran Flock pun semakin signifikan. Tidak hanya sebagai agensi, tapi juga sebagai referensi standar kualitas kreatif di lingkungan internal *Future Creative Network*. Dengan portofolio kampanye yang berdampak dan strategi kreatif yang kuat, Flock telah dipercaya oleh berbagai *brand* besar di Indonesia maupun internasional. Beberapa klien yang pernah ditangani Flock antara lain Tokopedia, Djarum, BCA, Citibank, SGM, Chiki, SUN, Teh Botol Sosro, Promag, Yamaha, Chitato, Greenfields, Tiket.com, Qtela, Slim Fit, Scarlett, hingga Yamaha dan Indomilk. Tak hanya itu, melalui jaringan dan afiliasi *Future Creative Network*, Flock juga berkesempatan bekerja sama dengan merek-merek global seperti Nescafe, Kraft, Dettol, Standard Chartered, Pepsi, Samsung, AIA, dan OVO. Kepercayaan dari berbagai klien ini membuktikan kapabilitas Flock dalam merancang solusi komunikasi yang tidak hanya kreatif, tetapi juga relevan dan berdampak nyata bagi pertumbuhan bisnis klien.

2.2 Visi Misi

VISI

To transform business, brand, and consumer experience through technology and creativity.

MISI

To become the nation's largest creative platform and incubator where creative professionals or companies can collaborate and excel.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai agensi pemasaran digital yang menangani berbagai proyek dari klien-klien besar, Flock menjalankan proses kerjanya secara kolaboratif melalui tim yang terbagi ke dalam berbagai divisi sesuai dengan bidang dan keahlian masing-masing. Setiap divisi memiliki peran yang saling mendukung demi kelancaran dan efektivitas pekerjaan. Untuk memahami pembagian peran tersebut secara lebih jelas, struktur organisasi Flock dijelaskan melalui kerangka berikut.

Gambar 2.4 Struktur Organisasi Flock *Agency*
Sumber: Diolah Oleh Pekerja Magang (2025)

1) Account Department

Departemen *Account* merupakan salah satu bagian penting dalam struktur organisasi agensi kreatif. Divisi ini berfungsi sebagai penghubung utama antara agensi dengan klien. Tugas utama dari departemen *account* adalah memahami kebutuhan klien, mengelola komunikasi dua arah, serta

memastikan bahwa semua proyek yang dijalankan sesuai dengan *brief* dan ekspektasi yang telah disepakati. Selain itu, tim *account* juga bertanggung jawab untuk merancang strategi kerja sama jangka panjang dengan klien serta menjaga kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan agensi. Dalam kegiatan praktik kerja magang di Flock, pekerja magang berada di departemen ini sebagai *Account Executive Intern*. Posisi-posisi yang berada di bawah naungan departemen *account* adalah *Managing Director*, *Group Account Director, Account Director, Account Manager Director*, *Account Manager, Senior Account Executive*, dan *Account Executive.* Di puncak struktur terdapat *Managing Director*, yang memimpin arah strategis dan operasional keseluruhan perusahaan, termasuk memastikan bahwa semua tim bekerja sama secara sinergis dan sesuai dengan tujuan bisnis. Di bawahnya, *Group Account Director* mengawasi beberapa tim *account* secara keseluruhan, menetapkan standar kualitas layanan, dan menjaga hubungan dengan klien-klien besar di level strategis. *Account Director* memiliki tanggung jawab langsung dalam menangani klien utama, menyusun strategi komunikasi, serta memastikan keberhasilan proyek besar yang dijalankan oleh timnya.

Selanjutnya, *Account Manager Director* dan *Account Manager* bertugas sebagai jembatan antara klien dan tim internal. Mereka mengelola *brief*, menyusun *timeline*, mengatur anggaran, dan memastikan bahwa semua kebutuhan klien terpenuhi dengan hasil yang memuaskan. *Account Manager Director* biasanya memiliki pengawasan terhadap beberapa *Account Manager* sekaligus memastikan bahwa proses kerja berjalan secara efisien dan efektif. Di tingkat pelaksana, *Senior Account Executive* bertanggung jawab mendampingi pelaksanaan proyek harian, menangani koordinasi antar divisi seperti kreatif, *project management*, dan strategi, serta menjaga komunikasi aktif dengan klien. Sementara itu, *Account Executive* berperan sebagai pendukung utama dalam operasional, mulai dari menyusun laporan, mempersiapkan materi *meeting*, melakukan *follow-up* kebutuhan klien, hingga memastikan setiap proses berjalan sesuai jadwal.

Seluruh posisi ini bekerja secara kolaboratif untuk memastikan layanan kepada klien berjalan optimal dan menghasilkan *output* komunikasi yang strategis dan berdampak.

2) Creative Department

Departemen kreatif merupakan salah satu elemen inti dalam struktur kerja sebuah agensi, karena bertanggung jawab atas pengembangan ide dan eksekusi materi visual maupun verbal yang menjadi wajah dari setiap kampanye. Fungsi utama dari departemen ini adalah merancang solusi kreatif yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan tujuan komunikasi klien.

Dalam praktiknya, departemen kreatif bekerja sama secara intensif dengan tim *account*, strategi, dan *project management* untuk memastikan setiap hasil kerja memenuhi ekspektasi dan *brief* yang telah ditetapkan. Aktivitas yang dilakukan meliputi brainstorming ide kampanye, pembuatan konsep visual, copywriting, desain grafis, produksi konten digital, serta penyusunan materi presentasi untuk klien. Tim kreatif terdiri dari *graphic designer*, art director, copywriter, juga motion designer atau video editor. Maka dari itu, peran departemen kreatif sangat krusial dalam membangun reputasi agensi dan menjaga kepuasan klien melalui hasil kerja yang inovatif dan relevan.

3) Strategy Department

Departemen strategi merupakan salah satu divisi yang memiliki peran krusial dalam struktur organisasi agensi periklanan. Fungsi utama dari departemen ini adalah merancang arah strategis komunikasi dan pemasaran yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan bisnis klien. Dengan kata lain, departemen strategi bertanggung jawab untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, memahami dinamika pasar, serta merumuskan solusi kreatif berbasis riset yang relevan dengan tujuan *brand*.

Departemen strategi juga terlibat dalam proses evaluasi efektivitas kampanye, dengan melakukan pengukuran terhadap pencapaian *Key Performance Indicators* (KPI) yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peran strategis departemen ini tidak hanya terbatas pada tahap awal perencanaan, tetapi juga berkelanjutan sepanjang siklus kampanye berlangsung. Dengan keterlibatan langsung dalam analisis dan perumusan strategi komunikasi, departemen strategi memberikan landasan yang kuat bagi seluruh departemen lain di dalam agensi, sehingga hasil akhir yang diberikan kepada klien dapat lebih terarah, relevan, dan berdampak.

4) Project Management

Departemen *Project Management* dalam agensi periklanan memiliki peran sentral dalam memastikan bahwa seluruh proses kerja proyek berjalan secara efisien, tepat waktu, dan sesuai dengan anggaran yang telah disepakati. Departemen ini bertindak sebagai penghubung operasional antara berbagai tim lintas fungsi, seperti tim *account*, kreatif, strategi, media, serta vendor eksternal seperti *production house* atau percetakan. Seorang *Project Manager* bertanggung jawab untuk merancang dan mengatur jadwal kerja (*timeline*), mengelola sumber daya, memantau progress pekerjaan, serta mengidentifikasi dan mengatasi potensi hambatan dalam pelaksanaan proyek. Dengan kata lain, departemen ini berperan dalam mengelola keseluruhan siklus hidup proyek, mulai dari tahap perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi.

Dalam praktiknya, *Project Manager* juga turut mengawasi penggunaan anggaran, menyusun laporan kemajuan proyek, dan memastikan bahwa setiap *deliverable* sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Dengan demikian, Departemen *Project Management* berperan penting dalam menjaga stabilitas operasional proyek, serta memastikan bahwa output yang dihasilkan memenuhi kebutuhan klien dan sesuai dengan strategi yang telah dirumuskan.