

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang Froyo Story *Agency*

Froyo Story adalah *digital creative agency* yang bernaung di bawah Future Creative Network (FCN) Digital dan merupakan bagian dari ALVA Digital. Perusahaan ini didirikan oleh Andika Alivano dengan nama awal “*Milk*,” yang terinspirasi dari minuman favoritnya. Pada tahun 2011, *Milk* mulai beroperasi dengan layanan utama berupa pengembangan web. Perusahaan kemudian berkembang setelah berhasil menjalin kerja sama dengan Vitacimin sebagai klien pertama, yang membuka jalan bagi berbagai proyek dari klien besar lainnya. Dua tahun kemudian, tepatnya pada 2013, *Milk* bertransformasi menjadi Froyo Story dan sukses memperoleh klien utama pertamanya, Pocari Sweat.



Gambar 2.1 Logo Froyo Story  
Sumber: Froyo Story LinkedIn (n.d.)

Ketika Froyo Story mulai beroperasi, konsep konten *branded entertainment* masih termasuk hal baru dalam industri digital di Indonesia. Strategi ini membantu Froyo Story mempertahankan eksistensinya sekaligus bersaing dengan agensi besar seperti Hakuhodo dan Dentsu. Andika Alivano, pendiri Froyo Story yang sering dipanggil “Kakang,” percaya bahwa Froyo Story seharusnya menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin berkreasi sekaligus mendapatkan kesempatan untuk memasuki industri kreatif. Pandangan tersebut lahir dari pengalaman pribadinya sebagai lulusan hukum yang sempat mengalami kesulitan memperoleh pekerjaan. Atas dasar itulah Froyo Story membuka ruang

bagi karyawan dengan latar belakang yang beragam, mulai dari lulusan hukum, teknik, hingga mereka yang tidak menyelesaikan studi S1. Meski demikian, banyak dari mereka berhasil membangun karir yang cemerlang hingga mencapai posisi *head*, dikarenakan potensi besar yang diakui dalam diri masing-masing.

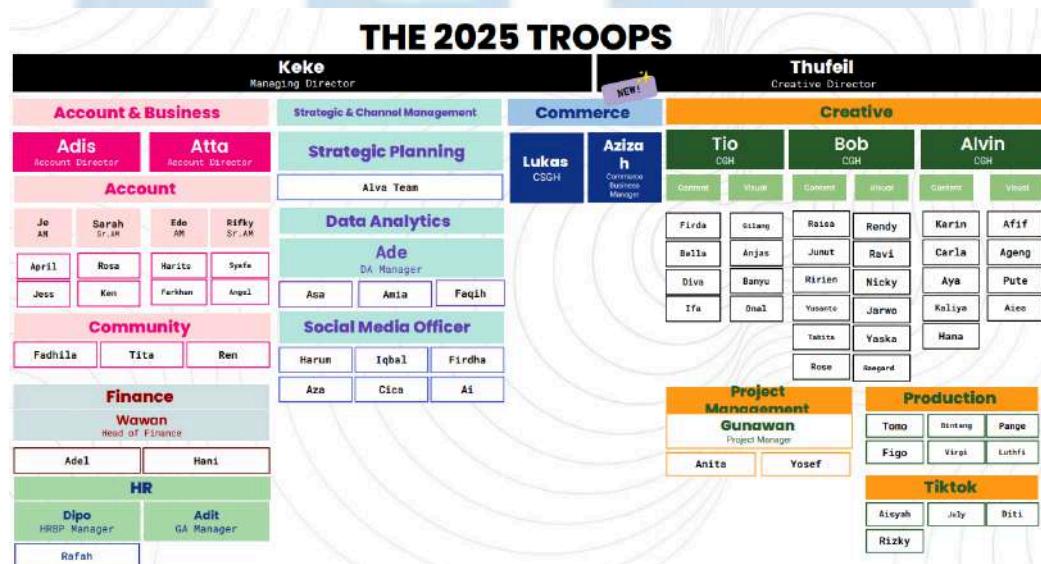
Froyo Story mulai menonjol di industri digital Indonesia pada 2015, ketika perusahaan mendapatkan proyek besar dari Alibaba yang berfokus pada *Key Opinion Leader (KOL)*. Kesempatan ini tidak hanya memperluas wawasan tentang *influencer marketing*, tetapi juga memperkuat posisi Froyo Story di pasar yang semakin kompetitif. Selanjutnya, perusahaan mulai menawarkan layanan yang lebih beragam untuk menyesuaikan kebutuhan klien. Pada 2016, tim magang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan. Restrukturisasi internal pun dibantu oleh Keke (*Business Director*) dan Thufeil (*Creative Director*), keduanya sebelumnya memulai karier sebagai pegawai magang sebelum naik ke posisi direktur di bidang masing-masing. Tahun berikutnya, Froyo Story mendirikan Froyonion, unit bisnis baru yang fokus pada jasa pengeditan video, seiring meningkatnya permintaan konten digital. Langkah-langkah ini membuat proses kreatif dan operasional perusahaan menjadi lebih rapi dan efektif.

Pandemi COVID-19 pada tahun 2020 membawa tantangan besar bagi banyak perusahaan teknologi, tetapi Froyo Story justru mengalami pertumbuhan karena pergeseran fokus bisnis dan konsumen ke ranah digital. Menurut pendiri Froyo Story, Kakang, prioritas anggaran pada aktivitas digital dibanding *offline* memungkinkan perusahaan tetap beradaptasi dan berkembang di tengah situasi yang tidak menentu.

Memasuki 2024, Kakang melihat adanya stagnasi di industri agensi digital, sehingga Froyo Story mulai menjajaki bisnis *commerce* sebagai strategi jangka panjang. Meskipun keuntungan awal belum besar, langkah ini penting untuk menjaga keberlanjutan perusahaan. Saat ini, Froyo Story mengklaim sebagai salah satu agensi digital dengan volume pembayaran tertinggi di Indonesia dan, sejak 2022, bergabung dengan FCN Digital dan ALVA Holding

untuk memperkuat posisi di pasar. Dalam persaingan industri, Froyo Story bersaing dengan agensi besar seperti Ogilvy Indonesia, Redcomm, Salvo, Pandawa Digital, serta perusahaan lain di bawah ALVA Holding Group, termasuk Maleo, Orca, dan Olrange. Hingga kini, Froyo Story terus mengikuti tren dunia digital untuk memenuhi kebutuhan klien sekaligus menjadi wadah bagi individu yang ingin berkarya dan berinovasi tanpa dibatasi latar belakang.

## 2.2 Struktur Organisasi Froyo Story Agency



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Froyo Story

Sumber: Data Laporan Penulis (2025)

Berdasarkan gambar 2.2 mengenai struktur organisasi Froyo Story, Froyo Story berada di bawah kepemimpinan Andika Alivano (Kakang), yang menjabat sebagai *Chief Executive Officer (CEO)*. Dalam organisasi, posisi CEO menjadi pusat kendali yang memastikan seluruh divisi berjalan selaras serta menjaga alur koordinasi antar-departemen. Di bawahnya, terdapat jajaran manajemen seperti *CFO, Managing Director, dan Creative Director*, disertai beberapa divisi lainnya, yaitu *Creative, Commerce, Strategic & Channel Management, Account & Business, Finance, serta HR*.

Untuk memenuhi kebutuhan tiap *brand* klien secara lebih terarah, Froyo Story juga membentuk tim-tim utama dalam departemen yang berfokus pada penanganan klien secara spesifik. Departemen-departemen tersebut meliputi:

### 1. *Account Management*

Di Froyo Story, tim *Account* mencakup posisi *Account director*, *Account Manager*, dan *Account Executive*. Tim ini berfungsi sebagai penghubung antara klien dan internal perusahaan, bertugas menjamin bahwa kebutuhan serta harapan klien dapat terpenuhi dengan baik. Selain itu, tim *Account* juga bertugas mengawasi jalannya proyek agar sesuai dengan tujuan dan KPI yang sudah ditetapkan. Mereka mengelola *timeline* serta koordinasi antar departemen, sehingga proses kerja berjalan lancar dan output yang dihasilkan sesuai dengan rencana yang disepakati bersama klien dan agensi.

### 2. *Strategic Planner*

*Strategic Planner* bertanggung jawab melakukan penelitian pasar, menganalisis audiens, dan merancang strategi komunikasi untuk *brand*. Posisi ini memegang peran penting dalam menemukan *insight* yang mendukung pencapaian tujuan bisnis. Selain itu, *Strategic Planner* memastikan setiap kampanye dijalankan sesuai strategi yang telah dibuat, dengan berkolaborasi erat bersama tim kreatif agar hasilnya efektif dan tepat sasaran.

### 3. *Creative*

Tim Kreatif di Froyo Story terdiri atas *Creative Group Head*, *Content Writer*, dan *Graphic Designer*. Tugas utama tim ini adalah mengembangkan konsep kreatif yang sesuai dengan *brief* dan strategi *brand*, sekaligus menyebarkan ide, materi, serta visual kreatif. Proses kerja dimulai dengan pengumpulan *insight* dan survei audiens untuk memastikan konten yang dihasilkan relevan dan mudah dipahami. Selain membuat konten, tim kreatif juga memantau performa konten yang sudah

diunggah serta melakukan evaluasi, sehingga dapat menjadi bahan pembelajaran dan perbaikan bagi praktik kreatif berikutnya.

#### 4. *Project Management*

Tim Manajemen Proyek di Froyo Story terdiri atas *Project Manager* dan *Project Officer*. Peran utama tim ini adalah memastikan jalannya proyek dari awal hingga akhir dengan mengkoordinasikan kerja antar departemen. Mereka bertanggung jawab menjaga penyelesaian *task* tepat waktu, memenuhi standar kualitas, serta memastikan anggaran yang disepakati terpenuhi. Selain itu, tim manajemen proyek juga mengatur *workflow* agar berjalan lancar dan efektif, menjamin ketersediaan sumber daya, serta menjaga kelancaran operasional hingga proyek selesai.

