

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Orlange dan Future Creative Network

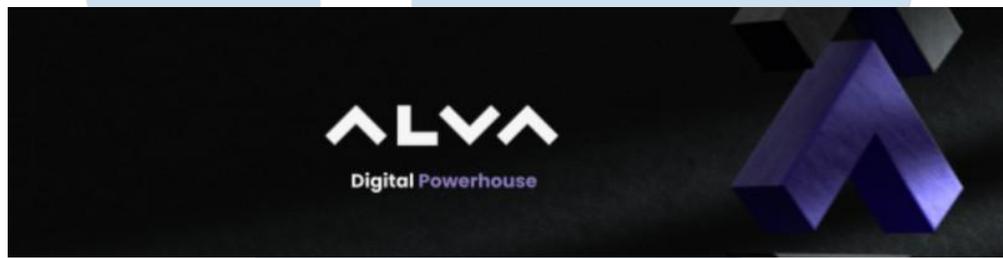
Orlange secara resmi berada dalam naungan PT Kharisma Jingga Kreasi, merupakan sebuah agensi periklanan digital yang didirikan oleh Victor Hartanto pada tahun 2013. Berawal dari sebuah tim kecil yang memiliki mimpi besar untuk membawa semangat baru dalam dunia pemasaran digital, Orlange kini telah menjelma menjadi salah satu digital advertising agensi terkemuka di Indonesia. Orlange memberikan beragam layanan di bidang digital marketing, mulai dari *social media marketing*, *digital production and development* hingga *digital content management*. Selain itu, Orlange juga menangani *community management*, *creative design*, dan *digital strategic communication* untuk mendukung kebutuhan promosi serta mereking klien secara menyeluruh di ranah online. Dengan semua pelayanan yang Orlange berikan, Orlange menjadi mitra yang terpercaya bagi banyak merek, baik lokal maupun internasional.



Gambar 2.1 Logo Orlange

Sumber: Dokumen internal perusahaan (2025)

Dalam perkembangannya, seiring dengan visi untuk membangun ekosistem kreatif yang lebih terstruktur, Orlange bersama dengan Flock Creative Network atau sekarang yang lebih dikenal sebagai Future Creative Network (FCN) membentuk sebuah holding group bernama ALVA Digital Network. Langkah ini diambil untuk menggabungkan kekuatan dari berbagai agensi kreatif lokal yang memiliki spesialisasi berbeda, namun memiliki semangat kolaborasi dan inovasi yang sejalan. ALVA Digital Network menaungi sejumlah agensi lokal dengan spesialisasi masing-masing seperti Antikode, Maleo, Froyo Story, Orca, Orbeat, Olround, dan Orbeam, yang fokus dalam berbagai lini digital marketing dan *creative development*.



Gambar 2.2 Logo Alva Digital

Sumber: Dokumen internal perusahaan (2025)

Orlange membuktikan bahwa agensi lokal pun mampu untuk bersaing dengan agensi internasional. Hal ini dibuktikan pada tahun 2019, Orlange mulai dikenal luas di kalangan pelaku industri setelah memenangkan dua penghargaan bergengsi dari ajang Marketing Interactive, yaitu sebagai "*Gold Winner*" dan "*Local Hero*" dalam kategori *Independent Agency of The Year*. Tidak berhenti sampai situ, pada tahun 2021 Orlange kembali menyabet piala "*Digital Agency of The Year*" dalam ajang Citra Pariwisata Awards. Sebuah ajang penghargaan kreatif tertinggi di Indonesia yang diselenggarakan oleh Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I). Kemenangan ini menjadi titik balik bagi Orlange untuk naik kelas dan dipercaya oleh lebih banyak klien berskala nasional dan global. dari banyaknya penghargaan bergengsi yang berhasil diraih, serta portofolio klien yang terus berkembang.

Independent Agency of the Year

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

Gambar 2.3 Pemenang Independent Agensi of The Year 2019

Sumber: Marketing Interactive Awards

Sampai tahun 2025 ini, Orlange telah berhasil membangun kepercayaan yang kuat di industri periklanan, dibuktikan melalui kolaborasi jangka panjang dengan berbagai merek ternama. Sejumlah klien besar yang saat ini masih aktif bekerja sama dengan Orlange antara lain adalah blu by BCA, Hyundai Indonesia, BYD, Disney, Digibank, UOB, Pertamina, Filma, Garnier, Denza, hingga Hyundai Asia Pacific.

2.2 Visi Misi Orlange Digital Advertising Jakarta

Visi dan Misi dari Orlange Digital Advertising adalah

VISI

To create a network where we incubate future minded talents, companies and talents. Creating synergy between talent, creativity, and innovation.

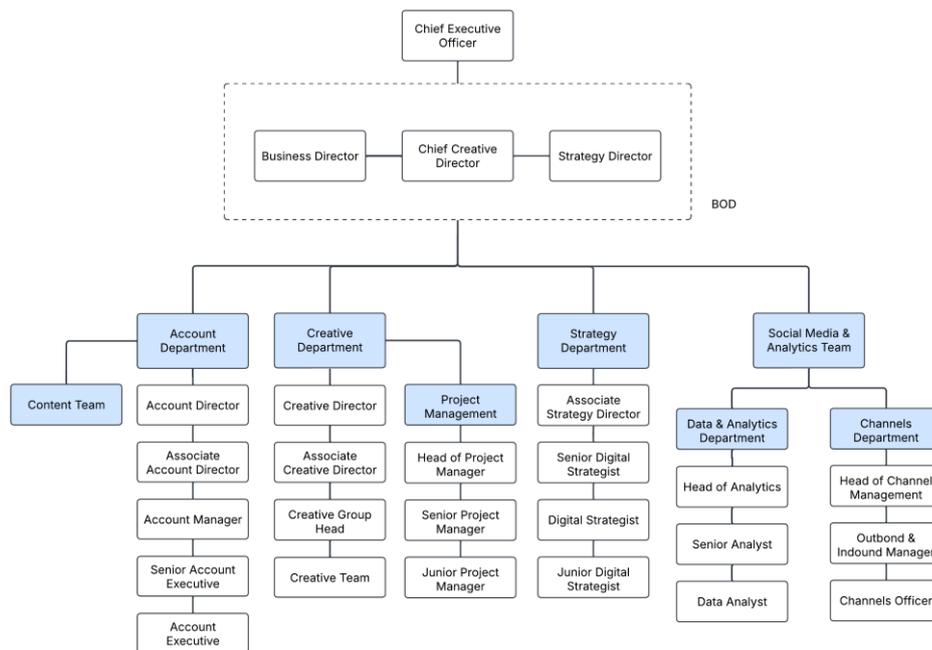
MISI

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

2.3 Struktur Organisasi Orlange Digital Advertising Jakarta

Sebagai perusahaan *digital advertising* yang terus berkembang dan menangani berbagai proyek berskala nasional hingga internasional, Orlange Digital Advertising Agency membutuhkan struktur organisasi yang solid dan terorganisasi

dengan baik. Setiap elemen dalam struktur tersebut memiliki peran yang saling melengkapi dan bertujuan untuk mendukung efektivitas kerja tim dalam menjawab kebutuhan klien. Oleh karena itu, Orlange menerapkan sistem organisasi yang terbagi ke dalam beberapa departemen utama dengan fungsi dan tanggung jawab yang spesifik



Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi Orlange

Sumber: Dokumen internal perusahaan (2025)

Di bawah kepemimpinan Reza Akbar selaku *Chief Executive Officer* (CEO), setiap departemen dikoordinasikan oleh jajaran *Board of Directors* (BOD) yang dibagi menjadi 3 yaitu Stephannie Putri Fajar sebagai *Business Director*, Erick Sebastian sebagai *Creative Director*, Rangga Akbar selaku *Strategy Director*. Struktur ini memungkinkan terciptanya sistem kerja yang efisien, terukur, dan responsif terhadap perubahan dinamika industri periklanan digital. Berikut detail dari lingkup kerja setiap departemen

1) Account Department

Divisi Account memiliki peran utama sebagai penghubung langsung antara agensi dengan klien. Tim ini bertugas menerjemahkan kebutuhan atau

arahan dari klien menjadi panduan kerja yang dapat dipahami oleh tim internal, memimpin perencanaan eksekusi, serta menjaga arus komunikasi yang efektif antara tim kreatif dan strategis. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab memastikan seluruh proyek berjalan sesuai jadwal dan target yang telah ditentukan, termasuk mendampingi proses diskusi hingga tahap negosiasi. Di sisi lain, tim account juga mendukung bagian keuangan dalam mengurus proses pembayaran berdasarkan kontrak kerja sama (*retainer*) dengan klien.

2) Creative Department

Tim kreatif memiliki tanggung jawab utama dalam mengolah arahan klien dan hasil analisis strategi menjadi ide yang menarik dan sesuai dengan target audiens. Gagasan yang dihasilkan dapat berupa copywriting, key visual, maupun konten kreatif lainnya. Tim ini terdiri dari berbagai peran, seperti *content manager*, *copywriter*, *art director*, *graphic designer*, *content creator*, hingga *editor*. Selain itu, terdapat pula tim project management dalam divisi ini yang memastikan beban kerja terbagi dengan baik, sekaligus membantu divisi account dalam memantau jalannya proyek agar tetap *on track* sesuai target dan waktu.

3) Strategy Department

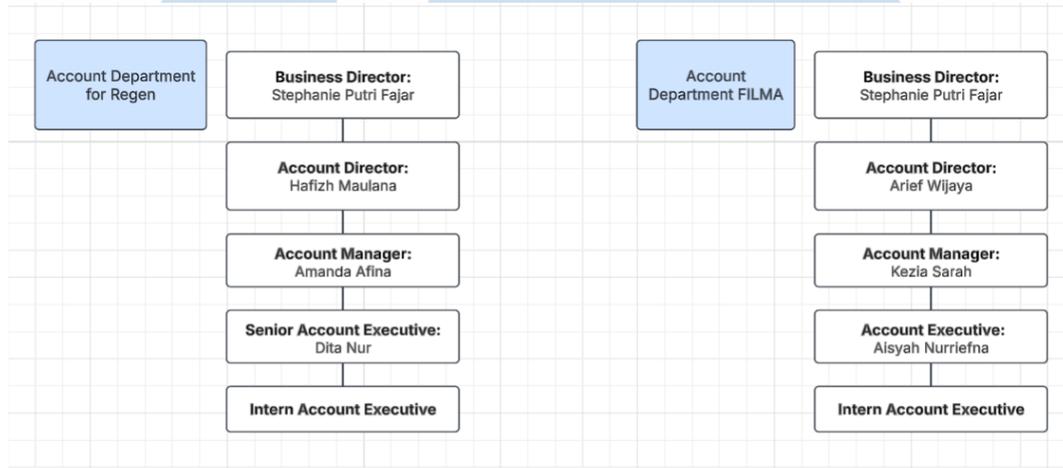
Divisi strategi bertugas menggali data dan merumuskan pendekatan strategis berdasarkan kebutuhan klien. Mereka berperan sebagai navigator yang menentukan arah gerak tim kreatif dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye. Dengan bekal riset dan analisis mendalam, divisi ini memastikan ide-ide yang dieksekusi selaras dengan tujuan klien dan kebutuhan pasar.

4) Social Media, Ads & Analytics

Tim ini terdiri dari dua bagian utama yang saling mendukung. Pertama, tim Data & Analytics bertanggung jawab dalam mengumpulkan data pendukung untuk membantu proses strategis, serta mengevaluasi efektivitas kampanye yang berjalan. Kedua, tim *Channel/Sosial Media* yang mengelola kanal komunikasi klien sesuai dengan cakupan kerja (*Scope of Work*) yang

telah disepakati dalam kontrak kerja sama seperti *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* dan *Website*.

Departemen Account memiliki struktur *hierarki* yang memengaruhi pembagian tugas di dalamnya. Berikut adalah posisi dan deskripsi tugas yang ada di dalam tim account, khususnya dalam proyek FILMA dan Regen.



Gambar 2.3.2 Struktur Organisasi Account Executive Orlange

Sumber: Dokumen internal perusahaan (2025)

A. Business Director

Stephanie Putri Fajar menjabat sebagai Business Director dalam tim FILMA dan Regen dan merek merek lainnya. Perannya mencakup mengidentifikasi peluang bisnis baru dengan merek terkait, menjaga relasi dengan klien-klien, serta mengawasi kinerja tim account secara menyeluruh.

B. Account Director

Tim FILMA dan Regen memiliki Account Director yang berbeda. Untuk di tim FILMA, posisi Account Director dipegang oleh Arief Wijaya. Dan untuk di tim Regen, posisi Account Director dipegang oleh Hafizh Maulana. Tanggung jawab dari Account Director termasuk membimbing satu atau lebih tim account merek tersebut, menjalin komunikasi langsung dengan klien, ikut dalam proses pengembangan ide kampanye, serta membawahi tim di bawahnya. Account Director biasanya lebih banyak ambil bagian didalam sebuah campaign, karena campaign membutuhkan pengawasan lebih daripada sekedar konten Always On

(AON). Account Director biasanya juga memegang lebih dari satu merek, bisa hingga 3-5 merek sekaligus yang membuat tanggung jawab mereka menjadi lebih besar.

C. Account Manager

Setelah Business Director dan Account Director, terdapat posisi Associate Account Director. Namun dalam tim FILMA dan Regen tidak ada posisi Associate Account Director dan langsung ke posisi Account Manager. Tim FILMA dan Regen juga memiliki Account Manager yang berbeda, Kezia Sarah sebagai Account Manager FILMA dan Amanda Afina sebagai Account Manager Regen. Seorang Account Manager bertanggung jawab untuk membina komunikasi secara langsung dengan 1-3 merek, berperan sebagai partner dalam diskusi strategis, mengawasi pelaksanaan kampanye serta produksi konten Always-On (AON), menjadi penghubung utama antara klien dan tim internal, memantau kinerja tim internal seperti tim kreatif, strategi, dan channel, serta membimbing anggota tim di level yang lebih rendah.

D. Senior Account Executive

Setelah posisi Account Manager, terdapat jenjang selanjutnya yaitu Senior Account Executive. Perlu dicatat bahwa tidak semua tim account memiliki posisi ini karena keberadaannya sangat bergantung pada intensitas komunikasi serta kompleksitas hubungan dengan klien dalam tim tersebut. Dalam konteks tim account FILMA tidak ada Senior Account karena load dan kompleksitas tidak sebanyak Regen. Dalam tim Regen terdapat Senior Account Executive karena Regen lebih sering mengadakan campaign dan konten konten per bulannya lebih banyak dibanding FILMA. Dalam posisi ini, Senior Account Executive diisi oleh Dita Nur. Biasanya Senior Account tidak terlalu banyak memegang campaign, dan lebih berat ke dalam konten Always-On atau Editorial Plan. Senior Account Executive juga menjadi penghubung utama antara klien dan berbagai tim internal, serta berperan aktif dalam mengawasi kinerja tim internal—terutama tim kreatif, strategi, dan channel. Di luar aspek komunikasi dan koordinasi, posisi ini juga bertanggung jawab dalam

penyusunan invoice serta menjalin koordinasi langsung dengan tim keuangan untuk memastikan kelancaran proses administratif yang berkaitan dengan proyek klien.

E. Account Executive

Di bawah posisi Senior Account Executive, terdapat Account Executive sebagai jenjang awal dalam struktur tim account. Dalam tim FILMA, peran ini dipegang oleh Aisyah Nurriefna, sementara pada tim Regen tidak ada Account Executive. Meskipun berada di posisi yang lebih junior, peran ini tetap memiliki tanggung jawab penting dalam menunjang kelancaran komunikasi dan pengelolaan proyek. Jika dibandingkan dengan Senior Account Executive, perbedaan utama terletak pada cakupan hubungan klien yang lebih terbatas serta fokus tugas yang lebih spesifik. Seorang Account Executive memiliki porsi tanggung jawab yang serupa dalam menjadi partner diskusi bagi klien, namun lebih banyak terlibat dalam pengelolaan konten Always-On (AON). Selain itu, mereka juga memiliki peran besar dalam menjembatani komunikasi antara klien dan tim internal, serta ikut memantau performa kerja tim kreatif dan tim channel agar tetap selaras dengan ekspektasi klien. Meskipun tanggung jawab administratif belum sebesar senior account executive, posisi ini menjadi fondasi penting dalam pengembangan keterampilan koordinasi dan komunikasi dalam lingkungan agensi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA