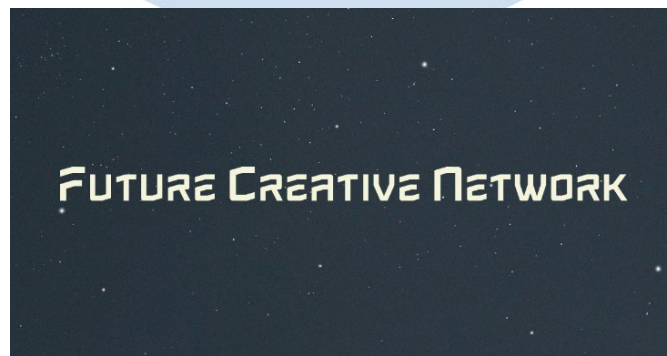


BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Future Creative Network & OLRANGE

Future Creative Network (FCN), atau yang sebelumnya dikenal sebagai Flock Creative Network merupakan sebuah jaringan kreatif yang sudah berdiri sejak tahun 2016. Jaringan ini berfokus pada sinergi antara teknologi dan kreativitas dalam operasionalnya. Fokus utama FCN adalah pada transformasi bisnis, brand, serta peningkatan pengalaman konsumen. Adapun jajaran C-Level dari FCN yang sering disebut sebagai *The Masterminds* meliputi Ivan Hadywibowo sebagai CEO, Anne Ridwan sebagai Chief Operating Officer, Leonard Wiguna & Erwin Santoso sebagai Group Chief Creative Officer, Reza Fitriano sebagai Chief Business Officer, Jeffrey Nijstad sebagai Chief Strategy Officer, Melan Rena sebagai Chief Investment & Corporate Secretary, dan Benz Budiman sebagai Venture Partner & Corporate.



Gambar 2.1 Logo Future Creative Network

Sumber: *Website FCN* (2025)

Hingga sekarang, Future Creative Network telah membentuk enam pilar sebagai pilar utama ekosistem bisnis mereka yaitu FCN Creative, FCN Digital, FCN Community, FCN Experience, FCN Venture, dan FCN Innovation yang kemudian meliputi 43 agensi sebagai unit bisnisnya, dengan lebih dari 1.110 karyawan, dan melayani lebih dari 250 klien. Akan tetapi, dengan adanya berbagai unit bisnis yang tergabung dalam jaringan kreatif FCN membuat mereka semakin kompetitif, karena terkadang unit-unit bisnis ini justru akan bersaing satu sama lain

FUTURE CREATIVE NETWORK

THE ECOSYSTEM

FCN CREATIVE

Upheld and set example of industry's creative excellence by being a thoughtleader in the creative advertising industry.

- PR
- Brand Advertising
- Communication
- Strategy
- Activation
- Branding

FCN DIGITAL

Serve forward thinking brands with cutting-edge digital marketing focused on efficiency and conversion

- Digital Marketing
- Performance Marketing
- Influencer Marketing
- E-commerce
- Data

FCN COMMUNITY

Creating high lifestyle communities

- High Interest Lifestyle Community
- Community Events
- Community Management

FCN EXPERIENCE

Digital transformation through customer experience design.

- Customer Experience Strategy (CX)
- User Experience Design (UX)
- User Interface Design (UI)
- Development (app, front-end and back-end)

FCN VENTURE

Build local brand & ventures through early-stage consumer investment and scale them to serve the next millions customers.

- Empower with Early Stage Capital
- Strengthen business & brand
- Enable through Technology
- Scale marketing & distribution

FCN INNOVATION

Use the power of web3 for empowerment of the creator economy & financial inclusion to serve the next billion customers in the metaverse.

- B2B Metahuman Development
- P2P Metahuman Development
- 3D Character Development
- Studio Services (Animation, CGI)

#1 EMPOWER LOCAL CREATIVE TALENTS

#2 EMPOWER LOCAL BRANDS

#3 EMPOWER THE CREATIVE ECONOMY OF THE FUTURE

Sumber: Dokumen perusahaan (2025)

Hal ini mengantarkan FCN Creative meraih gelar Creative Agency of the Year 2022. Sementara FCN Media juga berhasil dinobatkan sebagai Media Agency of the Year. Namun, di kategori Digital Agency of the Year dimenangkan oleh PT. Digital dan FCN Digital hanya mampu menyusul di peringkat kelima.



Gambar 2.3 Pencapaian FCN di Citra Pariwara 2024

Sumber: Instagram FCN (2024)

Sebagai sebuah Digital Agency yang bergerak dibawah naungan FCN, OLRANGE merupakan sebuah OpCo bersama beberapa agensi lainnya seperti Froyo Story, Maleo, OLROUND, ORCA, ORBEAT, ORBEAM, dan ANTIKODE yang merupakan bagian dari FCN Digital dibawah naungan ALVA Digital Network sebagai *holding company*.



Gambar 2.4 Logo ALVA Digital Network

Sumber: Website ALVA (2025)

ALVA Digital Network pada mulanya dibentuk di tahun 2021 oleh FCN yang menggandeng OLRANGE, OLROUND, Froyo Story, dan juga Maleo untuk menaungi pillar FCN Digital dengan fokus membangun sebuah jaringan dengan kumpulan entitas yang berbeda dengan spesifikasi dan spesialisasi digital yang beragam. Kolaborasi ini memungkinkan FCN untuk mengoptimalkan peluang dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Saat ini ALVA dipimpin oleh Reza Andika sebagai Chief Executive Officer, Jeffrey Nijstad sebagai Chief Strategy Officer, dan Nick Yudha sebagai Chief Technology Officer. Hingga saat ini, ALVA sudah menaungi delapan agensi dengan lebih dari 520 karyawan, telah bekerja sama dengan lebih dari 500 *brand* dan mengerjakan lebih 350 proyek per tahunnya. Hal

ini yang menjadikan ALVA Digital Network sebagai sebuah *Digital Powerhouse* terbesar di asia tenggara.



Gambar 2.5 Struktur Perusahaan ALVA Digital Network

Sumber: Dokumen perusahaan (2025)

Namun, jauh sebelum ALVA terbentuk, OLRANGE atau PT Jingga Kreasi Multiguna sudah berdiri sebagai sebuah Digital Advertising Agency pada tahun 2013 oleh Victor Hartanto dan Iron Hartanto, dengan menyediakan jasa pemasaran digital seperti, *social media marketing*, *digital communication*, *digital content proudction and development*, dan berbagai jasa pemasaran digital lainnya.



Gambar 2.6 Logo OLRANGE

Sumber: *Website* OLRANGE (2025)

Saat ini OLRANGE dikelola oleh Reza Akbar selaku Chief Executive Officer, Erick Sebastian sebagai Co-Founder sekaligus Chief Creative Director, Rangga Akbar Pradipta sebagai Strategy Director dan Stephanie Putri Fajar sebagai Managing Director. OLRANGE selama 12 tahun terakhir telah berhasil menjadi salah satu agensi pemasaran digital berbasis lokal ternama di Indonesia dengan berbagai klien dan pencapaian yang luar biasa. Salah satunya, OLRANGE berhasil mendapatkan penghargaan Gold Winner sekaligus Local Hero untuk kategori Independent Agency of The Year oleh Marketing Interactives pada tahun 2019.

Selain itu, OLRANGE juga sempat menempati posisi kelima dalam kategori Digital Agency of The Year pada Citra Pariwisata 2021. Hingga pada tahun 2024, OLRANGE berhasil meraih Silver Award dalam kategori AI-Powered Audience Engagement pada ajang MMA Smarties 2024 dan Bronze Award pada kategori Excellence in B2B Marketing dalam ajang Marketing Excellence Awards 2024.



Gambar 2.7 Pencapaian OLRANGE di MMA Smarties 2024

Sumber: Instagram OLRANGE (2022)

Hingga saat ini, OLRANGE telah bekerja sama dan menangani kebutuhan digital dari *brand-brand* ternama baik itu dalam negeri ataupun luar negeri seperti Hyundai Motors Indonesia, BYD, UOB TMRW, Disney+ Hotstar, Wings Group, BLU BCA Digital, Garnier, dan masih banyak lagi mulai dari industri otomotif, telekomunikasi, perbankan, hingga *fast moving consumer goods*.

2.2 Visi Misi OLRANGE

OLRANGE sebagai OpCo dari ALVA Digital Network memiliki visi misi yang selaras dengan pilar FCN Digital. Berikut visi dan misi dari OLRANGE.

VISI

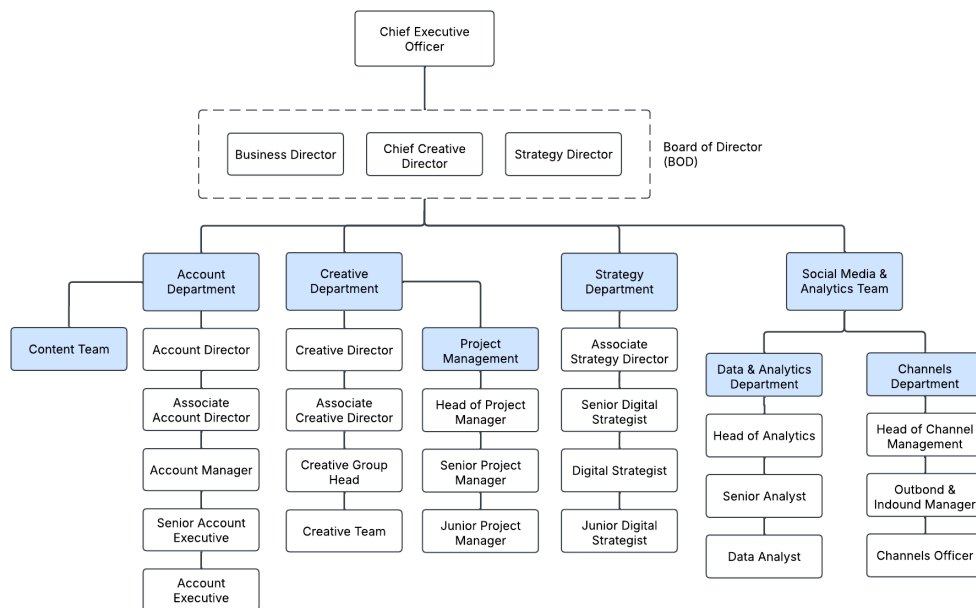
"To create a network where we incubate future minded talents, companies, and talent. Creating synergy between talent, creativity and innovation" (ALVA Digital Network, 2025).

MISI

"Serve forward thinking brands with cutting-edge digital marketing focused on efficiency and conversion" (ALVA Digital Network, 2025).

2.3 Struktur Organisasi OLRANGE

Dalam upaya memaksimalkan performa dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada klien, OLRANGE memiliki struktur organisasi yang tersusun sebagai berikut.



Gambar 2.8 Struktur Perusahaan OLRANGE

Sumber: Dokumen perusahaan (2025)

Secara keseluruhan, seluruh departemen OLRANGE berada di bawah kepemimpinan Reza Akbar sebagai Chief Executive Officer. Dalam menjalankan operasional agensi, CEO didampingi oleh Directors dari 3 departemen utama yang tergabung dalam Board of Directors dari OLRANGE. Jajaran BOD tersebut meliputi: Stephanie Putri Fajar selaku Business Director yang memimpin Account Department, Erick Sebastian selaku Chief Creative Director yang memimpin Creative Department, dan Rangga Akbar Pradipta bersama Budi Adityo selaku Strategy Director yang memimpin Strategy Department. Berikut adalah uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing departemen.

Account Department atau Departemen Account memiliki peran utama sebagai penghubung langsung antara agensi dan klien. Departemen Account bertanggung jawab untuk menyampaikan serta menginterpretasikan *brief* dari klien kepada tim internal, memimpin proses diskusi terkait pelaksanaan proyek, serta

menjadi jembatan komunikasi antara Departemen Kreatif dan Departemen Strategi. Selain itu, mereka juga memastikan *timeline* proyek dan pencapaian *Key Performance Indicator* yang telah ditetapkan tetap berjalan sesuai dengan rencana. Selain membantu koordinasi antar departemen internal, Departemen Account juga memfasilitasi diskusi maupun negosiasi antara departemen internal dan klien.

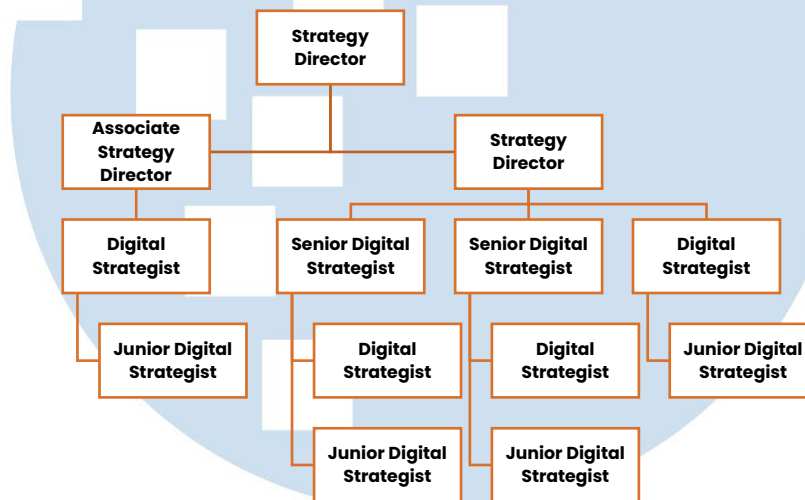
Creative Department atau Departemen Kreatif bertugas untuk memahami *brief* atau permintaan dari klien yang disampaikan oleh Departemen Account, serta menganalisis *data & insights* yang diberikan oleh Departemen Strategi. *Insights* tersebut kemudian diolah menjadi ide-ide kreatif yang dapat menarik bagi target audiens dan tetap sesuai dengan keinginan klien. Ide tersebut akan dikembangkan lebih lanjut oleh Departemen Kreatif dalam bentuk *copywriting*, *key visual*, maupun konten. Oleh karena itu, dalam departemen ini terbagi lagi menjadi berbagai peran, antara lain Content Manager, Copywriter, Art Director, Graphic Designer, Content Creator, dan Editor. Selain itu, dalam Departemen Kreatif terdapat posisi Project Management yang bertugas untuk membagi porsi kerja dan menjaga performa kerja Departemen Kreatif. Hal ini bertujuan untuk membantu Departemen Account dalam mengawasi dan memastikan progress kerja sesuai dengan *timeline* dan *Key Performance Indicator* dari klien.

Strategy Department atau Departemen Strategi bertanggung jawab untuk menggali *insight* dan melakukan riset mendalam untuk merumuskan strategi yang paling tepat sesuai *brief* atau permintaan klien yang telah diteruskan oleh Departemen Account. Peran Departemen Strategi ini dapat diibaratkan seperti seorang nahkoda kapal, yang menentukan arah pelayaran dan memastikan jalur yang ditempuh adalah jalan yang paling optimal, sehingga dalam proses kreatif, Departemen Kreatif dapat menjalankan tugasnya tanpa kehilangan arah ataupun melewati batasan yang telah ditentukan oleh Departemen Strategi.

Social Media & Analytics Department adalah gabungan antara dua departemen yang saling terintegrasi. Data & Analytics Department atau Departemen Data & Analisis berfokus pada pengumpulan data pendukung untuk Departemen Strategi serta menganalisis efektivitas strategi yang telah dijalankan. Lalu, Channels Department atau Departemen Saluran Komunikasi yang

bertanggung jawab dalam mengelola berbagai saluran komunikasi milik klien sesuai dengan *Scope of Work* (SOW) yang tercantum dalam perjanjian kerja sama dengan klien.

Sebagai departemen pelaksanaan magang, Departemen Strategi yang berperan untuk menentukan arah dan merumuskan strategi komunikasi memiliki beberapa tingkatan posisi yang memengaruhi rincian tugas dan tanggung jawabnya. Gambar di bawah merupakan struktur Departemen Strategi dari OLRANGE.



Gambar 2.9 Struktur Departemen Strategi OLRANGE

Sumber: Dokumen perusahaan (2025)

Berikut adalah detail posisi dan *job description* serta hubungannya dalam proses kerja magang dari Departemen Strategi di OLRANGE.

A. Strategy Director

Menentukan *strategic direction*, mengawasi seluruh proyek di bawah Departemen Strategi, memimpin pengambilan keputusan strategis untuk klien besar, membina hubungan dengan klien dari sisi strategi, memberi arahan kepada Associate Strategy Director dan Senior Digital Strategist, serta menaungi dan memberikan penugasan langsung kepada Digital Strategist Intern.

B. Associate Strategy Director

Mengelola implementasi strategi harian, menjadi penghubung antara Strategy Director dengan pelaksanaan di lapangan, memimpin proyek-proyek besar seperti *pitching*, membimbing saluran atau *stream* strategist lainnya, menyusun

deck presentasi strategi, serta memberikan pengarahan kepada Digital Strategist, Junior Digital Strategist, dan Digital Strategist Intern.

C. Senior Digital Strategist

Menyusun strategi komunikasi berbasis data dan *insight*, mengembangkan *strategic communication direction* dan *framework* strategi untuk setiap kebutuhan klien, menyusun *deck* presentasi strategi, memberi arahan kepada Digital Strategist dan Junior Digital Strategist, serta memberikan penugasan dan membimbing Digital Strategist Intern untuk mendukung proses riset dan penyusunan strategi.

D. Digital Strategist

Menyusun strategi komunikasi berbasis data dan *insight*, mengembangkan *strategic communication direction* dan *framework* strategi untuk setiap kebutuhan klien,, menyusun *deck* presentasi strategi, berkolaborasi dengan Departemen Kreatif dan Account dalam proses pengerjaan proyek sehari-hari, serta memberi penugasan secara langsung kepada Digital Strategist Intern.

E. Junior Digital Strategist

Menyusun strategi komunikasi berbasis data dan *insight*, mengembangkan *strategic communication direction* dan *framework* strategi untuk setiap kebutuhan klien,, menyusun *deck* presentasi strategi, berkolaborasi dengan Departemen Kreatif dan Account dalam proses pengerjaan proyek sehari-hari, serta memberi penugasan secara langsung kepada Digital Strategist Intern.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A