

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Orlange Digital Advertising Agency

Orlange *Digital Advertising Agency* merupakan sebuah agensi periklanan lokal yang berbasis di Jakarta. Dikenal sebagai salah satu agensi periklanan terkemuka di Indonesia, Orlange menyediakan jasa untuk para klien dalam melakukan perencanaan kampanye dan periklanan yang kreatif dan inovatif secara digital. Didirikan oleh Victor Hartanto pada tahun 2013 di bawah naungan PT Jingga Kreasi Multiguna, Orlange bertumbuh menjadi agensi yang fokus dalam mengintegrasikan layanan berupa *social media marketing, digital production & development, digital content production & development, community management, creative design, dan digital communication.*



Gambar 2.1 Logo Orlange *Digital Advertising Agency* (2025)
Sumber: Orlange.com (2025)

Dalam proses kerjanya, Orlange merupakan agensi kreatif yang fokus pada pemasaran digital. Mereka menyediakan jasa untuk membantu klien melakukan pemasaran secara digital melalui media sosial dengan memproduksi konten digital yang kreatif. Meski begitu, Orlange tidak menjanjikan viralitas ataupun memenangkan penghargaan kampanye kepada klien mereka, namun dengan semangat kolaboratifnya siap mendampingi klien menaklukkan dunia digital bersama (Orlange, Home, 2025). Orlange sudah bekerja sama dengan banyak merek, baik itu merek dalam negeri ataupun luar negeri, serta meraih penghargaan “*Gold Winner*” dan “*Local Hero*” untuk kategori *Independent agency of the year 2019* (Orlange, Home, 2025). Pencapaian yang didapat oleh Orlange membuktikan bahwa Orlange menjadi salah satu perusahaan kreatif yang berkualitas dan bisa menjadi kepercayaan orang-orang.

Olrange memiliki empat departemen utama yang berperan penting dalam perencanaan iklan kampanye digital. Masing-masing departemen tersebut adalah Departemen Akun, Departemen Kreatif, Departemen Strategis, dan Departemen Sosial Media dan Analitik. Dalam pelayanannya, Olrange tidak pernah menjanjikan klien mereka bahwa kampanye yang dibuat akan memenangkan penghargaan, ataupun strategi iklan yang diterapkan akan membuat merek klien menjadi *viral*. Akan tetapi Olrange bisa meyakinkan klien bahwa mereka siap berjuang dalam dunia digital ini bersama dengan seluruh klien mereka (Olrange, 2025). Dalam *website* resmi Olrange (2025), salah satu pencapaian Olrange adalah memperoleh penghargaan “GOLD WINNER” dan “LOCAL HERO” dalam kategori *Independent Agency of the Year 2019* (Olrange, 2025), yang mana hal tersebut juga menunjukkan keunggulan kualitas dan inovasi yang sebenarnya dari Olrange. Selain itu, keberhasilan mereka juga terlihat dari banyaknya klien yang menaruh kepercayaan mereka kepada Olrange. Banyak merek besar seperti Garnier, Mazda, Disney, Pristine, UOB TMRW, dan Nuvo pernah menjalin kerja sama dengan Olrange. UOB TMRW merupakan salah satu klien yang merasa puas atas hasil kerja Olrange karena pada tahun 2025 ini menjadi tahun ke enam UOB TMRW memilih Olrange sebagai agensi yang dipercaya untuk merencanakan iklan kampanye digital mereka.

2.2 Visi Misi Olrange *Digital Advertising Agency*

Dalam keberhasilan Olrange menjadi salah satu agensi periklanan terkemuka di Indonesia, mereka memiliki visi dan misi yang dijadikan sebagai pedoman dalam proses kerjanya.

VISI:

“To create a network where we incubate future minded talents, companies and talents to creating synergy between talent, creativity and innovation”.

Dari visi tersebut, Olrange ingin menciptakan jaringan yang mendukung pertumbuhan talenta berbakat yang memiliki pandangan ke masa depan, sehingga bisa memberikan dampak yang positif bagi perkembangan industri, khususnya dengan komunitas yang terlibat oleh individu tersebut.

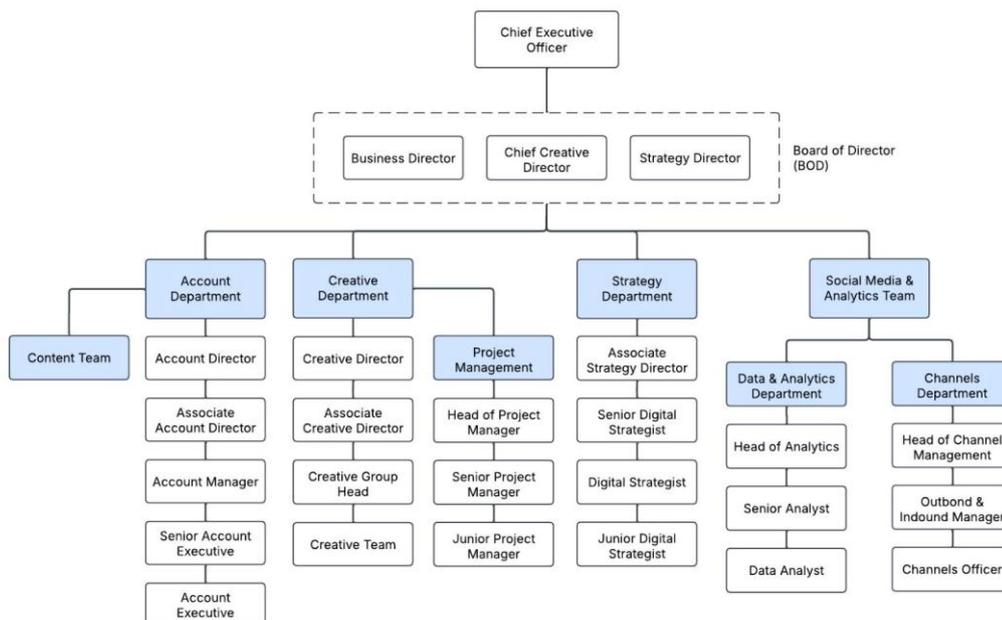
MISI:

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

Melalui misi tersebut, secara garis besar Orlange memberikan layanan pemasaran digital yang berkualitas kepada para klien dengan fokus utama efisiensi dan konversi untuk mendukung pertumbuhan bisnis (ALVA, 2025).

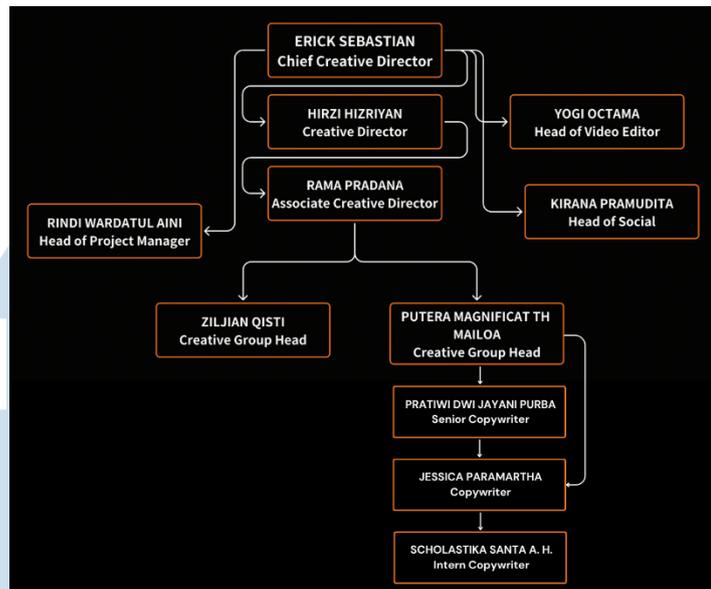
2.3 Struktur Perusahaan Orlange *Digital Advertising Agency*

Sebagai salah satu agensi periklanan terkemuka di Indonesia, Orlange memiliki struktur organisasi yang menjelaskan tentang struktur kepemimpinan dan divisi dari Orlange. Berikut merupakan struktur organisasi dari Orlange:



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan dari Orlange *Digital Advertising Agency* (2025)
Sumber: Orlange *Onboarding Playbook* (2025)

Dari gambar tersebut terlihat struktur perusahaan Orlange yang terdiri atas para pemimpin hingga masing-masing departemen dari Orlange (Orlange, 2025). Dalam posisi para pemimpin, terdapat Reza Akbar sebagai kepala eksekutif utama dari Orlange, kemudian ada Erick Sebastian sebagai Kepala Departemen Kreatif, Stephanie Putri Fajar sebagai Direktur Akun, dan Rangga Akbar sebagai Direktur Strategi.



Gambar 2.3 Struktur Departemen Kreatif Orlange *Digital Advertising Agency* (2025)
Sumber: Orlange *Onboarding Playbook* (2025)

Gambar di atas merupakan struktur Departemen Kreatif yang merupakan departemen dalam pelaksanaan kerja magang ini. Departemen Kreatif bertugas untuk mengembangkan dan merancang iklan secara efektif dan kreatif sesuai yang sudah diberikan oleh klien dan Departemen Akun. Dalam menjalankan tugasnya, Departemen Kreatif membutuhkan waktu yang lama dalam proses kerjanya untuk bisa menghasilkan iklan yang efektif dan memberikan dampak positif bagi klien dan audiens (Clow & Baack, 2021, p. 143). Posisi yang ada dalam Departemen Kreatif adalah sebagai berikut:

a) Chief Creative Director

Membimbing, mengarahkan, dan memberi saran kepada seluruh Tim Kreatif dalam perancangan konsep kreatif agar sesuai dengan standar perusahaan dan kebutuhan klien, serta menjadi pengambil keputusan utama sebelum konsep kreatif diserahkan kepada klien selama aktivitas kerja magang.

b) Creative Director

Mengarahkan perencanaan konten kreatif dengan menerjemahkan brief yang diberikan oleh klien kepada perusahaan, yang kemudian diberikan kepada suatu tim untuk dikerjakan selama aktivitas kerja magang.

c) *Head of Project Manager*

Mengatur prioritas dan mengingatkan Tim Kreatif untuk mengerjakan perencanaan konten sesuai dengan jadwal yang sudah diatur, dan membantu dalam mencari pihak yang dianggap bisa membantu tim apabila tim kekurangan orang selama aktivitas kerja magang.

d) *Head of Video Editor*

Memimpin proses produksi video dan menjadi referensi dalam pembuatan video kreatif agar sesuai dengan standar perusahaan dan ekspektasi klien selama aktivitas kerja magang.

e) *Head of Social*

Memimpin proses produksi ide konten kreatif sesuai yang sudah direncanakan oleh copywriter, memberi ide konten agar relevan dengan tren sekarang ini, dan menjaga *engagement* dari media sosial klien selama aktivitas kerja magang

f) *Associate Creative Director*

Berperan dalam merumuskan strategi kreatif secara menyeluruh yang menjadi acuan bagi seluruh departemen dan sebagai pendukung aktivitas kerja magang.

g) *Creative Groud Head*

Mempimpin dan menjadi sumber referensi dalam perencanaan konten kreatif dalam tim hingga eksekusi akhir sesuai kebutuhan klien, serta memberi penugasan, baik secara langsung ataupun melalui perantara *senior copywriter*, dalam aktivitas kerja magang.

h) *Senior Copywriter*

Berperan dalam menentukan konsep ide konten, ide kampanye, dan memenuhi kebutuhan tulisan kreatif untuk konten iklan, serta mendampingi secara langsung aktivitas kerja magang.

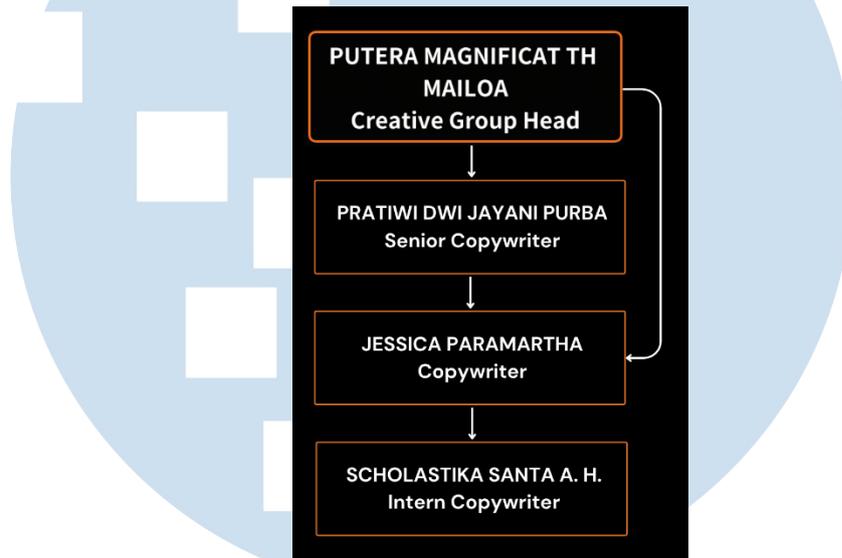
i) *Copywriter*

Berkewajiban menentukan ide konten dan ide kampanye kreatif untuk memenuhi kebutuhan klien, serta mendampingi aktivitas kerja magang secara langsung.

j) Intern Copywriter

Berperan dalam mengeksekusi penulisan yang kreatif dan persuasif berdasarkan konsep dan ide konten yang sudah ditentukan sebelumnya.

Untuk struktur bagian *copywriter* pada proses kerja magang adalah sebagai berikut:



Gambar 2.4 Struktur *Copywriter* Tim Putera di Orlange *Digital Advertising Agency* (2025)
Sumber: Orlange *Onboarding Playbook* (2025)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA