

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Olrange Digital



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Future Creative Network (FCN Agency)

Sumber: Website FCN

Future Creative Network (FCN) merupakan sebuah perusahaan agensi kreatif yang bergerak sejak tahun 2016 yang didirikan oleh Ivan Hadywibowo. Pada awalnya FCN bernama Flock Creative Network yang bergerak pada layanan periklanan yang TTL (Through The Line), dimana aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan brand awareness dan menargetkan potensi konsumen tertentu dan mengubah menjadi penjualan yang terstruktur dan teratur. Seiring berjalannya perusahaan, FCN mulai mendirikan beberapa anak perusahaan sebagai bentuk nilai adaptasi terhadap perkembangan bidang kreatif, terutama periklanan di media digital. Pada tahun 2021 Flock Creative Network resmi merubah nama perusahaan menjadi Future Creative Network, menggambarkan visi dan misi perusahaan untuk selalu bergerak dan beradaptasi pada perkembangan-perkembangan di masa yang akan datang. Hingga saat ini FCN memiliki 43 anak perusahaan dengan total karyawan lebih dari 1.100 karyawan.

Pada tahun 2021, Alva Holding Group didirikan oleh FCN. Alva Holding Group sendiri terdiri dari 7 agensi periklanan yang memiliki spesialisasi masing-masing. Tujuan dari didirikannya Alva Holding Group adalah untuk mengembangkan

potensi digital yang terus maju dengan membangun hubungan bersama berbagai pihak yang memiliki keahlian yang beragam. Salah satu agensi yang bergabung dengan Alva Holding Group adalah Olrange.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Jingga Kreasi Multiguna (Olrange)

Sumber: Data Perusahaan (2025)

PT Kreasi Jingga Multiguna (Olrange) merupakan perusahaan agensi periklanan digital kreatif yang didirikan pada tahun 2013 oleh Victor Hartanto. Olrange juga memiliki situs web dimana pada situs tersebut bisa melihat prestasi dan hasil kerja sama dengan beberapa merek yang ada dan perkenalan akan departemen apa saja yang ada (olrange.com). Olrange memiliki kredibilitas yang baik, dapat dibuktikan dengan prestasi yang sudah dicapai seperti penghargaan *Independent Agency of The Year* tahun 2019 pada kategori Gold Winner dan Local Hero yang diselenggarakan oleh Marketing Interactive. Juga dapat dibuktikan dengan merek-merek yang sudah dan masih kerja sama dengan Olrange, diantaranya ada Hyundai, BYD, Disney+, blu by BCA Digital, Filma, TelKom Enterprise, dan masih banyak lagi.

FCN sendiri merupakan jaringan induk kreatif besar di Indonesia yang menaungi berbagai agensi, yang dimana Alva Digital merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada aspek digital yang berisikan beberapa agensi berbasis data dan teknologi. Salah satu agensi tersebut adalah Olrange yang berperan sebagai agensi kreatif yang berfokus pada eksekusi strategi pemasaran digital dan kampanye dan komunikasi kreatif bagi para klien. Perbedaan yang membeda ketiganya adalah skala operasional mereka, FCN sendiri menyediakan infrastruktur untuk seluruh agensi dibawah naungan mereka, Alva Digital secara spesifik berperan menjadi pengelola strategis untuk berbagai spesialisasi digital dan Olrange yang bertugas untuk mengembangkan ideasi dan eksekusi brief untuk klien.

2.2 Visi Misi Orlange Digital

Ogilvy sebagai salah satu biro iklan terbesar di dunia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1 VISI

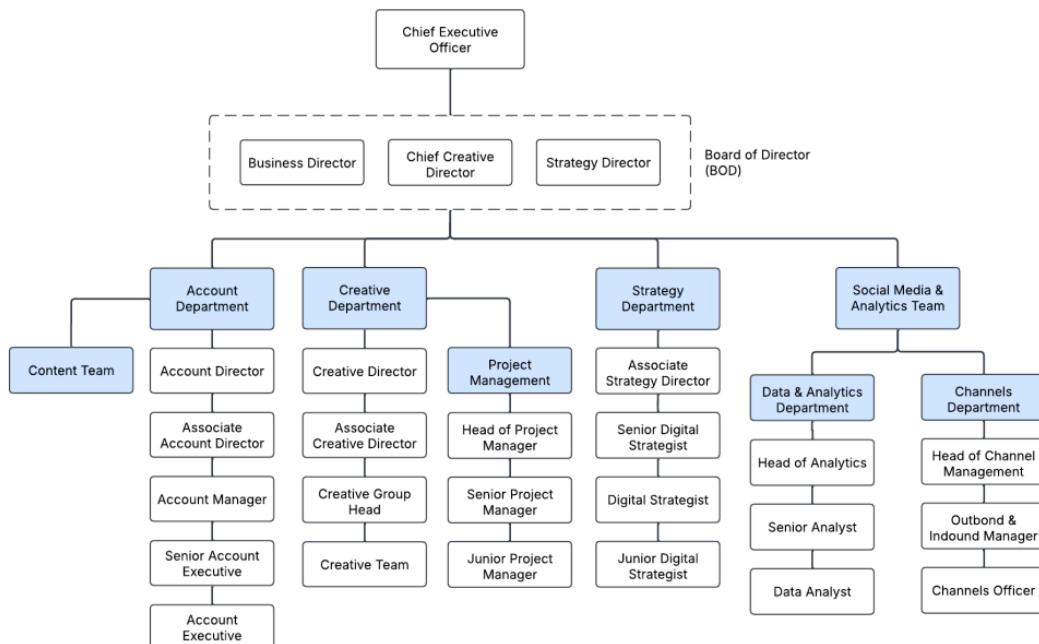
To create a network where we incubate future minded talents, companies and talents. Creating synergy between talent, creativity, and innovation.

2 MISI

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

2.3 Struktur Organisasi Orlange Digital

Berikut adalah struktur organisasi PT Kreasi Jingga Multiguna (Orlange);



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT Kreasi Jingga Multiguna

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Orlange didirikan dan berjalan dibawah Reza Akbar selaku CEO (Chief Executive Officer) yang juga mendirikan Alva Holdings Group. Dalam Orlange juga ada departemen selaku pilar perusahaan yang dipimpin oleh beberapa direktur

yang tergabung dalam BOD (Board of Director). Para direktur dalam BOD diantaranya;

- Stephanie Putri Fajar – Business Director – Account Department

Departemen ini bertugas sebagai penengah antara pihak perusahaan dengan pihak klien. Semua arahan dan pesan yang disampaikan oleh pihak klien akan diteruskan kepada pihak internal perusahaan, departemen ini juga bertugas untuk mengawasi waktu pelaksanaan (timeline) dan tolak ukur seberapa efektif kerja sama berjalan (KPI) agar sesuai dengan target yang diinginkan klien.

- Erick Sebastian – Chief Creative Director – Creative Department

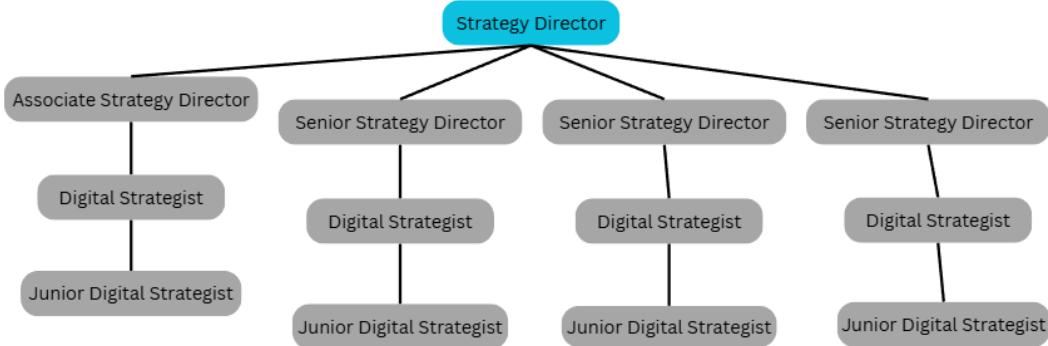
Departemen ini bertugas untuk merealisasikan brief dari klien yang dapat terhasilkan akan beberapa bentuk, seperti konten, *copywriting*, dan visual-visual lainnya. Departemen kreatif juga memiliki tim untuk mengawasi dan mengelola kinerja tim kreatif dengan tujuan membantu departemen account.

- Rangga Akbar – Strategy Director – Strategy Department

Departemen ini bertugas untuk melakukan riset data publik dan dikelola dalam bentuk *insight* yang akan menjadi basis dan alat bantu guna menyusun sebuah strategi komunikasi digital yang sesuai dengan brief dari klien.

Pemagang menduduki posisi digital strategist, yang berarti pemagang merupakan bagian dari tim departemen strategi. Pemagang bertanggung jawab pada Alexander Nugi Nugroho selaku Senior Digital Strategist dalam tim strategi. Segala pekerjaan dan penugasan berada dibawah naungan dan koordinasi beliau selaku supervisor pemagang selama masa magang. Berikut adalah jajaran tim departemen strategi;

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Struktur Departemen Strategi

Sumber: Dokumen Perusahaan yang Dikelola Pemagang (2025)

A. Strategy Director

Strategy director merupakan peran terpenting dalam tim strategi department. Tugas utama yang dijalankan adalah mengawasi dan mengkoordinasi semua pekerjaan dibawah departemen strategi, pengambilan keputusan strategis klien besar, membangun hubungan dengan para klien dari segi strategis, dan memberi arahan kepada Associate Strategy Director dan Senior Digital Strategist.

B. Associate Strategy Director

Associate strategy director bertugas untuk mengelola pelaksanaan strategi secara harian, menjembatani antara direktur strategi dan anggota tim lainnya, memimpin pekerjaan dan proyek besar seperti *pitching* kepada suatu klien, menaungi anggota strategi lain, dan membuat *deck* presentasi untuk pitching, meeting, dan keperluan penting lainnya.

C. Senior Digital Strategist

Senior digital strategist bertugas untuk menyusun rancangan komunikasi digital strategis yang berbasis data dan insight yang sudah ditemukan, membuat suatu arahan komunikasi strategis sesuai dengan brief dari klien, menyusun deck yang berisikan presentasi dengan materi yang strategis, dan memberikan arahan beserta panduan kepada Digital Strategist dan Junior Digital Strategist.

D. Junior Digital Strategist

Junior digital strategist bertugas untuk membuat strategi komunikasi yang berbasis data dan insight sebagai bahan dasarnya, mengembangkan kerangka komunikasi strategis yang sesuai dengan kebutuhan klien, menyusun deck presentasi, dan bekerja sama dengan departemen kreatif dalam menyelesaikan proyek-proyek yang ada.

