

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat OLRANGE

OLRANGE *Digital Advertising Agency* merupakan bagian dari ALVA Digital Network yang dinaungi oleh Future Creative Network (FCN). Future Creative Network (FCN) merupakan sebuah jaringan kreatif yang didirikan oleh Ivan Hadywibowo pada tahun 2016, yang sebelumnya dikenal dengan nama Flock Creative Network. Jaringan ini bergerak di industri kreatif dengan fokus untuk menyediakan solusi kreatif yang berbasis pada sinergi antara teknologi dan kreativitas, khususnya dalam mendukung transformasi bisnis, pengembangan merek, serta peningkatan pengalaman konsumen. Hingga saat ini, FCN telah berhasil mengembangkan 43 *agency*, memiliki lebih dari 1.100 karyawan, serta menangani 250 klien yang jumlahnya akan terus bertambah seiring waktu. Selain itu, FCN juga telah meraih berbagai penghargaan, di antaranya Citra Pariwisata *Creative Agency of The Year* pada tahun 2018, 2020, 2021, 2023, dan 2024, serta *Fastest Growing Agency* dari Adweek pada tahun 2019. Berikut merupakan logo FCN pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logo Future Creative Network

Sumber: Website Future Creative Network (2026)

Sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan industri kreatif, FCN mengembangkan berbagai entitas usaha di bawah naungannya. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah membentuk ALVA Digital Network pada tahun

2021 sebagai sebuah *holding company* melalui kolaborasi bersama OLRANGE, OLROUND, Froyo Story, dan MALEO.

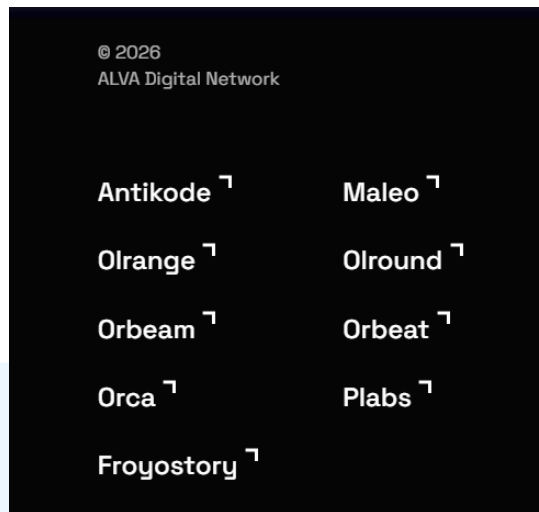
ALVA dengan logo yang dapat dilihat pada gambar 2.2 berperan sebagai *holding* yang menaungi berbagai *agency* dengan spesialisasi yang beragam dalam ekosistem digital. Hal ini sejalan dengan tujuan pembentukannya, yaitu membangun ekosistem digital yang terdiri dari berbagai entitas dengan spesialisasi yang berbeda, sehingga mampu mengoptimalkan potensi lanskap digital yang terus berkembang melalui kolaborasi antar entitas yang saling melengkapi.



Gambar 2.2 Logo ALVA Digital Network

Sumber: Website ALVA Digital Network (2026)

ALVA menaungi sembilan *agency*, yaitu OLRANGE, OLROUND, Froyo Story, MALEO, ANTIKODE, ORBEAT, ORCA, ORBEAM, dan PLABS, yang masing-masing memiliki spesialisasi dalam berbagai aspek digital. OLRANGE berfokus pada pengelolaan pemasaran digital melalui media sosial dengan mengedepankan produksi konten kreatif. OLROUND berperan dalam pengembangan strategi digital dan konsultasi. Froyo Story berfokus pada produksi konten kreatif, seperti fotografi dan video. MALEO bergerak dalam pengembangan aplikasi, situs web, dan platform digital. ANTIKODE berfokus pada inovasi berbasis data dan teknologi. ORBEAT berperan dalam kolaborasi dengan *influencer* atau *Key Opinion Leader* (KOL). ORCA dan ORBEAM berfokus pada perencanaan dan penempatan media. PLABS berperan dalam transformasi bisnis dan inovasi teknologi. Keberagaman spesialisasi ini memungkinkan ALVA untuk menyediakan solusi digital yang terintegrasi dalam mendukung kebutuhan klien.



Gambar 2.3 Agency Naungan ALVA Digital Network

Sumber: Website ALVA Digital Network (2026)

OLRANGE *Digital Advertising Agency* merupakan salah satu *agency* periklanan digital lokal yang dikenal di Indonesia dengan logo yang dapat dilihat pada Gambar 2.4. OLRANGE awalnya adalah sebuah agensi independen yang didirikan oleh Victor Hartanto pada tahun 2013 di bawah naungan PT Jingga Kreasi Multiguna, sebelum kemudian menjadi bagian dari ALVA seiring dengan perkembangannya. Sebagai bagian dari ekosistem tersebut, OLRANGE mengedepankan pendekatan yang mengintegrasikan tiga pilar utama, yaitu *creative*, *media*, dan *experience*, dalam merancang solusi komunikasi bagi klien. Dalam operasionalnya, OLRANGE menyediakan berbagai layanan yang berfokus pada perencanaan kampanye dan periklanan digital yang kreatif dan inovatif, sehingga mampu menghadirkan strategi komunikasi yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran klien.



Gambar 2.4 Logo OLRANGE Digital Advertising

Sumber: Website OLRANGE Digital Advertising (2026)

OLRANGE menunjukkan kapabilitasnya melalui berbagai pencapaian dalam industri periklanan digital yang telah diraih selama bertahun-tahun melalui berbagai ajang penghargaan industri. Beberapa penghargaan terbaru yang berhasil diraih antara lain *Silver Award* dalam kategori *AI-Powered Audience Engagement* pada ajang MMA Smarties 2024 serta *Bronze Award* dalam kategori *Excellence in B2B Marketing* pada Marketing Excellence Awards 2024 bersama Pristine8.6+. Pada tahun 2025, OLRANGE kembali meraih *Silver Winner* pada Hashtag Asia Awards dalam kategori *Best Social Media Use of Emerging Technologies* bersama Allianz, serta berbagai penghargaan lainnya, termasuk Marketing Excellence Awards 2025, yang meraih tiga penghargaan *Gold*, dua *Silver*, dan dua *Bronze* pada kategori *Communications/Public Relations*, *Content Marketing*, *AI-Powered Storytelling*, *Personalization Marketing*, *Excellence in Mobile Marketing*, dan *Marketing to Specific Audience*. Pencapaian-pencapaian ini menunjukkan bahwa OLRANGE memiliki kredibilitas dan kemampuan dalam menghasilkan strategi periklanan digital yang inovatif dan relevan.

Dengan kredibilitas dan kemampuan yang telah terbukti, OLRANGE dipercaya oleh berbagai merek untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan pemasaran digital mereka. Hingga saat ini, OLRANGE telah bekerja sama dengan berbagai merek ternama, baik dari dalam maupun luar negeri, seperti UOB TMRW, DBS, Telkomsel Enterprise, Good Day, NUVO Family, Soklin Pewangi, Lemonilo, CHI Forest, blu by BCA, K Natural White (KNW), dan sejumlah merek lainnya.

2.1.1 Visi Misi

Sejalan dengan perkembangan OLRANGE dalam industri periklanan digital, perusahaan ini memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam menentukan arah pengembangan perusahaan. Adapun visi dan misi OLRANGE yang bersumber dari dokumen internal perusahaan adalah sebagai berikut:

VISI

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

Visi tersebut mencerminkan upaya OLRANGE dalam membangun ekosistem kolaboratif yang mendorong pengembangan talenta dan perusahaan melalui sinergi kreativitas dan inovasi.

MISI

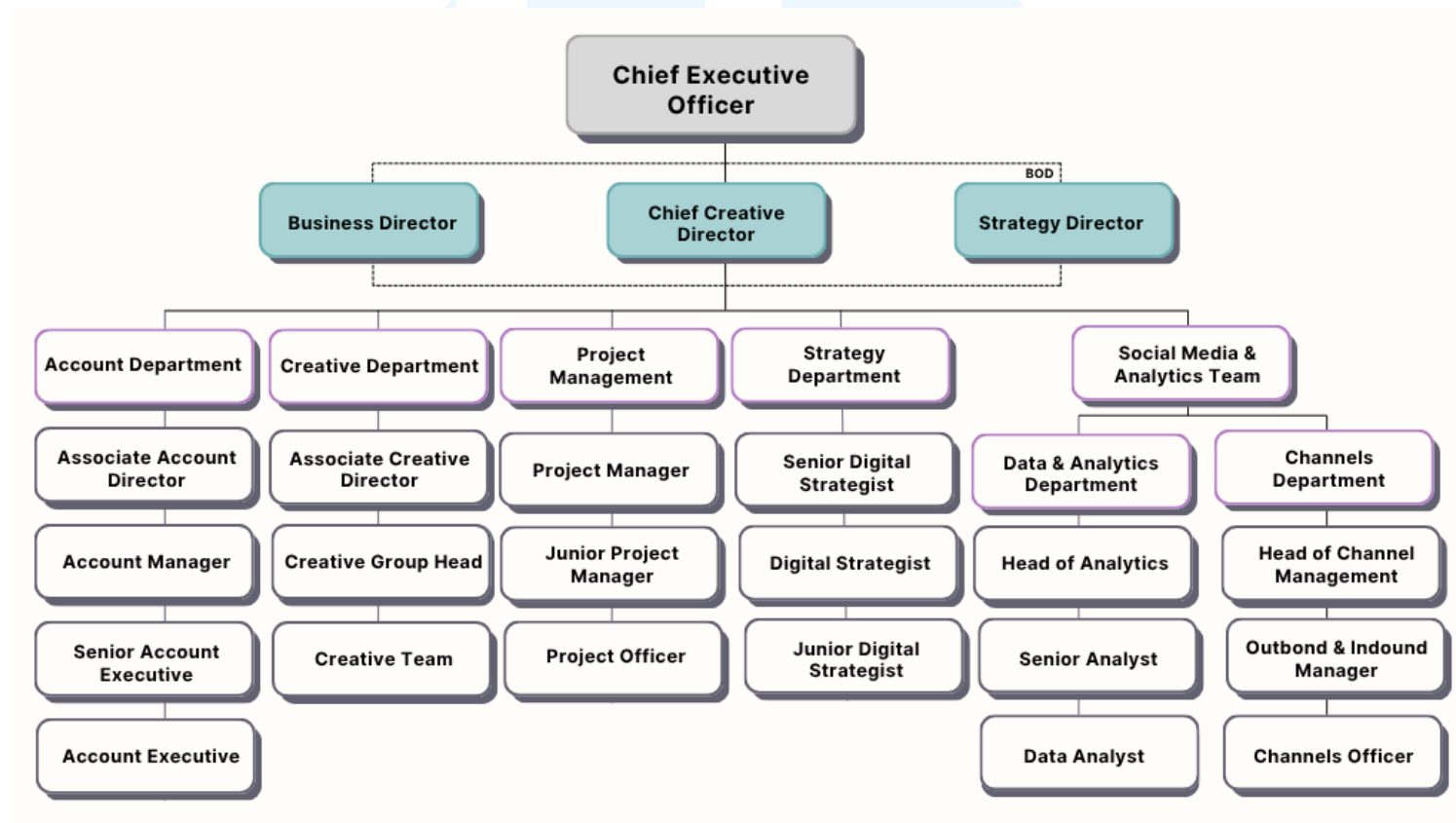
Serve forward-thinking brands with cutting-edge digital marketing focused on efficiency and conversion.

Misi tersebut mencerminkan komitmen OLRANGE dalam menyediakan solusi digital marketing inovatif yang berorientasi pada efisiensi serta peningkatan hasil konversi bagi klien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, OLRANGE memiliki struktur organisasi yang mendukung pembagian tugas dan tanggung jawab secara jelas guna memastikan efektivitas kerja serta kelancaran proses operasional perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi OLRANGE *Digital Advertising Agency*.





Gambar 2.5 Struktur Perusahaan OLRANGE

Sumber: Dokumen Perusahaan yang Diolah Oleh Pemegang (2026)

Secara keseluruhan, struktur organisasi OLRANGE dipimpin oleh Reza Akbar selaku *Chief Executive Officer* (CEO) dengan tanggung jawab dalam mengarahkan dan memastikan keberlangsungan operasional. Dalam menjalankan perannya, CEO didukung oleh jajaran direktur yang tergabung dalam *Board of Directors* (BOD), yang terdiri dari tiga departemen utama. Jajaran tersebut meliputi Isobel Dela Torre sebagai *Business Director* yang mengoordinasikan *Account Department*, Afianto Makmun sebagai *Chief Creative Director* yang mengoordinasikan *Creative Department*, serta Nabila Ibrahim sebagai *Strategy Director* yang mengoordinasikan *Strategy Department*. Struktur ini memungkinkan adanya pembagian peran yang jelas dalam mengelola berbagai aspek operasional perusahaan. Berikut merupakan penjelasan mengenai masing-masing departemen di OLRANGE.

1. *Account Department*

Account Department memiliki peran dan tanggung jawab utama dalam menjembatani hubungan antara *agency* dan klien. Dalam pelaksanaannya, tim *Account* bertugas untuk memahami serta menerjemahkan brief dan kebutuhan klien kepada tim internal, memfasilitasi komunikasi antara klien dan tim internal, serta mengatur alur kerja dan pembagian tugas. Selain itu, departemen ini bekerja sama dengan tim *Project Management* dalam menjaga *timeline* dan pencapaian KPI agar proyek berjalan sesuai rencana, serta terlibat dalam proses diskusi, negosiasi dengan klien, dan koordinasi terkait pembayaran.

2. *Creative Department*

Creative Department memiliki peran dan tanggung jawab dalam menjaga kualitas ide, gaya, serta konsistensi komunikasi visual dalam konten kreatif. Dalam pelaksanaannya, tim *Creative* bertugas untuk memahami brief atau permintaan klien yang disampaikan oleh *Account Department*, serta mengolah data dan *insights* yang diberikan oleh *Strategy Department*. Berdasarkan hal tersebut, tim *Creative* mengembangkan ide-ide kreatif yang kemudian diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti *copywriting*, *key visual* (KV), maupun konten lainnya sesuai kebutuhan.

3. *Project Management*

Project Management Team memiliki peran dan tanggung jawab dalam mengatur jalannya proyek serta memastikan proses kerja berjalan secara terstruktur. Dalam pelaksanaannya, tim ini bertugas untuk memantau perkembangan proyek, serta mengatur pembagian tugas dan prioritas pekerjaan, khususnya pada tim *Creative*, agar setiap aktivitas berjalan sesuai dengan *timeline* yang telah ditetapkan. Dalam kondisi tertentu, departemen ini turut mengoordinasikan kebutuhan tambahan sumber daya untuk mendukung kelancaran proses kerja.

4. *Strategy Department*

Strategy Department memiliki peran dan tanggung jawab dalam melakukan riset dan analisis data sebagai dasar perencanaan. Dalam pelaksanaannya, tim *Strategy* melakukan riset dan menganalisis terkait pasar, audiens, tren serta kompetitor untuk menghasilkan *insight* yang relevan dengan kebutuhan klien. *Insight* tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan arah strategi, merumuskan pendekatan komunikasi, serta mengidentifikasi potensi topik yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh tim *Creative*. Adapun struktur dalam *Strategy Department* terdiri dari beberapa peran yang mendukung proses perencanaan tersebut.



Gambar 2.6 Struktur Department Strategi OLRANGE

Sumber: Dokumen Perusahaan yang Diolah Oleh Pemagang (2026)

a. *Strategic Director*

Strategic Director berperan sebagai penentu arah strategis dalam setiap proyek yang dijalankan. Mereka bertanggung jawab dalam menetapkan keputusan strategis untuk klien, memberi arahan dan bimbingan kepada tim strategis, mengawasi jalannya seluruh proses perancangan strategi, serta menjaga hubungan dengan klien pada tingkat manajerial.

b. *Associate Strategy Director*

Associate Strategy Director berperan sebagai penghubung antara *Strategic Director* dengan pelaksanaan strategi dalam proyek yang berjalan. Mereka bertanggung jawab dalam mengelola implementasi strategi pada proyek yang berjalan serta memimpin proyek seperti *pitching*. Selain itu, mereka juga mengoordinasikan tim strategis di bawahnya serta memberikan arahan dalam pelaksanaan strategi.

c. *Senior Digital Strategist*

Senior Digital Strategist berperan dalam melakukan proses perancangan dan pengembangan strategi komunikasi digital berbasis hasil data, *insight*, dan analisis. Mereka bertanggung jawab menentukan arah komunikasi serta pendekatan konten dan *channel* yang sesuai dengan kebutuhan klien, sekaligus menyusun *deck* presentasi strategi, memimpin presentasi dan *workshop* strategi, serta memberikan arahan kepada *Digital Strategist* dan *Junior Digital Strategist*.

d. *Digital Strategist*

Digital Strategist berperan dalam mengolah data, *insight*, dan hasil analisis menjadi strategi komunikasi digital yang sesuai dengan kebutuhan klien. Mereka bertanggung jawab dalam penyusunan *deck* strategi, melakukan presentasi dan mendukung diskusi strategi, serta bekerja sama dengan *Team Creative* dan *Account* untuk memastikan strategi yang telah dirancang dapat diimplementasikan secara optimal.

e. *Junior Digital Strategist*

Junior Digital Strategist berperan dalam proses penyusunan strategi komunikasi digital yang sesuai dengan kebutuhan klien melalui

pengumpulan data, riset, dan hasil analisis. Mereka bertanggung jawab mengolah data dan *insight*, menyusun materi deck strategi, melakukan presentasi, berpartisipasi dalam diskusi strategi, serta bekerja sama dengan *Team Creative* dan *Account* untuk memastikan strategi yang telah dirancang dapat diimplementasikan secara optimal.

5. *Social Media & Analytic Team*

Social Media & Analytics Team terbagi menjadi dua, yaitu *Data & Analytics Department* dan *Channels Department*. Dalam pelaksanaannya, tim *Data & Analytics* bertugas dalam menggunakan *analytic tools* untuk menghasilkan data yang dapat mendukung kebutuhan tim *Strategy*. Sementara itu, tim *Channel* bertugas untuk memastikan bahwa seluruh konten yang telah dikembangkan oleh tim *Creative* dan disetujui oleh klien melalui tim *Account* dapat dipublikasikan secara tepat waktu sesuai dengan platform, format, dan jadwal yang telah ditentukan.

