

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Future Creative Network ALVA & ORCA

Future Creative Network (FCN), yang pada awalnya bernama Flock Creative Network adalah sebuah jaringan kreatif yang telah beroperasi sejak 2016. Dalam menjalankan operasionalnya, jaringan ini mengutamakan sinergi antara teknologi dan kreativitas. Fokus utama FCN meliputi transformasi bisnis dan *brand*, serta optimalisasi pengalaman konsumen.

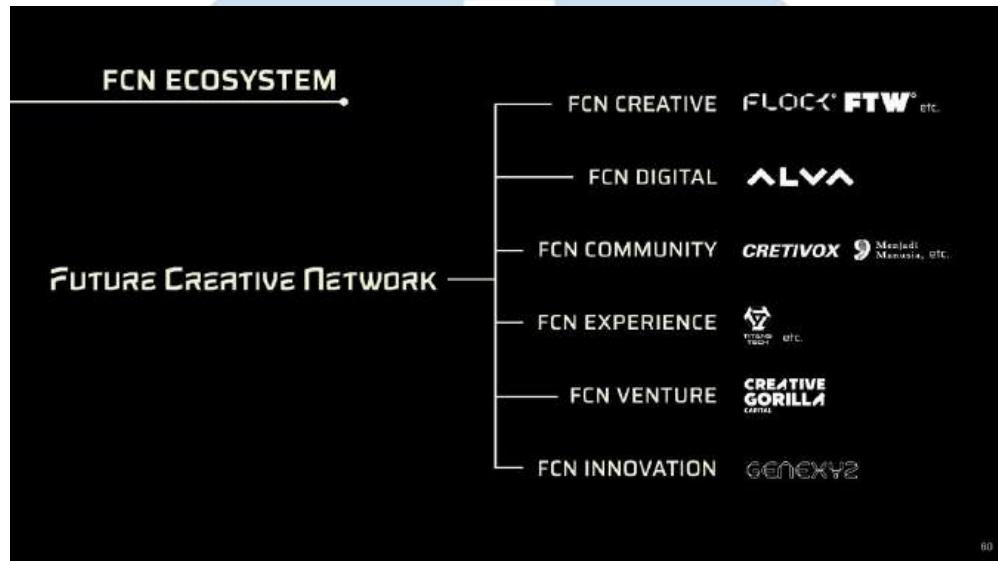


Gambar 2.1 Logo Future Creative Network

Sumber: *Website FCN (2025)*

Saat ini, ekosistem bisnis Future Creative Network ditopang oleh enam pilar utama yaitu FCN Creative, FCN Digital, FCN Community, FCN Experience, FCN Venture, dan FCN Innovation. Keenam pilar ini membawahi 43 agensi sebagai unit bisnisnya, dengan total lebih dari 1.110 karyawan yang melayani 250+ klien. Namun, keberagaman unit bisnis dalam jaringan FCN juga menciptakan dinamika internal antar anak perusahaan yang kompetitif, di mana terkadang beberapa unit saling bersaing untuk memenangkan proyek dari klien yang sama. Meskipun demikian, berada dalam satu jaringan besar juga menawarkan keunggulan unik, yakni adanya peluang kolaborasi antar unit sesuai keahlian masing-masing untuk melayani kebutuhan dari klien. Sinergi kolaboratif inilah yang menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan bisnis secara kolektif untuk setiap unit bisnisnya. Untuk memperluas jaringannya, FCN menerapkan strategi dengan mendirikan unit baru serta mengakuisisi perusahaan agensi kreatif lain yang potensial. Pertumbuhan eksponensial FCN ini pun mendapat pengakuan internasional saat dianugerahi

penghargaan oleh Adweek sebagai 'Fastest Growing Creative Network in the World pada 2019, berkat tingkat pertumbuhan 2.975% yang melampaui 100 agensi global lainnya (East Ventures, 2019).



Gambar 2.2 Ekosistem dan Pilar FCN

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Contohnya pada gambar 2.3, pada ajang Citra Pariwara 2024, FCN membawa pulang 18 piala secara kolektif dari anak perusahaan naungannya, yang meliputi 2 *Gold*, 7 *Silver*, dan 9 *Bronze*. Berkat pencapaian tersebut, FCN Creative dinobatkan sebagai Creative Agency of The Year, selain itu FCN Media pun turut memenangkan gelar Media Agency of The Year. Meskipun demikian, pada kategori Digital Agency of the Year, FCN Digital hanya mampu menempati urutan kelima, sementara posisi puncak berhasil dimenangkan oleh Dentsu Digit



Gambar 2.3 Pencapaian FCN di Citra Pariwara 2024

Sumber: Instagram FCN (2024)

Sebagai sebuah *Digital Agency* yang bergerak dibawah naungan FCN, ORCA merupakan sebuah OpCo bersama beberapa agensi lainnya seperti OLRANGE, OLROUND, Froyo Story, Maleo, 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 awalnya dibentuk pada tahun 2021 dengan menggandeng OLRANGE, OLROUND, Froyo Story, dan Maleo sebagai bagian *operating company* dari ALVA sebagai *holding company*. Kemudian pada tahun 2022, ALVA Digital Network bekerja sama dengan FCN dengan tujuan untuk menjadi bagian dan mengelola pilar FCN Digital, dengan fokus menciptakan jaringan entitas yang memiliki spesialisasi digital yang beragam. Kolaborasi ini memungkinkan FCN untuk memaksimalkan peluang di dalam ekosistem digital yang senantiasa bertumbuh. Hingga saat ini, ALVA telah berkembang hingga membawahi delapan agensi yang ada pada gambar 2.5, dengan lebih dari 520 karyawan, serta telah berkolaborasi dengan 500+ brand dalam menangani lebih dari 350 proyek tahunan. Pencapaian skala inilah yang menjadikan ALVA Digital Network sebagai *Digital Powerhouse* terbesar di Asia Tenggara.



Gambar 2.5 Struktur Perusahaan ALVA Digital Network

Sumber: Dokumen perusahaan (2025)

Setelah ALVA Digital Network didirikan pada tahun 2021, selama bekerja sama dengan berbagai industri, *brand*, dan klien, banyak sekali permintaan klien terkait dengan perencanaan dan pembelian media. Oleh karena itu, barulah ORCA atau PT ORCA Performa Multiguna didirikan pada tahun 2024 untuk memenuhi kebutuhan klien yang semakin beragam dengan menyediakan jasa jasa strategis media seperti, *media planning*, *media placement*, *media buying*, dan *performance and data analysis*, dan berbagai jasa strategi media lainnya khususnya di platform digital.



Gambar 2.6 Logo ORCA

Sumber: *Website ALVA* (2025)

Saat ini, ORCA dikelola oleh Faradi Bachri sebagai Chief Media Officer dan Gadis Ranti Septannia sebagai Managing Director. Sejak berdiri, ORCA sudah menunjukkan keahliannya dalam strategi media yang menjadikan mereka salah satu agensi pemasaran digital berbasis lokal di Indonesia dengan keahlian di ranah media. Beberapa klien yang sudah mempercayai ORCA dalam memasarkan *brand* nya antara lain seperti by.U, Wuling, DBS, BTN, Bank Saqu, Nu Green Tea, Regen, dan lainnya.



Gambar 2.7 Pencapaian ORCA di MOB-EX AWARDS 2025

Sumber: *Instagram FCN* (2025)

Selain itu, keahlian ORCA di ranah media ini juga ditandai dengan ORCA yang berhasil memenangkan beberapa penghargaan bergengsi. Salah satunya pada gambar 2.7, ORCA berhasil meraih Gold Winner pada ajang MOB-EX AWARDS 2025 yang diselenggarakan oleh Marketing Interactive pada kategori Best App Install Campaign dan Best Campaign – Telecommunications, meski baru terhitung memasuki tahun pertama sejak didirikan.

2.2 Visi Misi ORCA

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

VISI

Illuminating the digital path in ever-evolving digital age.

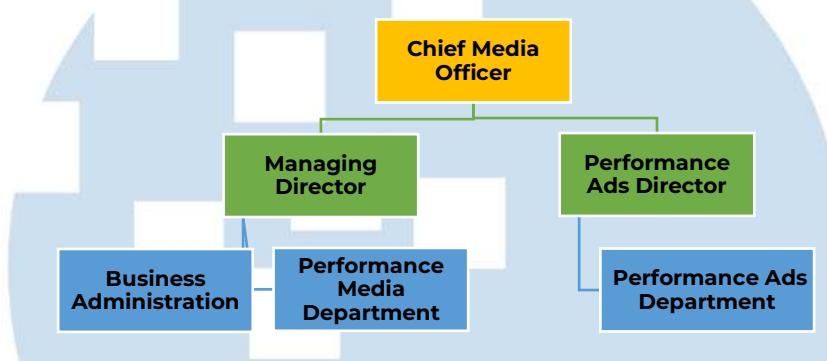
MISI

- *Media Planning & Buying, Performance Marketing, Campaign Management, Programmatic Advertising, Influencer Marketing, & Media Analytics & Reporting*
- *If you lack of in-house digital marketing team, our agencies step in as the ideal solution to handle your campaigns with precision and care.*
- *Whether you're unfamiliar with the Ads, our agencies provide end-to-end support, guiding you through every step of the process to ensure success.*
- *Take advantage of special promotional offers on advertising spend, available only through our trusted agency partners.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Struktur Organisasi ORCA

Dalam upaya memaksimalkan performa dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada klien, ORCA memiliki struktur organisasi yang tersusun sebagai berikut pada gambar 2.1 dibawah ini



Gambar 2.8 Struktur Organisasi ORCA

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

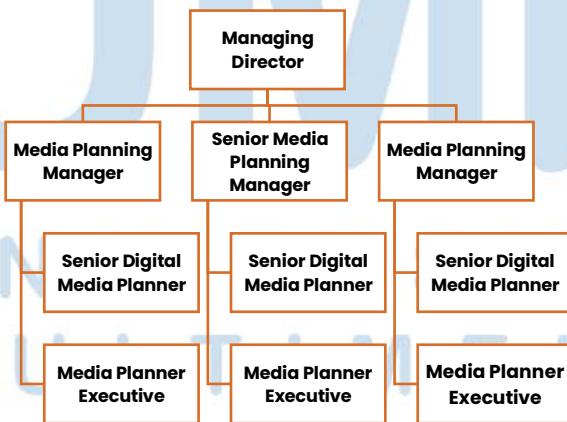
Secara keseluruhan, seluruh departemen ORCA berada di bawah kepemimpinan Faradi Bachri sebagai Chief Media Officer. Dalam menjalankan operasional agensi, CEO didampingi oleh pimpinan dari 2 departemen utama dari ORCA. Gadis Septannia selaku Managing Director yang memimpin Performance Media Department dan Business Administration, Angelica Puspita Astagiri selaku Performance Ads Director yang memimpin Performance Ads Department. Berikut adalah uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing departemen.

Performance Media Department bertanggung jawab sebagai pusat perumusan strategi media secara besar. Tugas utamanya meliputi pengembangan strategi media digital yang terintegrasi, yang dilanjutkan dengan proses perencanaan media atau *media planning* secara mendalam. Proses ini mencakup riset audiens, pemilihan platform yang relevan, serta alokasi anggaran yang cermat. Selain itu, departemen ini juga bertanggung jawab atas pembelian media atau *media buying*, manajemen hubungan klien terkait konsultasi strategis, dan pengawasan kinerja kampanye secara keseluruhan untuk memastikan semua Key Performance Indicators (KPI) tercapai. Namun dalam beberapa kasus untuk manajemen hubungan klien juga memanfaatkan sumber daya dari agensi *operating company* lainnya dari ALVA Digital Network dalam kerja sama mengerjakan proyek dari klien.

Performance Ads Department bertanggung jawab pada aspek teknis dan eksekusi kampanye sehari-hari. Tim di departemen ini bertanggung jawab langsung untuk melakukan *setup* dan peluncuran kampanye di berbagai platform iklan seperti Google Ads dan Meta Ads, sesuai dengan arahan strategis yang telah ditetapkan. Tugas mereka juga mencakup optimalisasi harian melalui A/B *testing* dan penyesuaian *bidding ads*, serta memastikan semua aspek teknis untuk pengukuran konversi berjalan akurat. Departemen ini juga bertugas menyusun laporan proses yang mendetail untuk klien dan terus melakukan riset mengenai tren dan fitur iklan terbaru agar dapat mengoptimalkan anggaran iklan yang sudah ditetapkan.

Business Administration bertanggung jawab sebagai tulang punggung operasional yang mendukung kelancaran seluruh aktivitas agensi. Tanggung jawabnya mencakup berbagai bidang vital, mulai dari manajemen keuangan seperti penagihan *invoicing* kepada klien dan pembayaran vendor, hingga fungsi sebagai *human resources* yang menangani rekrutmen dan administrasi kepegawaian. Departemen ini juga mengurus administrasi umum untuk operasional kantor sehari-hari serta membantu dalam aspek hukum, termasuk dalam penyusunan kontrak kerja sama dengan klien.

Sebagai departemen pelaksanaan magang, Performance Media Department berperan untuk menentukan arah dan merumuskan strategi media memiliki beberapa tingkatan posisi yang memengaruhi rincian tugas dan tanggung jawabnya. Gambar di bawah merupakan struktur Performance Media Department dari ORCA.



Gambar 2.9 Struktur Performance Media Department ORCA

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berikut adalah detail posisi dan *job description* serta hubungannya dalam proses kerja magang dari Performance Media Department di ORCA.

A. Managing Director

Menentukan *media plan*, mengawasi dan mengelola implementasi strategi media setiap proyek ORCA, menjadi penghubung antara Chief Media Officer dengan pelaksanaan di lapangan, memimpin proyek-proyek besar seperti *pitching*, membimbing Manager *stream* Performance Media Department lainnya, menyusun deck presentasi media, serta memberikan pengarahan kepada Senior Media Planning Manager, Media Planning Manager, Senior Digital Media Planner, Media Planner Executive.

B. Senior Media Planning Manager

Menyusun strategi media berbasis data dan *insight*, mengembangkan *media plan* dan *framework* media untuk setiap kebutuhan klien, menyusun *deck* presentasi media, memimpin dan mengarahkan *stream* Performance Media Department yang berisikan Senior Digital Media Planner dan Media Planner Executive, serta bertanggung jawab atas *brand* dengan nilai *billing* tinggi dan kompleksitas kampanye yang lebih besar dibandingkan Media Planning Manager.

C. Media Planning Manager

Menyusun strategi media berbasis data dan *insight*, mengembangkan *media plan* dan *framework* media untuk setiap kebutuhan klien, menyusun *deck* presentasi media, memimpin dan mengarahkan *stream* Performance Media Department yang berisikan Senior Digital Media Planner dan Media Planner Executive, serta memberikan penugasan dan membimbing Media Planner Intern untuk mendukung proses riset dan penyusunan *media plan*.

D. Senior Digital Media Planner

Menyusun strategi media berbasis data dan *insight*, mengembangkan *media plan* dan *framework* media untuk setiap kebutuhan klien, menyusun *deck* presentasi media, serta memberikan penugasan secara langsung kepada Media Planner Intern.

E. Media Planner Executive

Menyusun strategi media berbasis data dan *insight*, mengembangkan *media plan* dan *framework* media untuk setiap kebutuhan klien, menyusun *deck* presentasi media, serta memberikan penugasan secara langsung kepada Media Planner Intern.

