

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang ALVA dan Orlange Digital Advertising

Alva Digital Network merupakan *digital powerhouse* yang didirikan setelah bergabung dengan Future Creative Network (FCN). ALVA sendiri disebut sebagai agensi digital terbesar se-Asia Tenggara. Didirikan oleh Reza Akbar pada tahun 2021, berdirinya ALVA Digital Network oleh FCN ini bertujuan untuk fokus dalam membangun dan memperluas jaringan dengan berbagai agensi yang berbeda dengan spesialisasi berbeda di bidang digital (Hidayat, 2021). Maka dari itu, ALVA membawahi beberapa agensi yang memiliki berbagai spesialisasi di bidang yang berbeda yaitu Orlange, Froyo, Maleo, Orbit, Antikode, dan lainnya. Semua agensi ini memiliki spesialisasi berbeda, contohnya adalah Antikode yang merupakan *digital experience design and development agency* dengan kata lain berfokus pada bidang UI/UX.



Gambar 2.1 Logo ALVA

Orlange yang menjadi salah satu agensi yang ada di bawah ALVA bergerak dan berfokus pada bidang pemasaran digital. Berdiri sebagai agensi lokal independen pada tahun 2013 oleh Reza Akbar dan Erick Sebastian di bawah PT Jingga Kreasi Multiguna, Orlange sebagai *digital advertising agency* menyediakan beberapa jasa seperti *social media marketing, creative design, digital communication, dan digital content production and development.*



Gambar 2.2 Logo Orlange

Tidak hanya menorehkan prestasi dalam pekerjaannya untuk membuktikan bahwa Orlange adalah agensi independen terkemuka, tetapi Orlange juga memiliki pencapaian sebagai “Gold Winner” dan “Local Hero” *Independent Agency of The Year 2019* oleh *Marketing Interactive* sebelum bergabung dengan FCN.

Independent Agency of the Year

GOLD (LOCAL HERO) OLRANGE
SILVER Leverate Media Asia
BRONZE Froyo Story

Gambar 2.3 Pemenang Independent Agency of The Year 2019
(Marketing-Interactive, 2019)

Sejak awal berdirinya pada tahun 2013 sampai sekarang pada tahun 2025 dengan total 12 tahun berdiri, Orlange telah dipercaya oleh berbagai klien dari berbagai macam brand besar seperti Pocari Sweat, Netflix, Samsung, Disney+, Uniqlo, Hyundai, dan berbagai *brand* lainnya. Adapula *brand* yang kembali memilih Orlange sebagai *digital agency* untuk mengelola *brand* tersebut, yaitu TMRW by Bank UOB Indonesia. TMRW kembali memilih Orlange untuk kedua kalinya untuk mengelola ekosistem digital TMRW. Salah satu alasan TMRW kembali memilih Orlange adalah Orlange memiliki keterlibatan yang sangat luar biasa dengan menyampaikan kampanye digital yang relevan dengan ekspektasi target pasar yang mereka miliki, sehingga kampanye yang mereka buat berdampak pada masyarakat (Hidayat, 2022).



Gambar 2.4 Klien Orlange

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2.2 Visi Misi Orlange Digital Advertising

Orlange Digital Advertising sebagai bagian dari ALVA memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

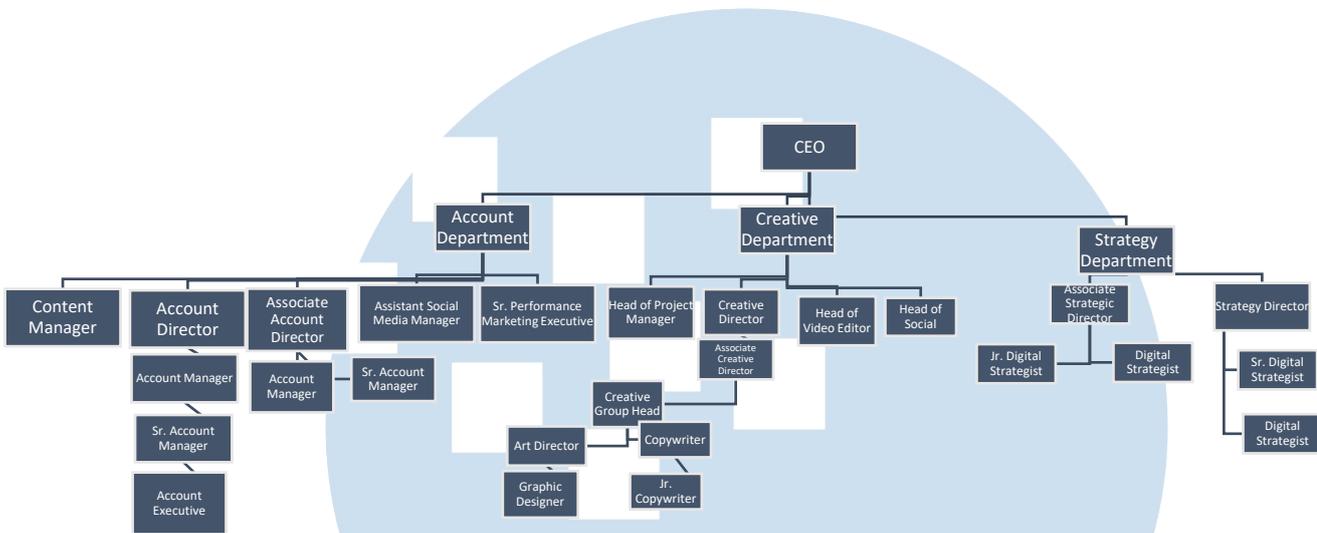
1. *To expand source of streams*
2. *To maximized margin & client's spending*
3. *To open up new innovations*

MISI

1. *Create new digitally-LED creative agencies model*
2. *Derivatives business unit*
3. *Brand development by marketing & creative partnerships*

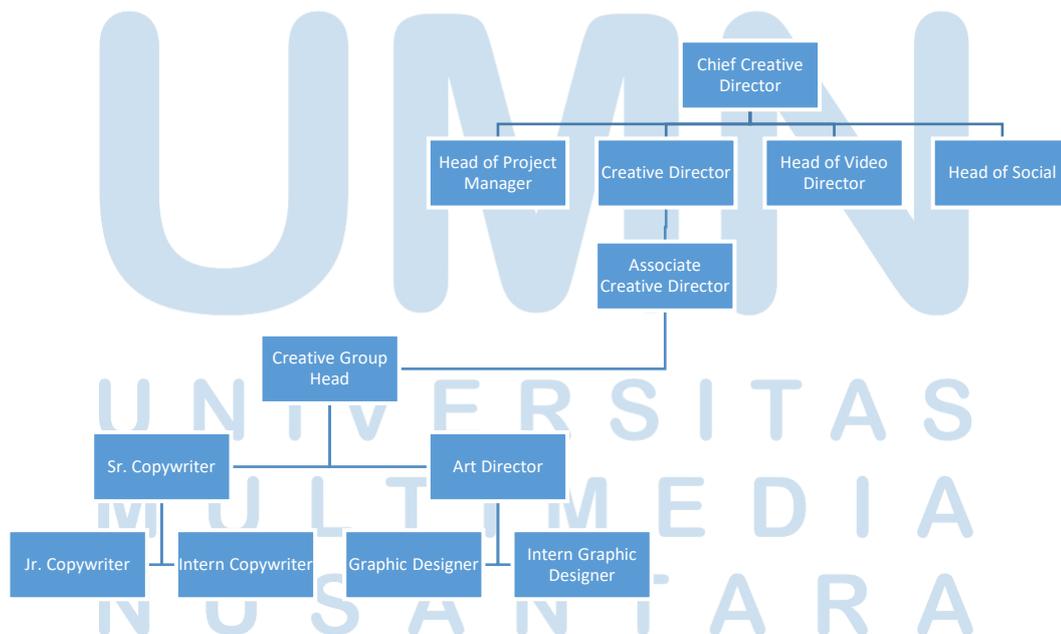
2.3 Struktur Organisasi Orlange Digital Advertising

Orlange Digital Advertising berdiri sejak tahun 2013 sebagai agensi periklanan lokal independen serta berfokus pada bidang periklanan digital dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Olrange
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Gambar di atas merupakan struktur organisasi Olrange Digital Advertising. Olrange dikepalai oleh CEO dan terdapat 3 (tiga) departemen utama di dalamnya, yaitu Departemen Account, Departemen Kreatif, dan Departemen Strategi. Adapun pelaksanaan kerja magang berlangsung di bawah naungan Departemen Kreatif, berikut merupakan gambaran struktur dan penjelasan secara rinci dan mendalam:



Gambar 2.2 Struktur Departemen Kreatif

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Departemen Kreatif bertanggung jawab terhadap pembuatan materi periklanan mulai dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Kreatif dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Chief Creative Director

Merupakan posisi tertinggi dalam departemen ini, bertanggung jawab atas seluruh pekerjaan departemen kreatif dan menjadi supervisi setiap proyek. Serta mewawancarai Creative Intern, termasuk pemegang sebagai *intern copywriting* dalam proses kerja magang.

B. Creative Director

Melakukan supervisi kepada proyek sesuai dengan *stream* yang ditangani dan melakukan perencanaan serta gambaran besar strategi dalam proses kreatif serta menjadi referensi dalam diskusi. Dalam proses kerja magang, pemegang jarang berinteraksi langsung dengan Creative Director kecuali pada saat melakukan *brainstorming* dengan tim untuk menghasilkan ide yang akan dilakukan.

C. Associate Creative Director

Melakukan supervisi kepada proyek sesuai dengan *stream* yang ditangani dan melakukan perencanaan serta gambaran besar strategi dalam proses kreatif, serta menjadi referensi dalam setiap diskusi. Dalam proses kerja magang, Associate Creative Director tidak berinteraksi dengan pemegang.

D. Creative Group Head

Menjadi supervisor dari *intern* dan menjadi *leader* dari *stream* selama proses kerja magang. Berdiskusi secara langsung dengan anggota tim untuk melakukan *brainstorming* untuk setiap rencana kreatif yang akan dieksekusi dan memberikan referensi dalam setiap diskusi yang ada agar pekerjaan yang dilakukan dapat disempurnakan. Selain itu, Creative Group Head juga memberikan pekerjaan secara langsung kepada pemegang pada *brand* yang memerlukan bantuan pemegang dan bertujuan untuk menambahkan ilmu pada

brand yang berbeda dengan perbedaan dalam segi *tonality* maupun konten yang ada dalam sebuah *brand*.

E. Art Director

Menjaga kualitas dari dari KV (*key visual*), COV (*copy on visual*), dan lainnya dari konten-konten yang telah direncanakan oleh copywriter. Bekerja sama dengan copywriter dalam mengeksekusi konten yang ada di EP (*Editorial Plan*) bersama dengan graphic designer. Sebagai *intern copywriter*, dalam pekerjaannya melalui *senior copywriter* pemegang menyiapkan tentang konten yang telah disiapkan yang nantinya akan dieksekusi secara visual oleh Art Director.

F. Graphic Designer

Berada di bawah art director, graphic designer turut membantu dalam menjaga kualitas dari dari KV (*key visual*), COV (*copy on visual*), dan lainnya dari konten-konten yang telah direncanakan oleh copywriter. Bekerja sama dengan copywriter dalam mengeksekusi konten yang ada di EP (*Editorial Plan*) bersama dengan graphic designer. Dalam masa magang sebagai *intern copywriter*, pemegang memberikan konten yang telah disiapkan kepada Art Director dan Graphic Designer untuk dieksekusi secara visual.

G. Copywriter (Senior dan Junior)

Membuat *copy* untuk konten-konten yang ada dengan menyesuaikan *tonality* yang diminta oleh klien. Menjadi supervisor dari konten yang akan dieksekusi dalam produksi dengan terjun memperhatikan secara langsung di lapangan terkadang bersama CGH dan Art Director. Serta, membuat naskah dari rencana iklan yang akan dilaksanakan. Senior Copywriter bertugas sebagai mentor dari Copywriter Intern dan juga membimbing Junior Copywriter. Sehingga, sebagai *intern copywriter*, divisi ini merupakan divisi yang paling banyak berinteraksi dengan pemegang dan mempelajari serta melakukan pekerjaan yang bersangkutan dengan *copywriting* pada divisi ini.

H. Head of Video Director

Mengeksekusi serta melakukan rekaman dan pengeditan dari konten yang telah dibuat atau direncanakan oleh *copywriter* termasuk *intern*. Serta mengirimkan video tersebut untuk *screening* melalui Project Manager yang lalu dikirimkan kepada Copywriter, Art Director, dan CGH. Dalam masa pemagangan, karena divisi ini tidak bersinggungan langsung dengan pemegang.

I. Head of Social

Membawahi Divisi Sosial Media dan memegang media sosial yang akan digunakan untuk melangsungkan promosi ataupun kampanye dari *brand*. Selain itu, memposting konten yang telah dibuat ke sosial media. Dalam masa magang divisi ini tidak bersinggungan langsung dengan pemegang.

J. Head of Project Manager

Membawahi Project Manager dan melakukan supervisi terhadap proyek yang sedang dilaksanakan. Menjadi penghubung antara pihak eksternal seperti *freelancer* ataupun *vendor* yang berkaitan dengan project. Head of Project Manager menugaskan setiap Project manager di setiap *stream*. Selain itu, dalam masa pemagangan, Project Manager berinteraksi langsung dengan pemegang untuk memberikan to-do atau *laundry list* yang harus dikerjakan menyesuaikan dengan *deadline*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA