

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Future Creative Network (FCN) dan Agensi Kreatif Orlange

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

Future Creative Network (FCN) dan Orlange Advertising Digital merupakan dua entitas yang bergerak di bidang periklanan digital, dengan fokus pada inovasi dan kreativitas. Dalam lanskap media digital yang terus berkembang, FCN dan Orlange Advertising Digital hadir sebagai solusi bagi perusahaan dan merek yang ingin memaksimalkan kehadiran mereka secara online.

Sinergi antara Future Creative Network dan Orlange Advertising Digital menciptakan kekuatan yang unik dalam industri periklanan digital. Future Creative Network membawa kreativitas dan inovasi dalam pengembangan konten, sementara Orlange Advertising Digital memastikan bahwa konten tersebut menjangkau target audiens yang tepat melalui strategi periklanan yang terukur.



Gambar 2.2 Logo Orlange

Orlange, sebuah agensi digital di bawah ALVA Digital Network yang berdiri sejak 2013, menyediakan layanan pemasaran digital yang lengkap, mulai dari kreasi konten hingga manajemen media sosial dan komunikasi digital. Lebih dari sekadar promosi, fokus utama mereka adalah menciptakan narasi dan pengalaman merek yang memikat konsumen untuk meningkatkan brand awareness.

2.2 Visi Misi Orlange Advertising

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

VISI

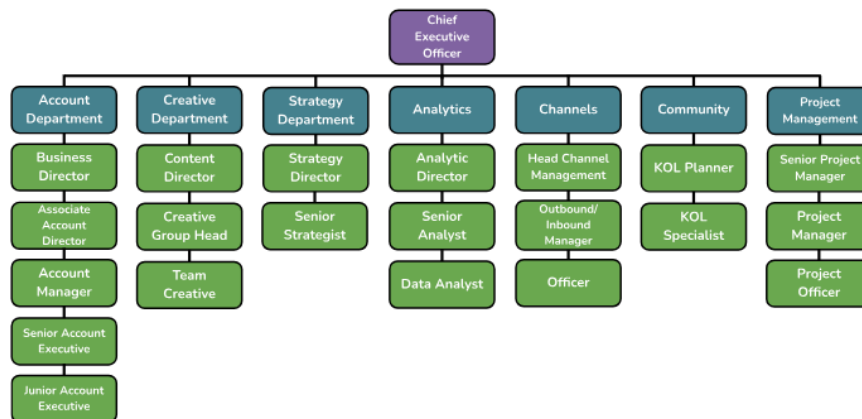
- 1. To expand source of streams*
- 2. To maximized margin & client's spending*
- 3. To open up new innovations*

MISI

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

2.3 Struktur Organisasi Orlange Advertising

Struktur organisasi Orlange Agency dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) dan terbagi menjadi tujuh departemen utama dengan peran spesifik, diantara lain:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Orlange

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

A. Creative Account Department

Bertindak sebagai penghubung utama antara klien dan tim internal, memastikan informasi tersampaikan dengan jelas dan mengawasi jalannya kampanye dari awal hingga akhir.

B. Creative Department

Bertugas menerjemahkan brief klien dan data strategi menjadi konsep kreatif yang menarik bagi target audiens.

C. Strategy Department

Bertanggung jawab mengumpulkan informasi merk dan riset pasar untuk mengembangkan konsep, kerangka komunikasi, dan taktik pemecahan masalah klien.

D. Analytics

Mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data kampanye digital untuk meningkatkan strategi pemasaran dan memahami perilaku konsumen, memfasilitasi pengambilan keputusan berbasis data.

E. Channels

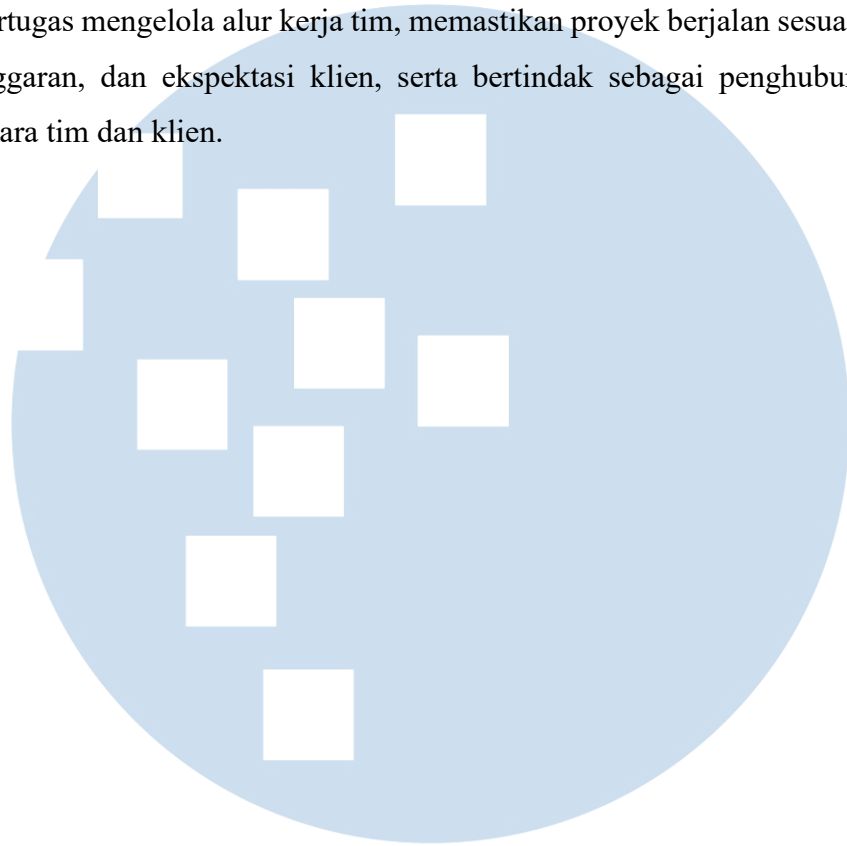
Mengelola dan mengoptimalkan penempatan iklan di berbagai platform seperti Google, Facebook, dan TikTok, memastikan jangkauan target yang sesuai.

F. Community

Secara garis besar mengelola hubungan dengan Key Opinion Leaders (KOL) untuk proyek. Terakhir,

G. Project Management

Bertugas mengelola alur kerja tim, memastikan proyek berjalan sesuai rencana, anggaran, dan ekspektasi klien, serta bertindak sebagai penghubung utama antara tim dan klien.



UMN

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