

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Tentang Orlange, ALVA, dan Future Creative Network



Gambar 2.1 Logo Orlange Digita
Sumber: Dokumen internal perusahaan (2025)

Orlange merupakan salah satu agensi lokal yang bergerak di bidang periklanan digital. Berdiri sejak 2013, Orlange telah memeroleh kepercayaan dari berbagai merek dan perusahaan, seperti Disney+, BYD Group (Denza), WINGS Group (NUVO Family, SoKlin Pewangi, SoFresh), blu by BCA Digital, UOB TMRW, Digibank by DBS, by.u Telkomsel, Garnier, Pristine dan lain sebagainya.



Gambar 2.2 Beberapa Kategori MEA 2025 yang dimenangkan Orlange
Sumber: Instagram Orlange (2025)

Orlange juga telah membuktikan keahliannya dengan berbagai penghargaan yang telah diterimanya. Baru-baru ini, Orlange memenangkan beberapa kategori dari *Marketing Excellence Awards* (MEA) 2025. MEA merupakan ajang penghargaan tahunan untuk agensi di Indonesia meningkatkan jiwa kompetitif dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran merek, serta memperluas jaringan koneksi sebagai peluang bisnis di masa depan. Pada tahun 2025, Orlange berhasil memenangkan: 3 piala *GOLD* untuk kategori *Communications/Public Relations*, *Content Marketing*, dan *AI Powered Story Telling*; 2 piala *SILVER* untuk kategori *Personalization Marketing* dan *Excellence in Mobile Marketing*; serta 2 piala *Bronze* untuk kategori *Content Marketing* dan *Marketing to Specific Audience*.

Melalui kepercayaan tersebut, Olrange terus berusaha meningkatkan kualitas sekaligus jangkauan layanannya. Oleh karena itu, Olrange bersama dengan Future Creative Network (FCN) mengembangkan sebuah *digital powerhouse*, yakni ALVA Holding Group. Tujuannya untuk memaksimalkan potensi industri digital yang terus berkembang dengan pesat, dengan cara mengembangkan jaringan bisnis dengan berbagai spesifikasi dan spesialisasi. Saat ini, ALVA Holding Group atau ALVA Digital Network terdiri atas 7 agensi, antara lain: Olrange, Olround, Froyo Story, dan Maleo yang fokus dalam bidang digital advertising dan campaign; Antikode yang fokus dalam bidang UI/UX atau digital customer experience; dan ORBEAT juga ORBEAM yang fokus dalam bidang KOL dan community. Saat ini ALVA bahkan memasuki nominasi ajang penghargaan tingkat Asia Tenggara, Campaign *Agency of the Year* 2025 dengan kategori *Indonesia Digital Innovation Agency of the Year*.

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

Berikut visi dan misi perusahaan dari Olrange Digital Advertising Agency

VISI

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

MISI

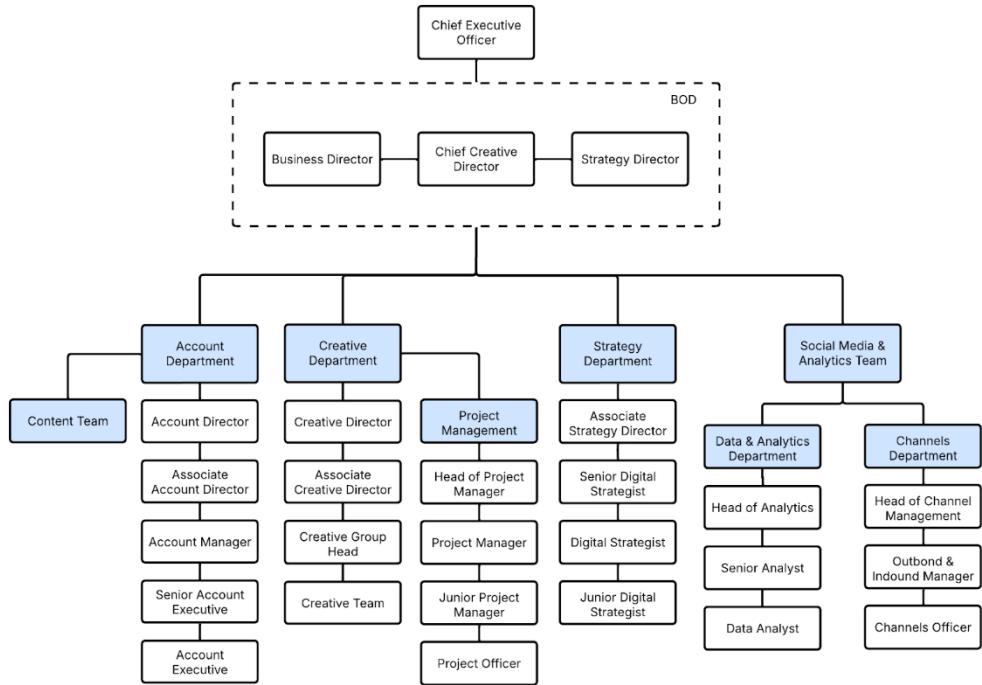
Serve forward thinking brands with cutting edge digital marketing focused in efficiency and conversion.

2.3. Struktur Organisasi Perusahaan

2.3.1. Struktur Organisasi Olrange Digital Advertising Agency

Olrange Digital Advertising Agency memiliki struktur organisasi sebagai berikut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Orlange Digital Advertising Agency

Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemagang (2025)

Orlange Digital Advertising Agency saat ini dipimpin oleh Reza Akbar sebagai Chief Executive Officer (CEO). Lalu di bawah posisi CEO, terdapat posisi Board of Director (BOD) yang mengelola langsung kinerja dalam agensi. Para BOD juga mewakili departemen-departemen utama Orlange. Adapun jajaran BOD terdiri atas: Stephanie Putri Fajar selaku Business Director yang mewakili *Account Department*, Erick Sebastian selaku Chief Creative Director yang mewakili *Creative Department*, dan Rangga Akbar P. selaku Strategy Director yang mewakili *Strategy Department*. Berikut detail dari lingkup kerja setiap departemen.

1. *Account Department*

Account Department bertugas untuk menjalin komunikasi secara langsung dengan klien dengan cara meneruskan dan menerjemahkan *brief* atau *request* dari klien kepada tim internal. Tim *Account* juga bertugas untuk memimpin diskusi pengeksekusian tugas, menjembatani komunikasi tim internal dengan klien. Tim *Account* juga dibantu oleh Tim *Project Management* untuk menjaga *timeline* kerja serta *KPIs* yang telah ditentukan agar berjalan sesuai rencana. Tak hanya itu, tim *Account* juga

turut membantu tim *Finance* terkait dengan pembayaran *quotation* dan *invoice* yang berada dalam surat perjanjian kerja sama (*retainer*) dengan klien.

2. *Creative Department*

Creative Department bertugas untuk menerjemahkan dan merealisasikan brief atau request dari klien, beserta data pendukung dari Tim *Strategy*, menjadi sebuah ide besar yang menarik. Ide tersebut akan dikembangkan menjadi berbagai bentuk bentuk, seperti *copywriting*, *key visual* (KV), ataupun *content*. Oleh karenanya, dalam tim *Creative* terdapat beberapa posisi, seperti *Content Manager*, *Copywriter*, *Art Director*, *Graphic Designer*, *Content Creator*, serta *Editor*.

Selain itu, dalam *Creative Department* terdapat tim *Project Management* yang bertugas untuk membagi porsi kerja dan menjaga performa kerja tim *Creative*. Hal ini bertujuan untuk membantu tim *Account* dalam mengawasi dan memastikan progress kerja sesuai dengan timeline dan *KPIs* dari klien. Tim *Project Management* sangat penting untuk menjaga kinerja tim *Creative* untuk tetap seimbang dan tidak berlebihan antara satu dengan yang lainnya. Tujuannya agar tim *Creative* dapat mengerjakan seluruh task dengan efektif dan efisien.

3. *Strategy Department*

Secara garis besar, tugas dari *Strategy Department* ialah mencari *insight* dan melakukan riset untuk menentukan strategi yang sesuai berdasarkan *brief* atau *request* dari klien yang disampaikan oleh tim *Account*. Ibarat dalam sebuah kapal, tim *Strategy* bertugas sebagai kapten untuk mengarahkan dan menentukan arah kapal berlayar agar tim *Creative* sebagai awak kapal tidak tersesat dalam melanjutkan kapal.

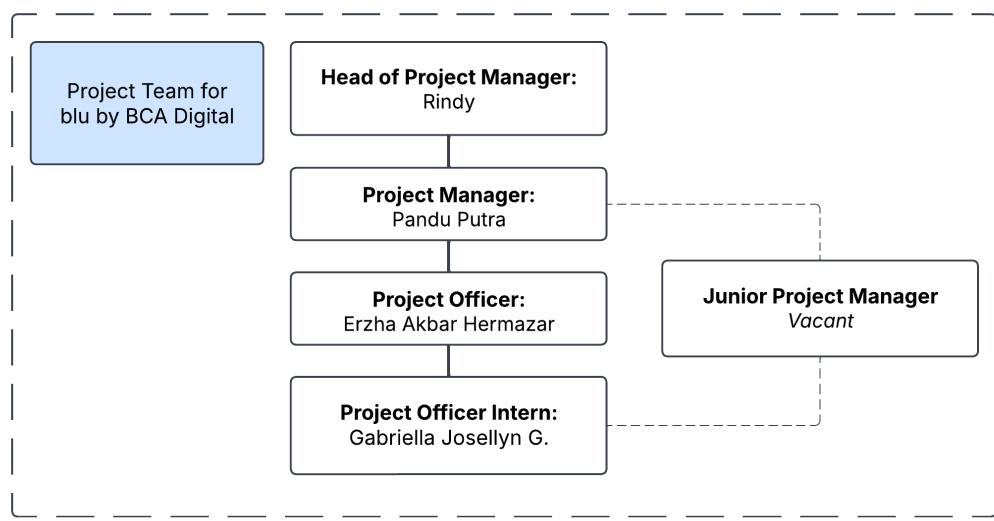
4. *Social Media & Analytics Team*

Tim ini terbagi menjadi dua departemen yang saling berhubungan, yakni *Data & Analytics Department* yang bertugas untuk mengumpulkan data-data pendukung untuk tim *Strategy* dan menganalisis hasil dari strategi yang dijalankan, serta *Channels Department* yang bertugas untuk

mengelolah saluran komunikasi klien sesuai dengan *Scope of Work* (SOW) yang ditentukan dalam surat perjanjian kerja sama (*retainer*) dengan klien.

2.3.2. Ruang Lingkup Divisi Terkait

Project Management Department yang berada dibawah *Creative Department*. Tim *Project Management* berepran mengatur *working load* tiap dari anggota *creative* agar seimbang, efektif, dan efisien. Untuk itu, Tim *Project Management* juga berperan sebagai jembatan komunikasi antara tim *Account* dengan tim *Creative*.



Gambar 2.4 Struktur Tim *Project Management* Penulis
Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemagang (2025)

Berikut detail posisi dan *job description* dari tim *Project Management* dalam tim blu by BCA Digital di Olrange Digital Advertising Agency.

1. Head of Project Manager

Head of Project Manager bertanggung jawab langsung atas segala hal yang terjadi dalam tim *Project Management*. Untuk itu, umumnya Head of Project Manager tidak memegang suatu merek khusus. Head of Project Manager biasanya sesekali terlibat saat ada *pitching*. Posisi tersebut dipegang Rindy W. Aini yang menjadi kepala untuk seluruh tim *Project Management*, termasuk tim blu by BCA Digital.

2. Project Manager atau Junior Project Manager

Project Manager berperan sebagai pengelola suatu project untuk memaksimalkan kinerja tim dari awal hingga akhir. Seorang Project Manager bisa memegang beberapa merek sekaligus dan bertanggung jawab untuk setiap *project* berskala besar atau bertingkat kesulitan tinggi. Dalam tim blu by BCA Digital, posisi tersebut dipegang oleh Rio Andhika selaku Junior Project Manager yang lalu digantikan oleh Pandu Putra selaku Project Manager. Dalam kesehariannya, Project Manager bertugas untuk mengawasi *timeline* dan *working load* tim *Creative*, menarik data, menganalisis, dan mempresentasikan *working hours* tim *Creative* kepada atasan.

3. Project Officer

Dalam kesehariannya, Project Manager dibantu oleh seorang Project Officer. Seorang Project Officer dapat memegang beberapa merek sekaligus, tetapi dengan jumlah dan tingkat kesulitan yang lebih rendah dari Project Manager. Umumnya, Project Officer akan memiliki satu merek *dedicated* atau satu merek utama. Dalam tim blu by BCA Digital posisi tersebut dipegang oleh Erzha Akbar Hermazar. Dalam kesehariannya, Project Officer bertugas untuk mengatur *timeline* kerja tim *Creative*, mengatur *working load* dan skala prioritas tim *Creative* dalam bentuk *to do list*, serta memastikan *working hours* tim *Creative* telah terinput sesuai dengan realitas.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA