

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Olrangle Digital Advertising Agency merupakan perusahaan yang bergerak di bidang periklanan dan pemasaran digital yang berbasis di Jakarta Selatan. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2014 oleh Reza Akbar (Chief Executive Officer), bersama dengan Erick Sebastian (Chief Creative Director) dan Victor Hartanto dibawah naungan PT Jingga Kreasi Multiguna. Sejak awal berdirinya, OLRANGE berfokus pada pengembangan strategi komunikasi digital yang kreatif dan inovatif untuk membantu brand dalam menjangkau audiens secara efektif. Kantor pusat Olrange Digital Advertising Agency saat ini berlokasi di Jl. Pattimura No.6A, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12110. Lokasi ini menjadi pusat operasional perusahaan dalam menjalankan berbagai aktivitas bisnis dan pelayanan kepada klien.

Dalam perkembangannya, Olrange Digital Advertising Agency mengalami pertumbuhan yang signifikan hingga akhirnya menjadi salah satu agensi digital ternama di industri periklanan. Seiring dengan perkembangan tersebut, Olrange kemudian bergabung dan menjadi bagian dari Flock Creative Network, yang berada di bawah naungan ALVA Group. Proses ini dapat dikategorikan sebagai bentuk akuisisi/strategic partnership yang bertujuan untuk memperkuat posisi perusahaan dalam industri kreatif digital. Melalui penggabungan ini, Olrange memperoleh dukungan yang lebih luas dari segi sumber daya, jaringan, serta kapabilitas layanan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menangani proyek dengan skala yang lebih besar serta memperluas jangkauan klien, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, integrasi dengan jaringan kreatif yang lebih besar juga mendorong peningkatan kualitas layanan dan inovasi dalam strategi pemasaran digital yang ditawarkan kepada klien. Dengan adanya akuisisi tersebut, Olrange Digital Advertising Agency terus berkembang dan beradaptasi dengan dinamika

industri digital, serta memperkuat posisinya sebagai salah satu agensi kreatif yang kompetitif di Indonesia.

Orange digital advertising sendiri menawarkan berbagai layanan, seperti social media marketing, digital content production, creative design, serta digital communication. Perusahaan ini mengedepankan pendekatan kreatif dan kolaboratif dalam setiap proyek yang dikerjakan guna menghasilkan kampanye digital yang efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Orange Digital Advertising Agency juga telah bekerja sama dengan berbagai klien dari beragam industri, baik nasional maupun internasional. Beberapa brand yang pernah ditangani antara lain Hyundai, Kratingdeng, SoKlin, Tokopedia, American Standard, dan BCA Blu. Hal ini menunjukkan bahwa Orange memiliki pengalaman yang luas dalam menangani proyek-proyek berskala besar. Selain itu, Orange juga pernah meraih penghargaan Independent Agency of the Year (Gold Winner) pada tahun 2019, yang semakin memperkuat reputasinya sebagai agensi kreatif yang kompetitif di industri periklanan digital Indonesia.

Dengan demikian, Orange Digital Advertising Agency tidak hanya menunjukkan perkembangan yang signifikan sebagai perusahaan di bidang digital marketing, tetapi juga mampu mempertahankan kualitas layanan melalui inovasi dan kolaborasi yang berkelanjutan. Hal ini menjadikan Orange sebagai salah satu agensi yang mampu beradaptasi dengan perubahan tren industri serta memberikan solusi yang efektif bagi berbagai kebutuhan pemasaran digital klien.

2.2 Visi Misi

Orange memiliki visi dan misi yang menjadi landasan utama dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu:

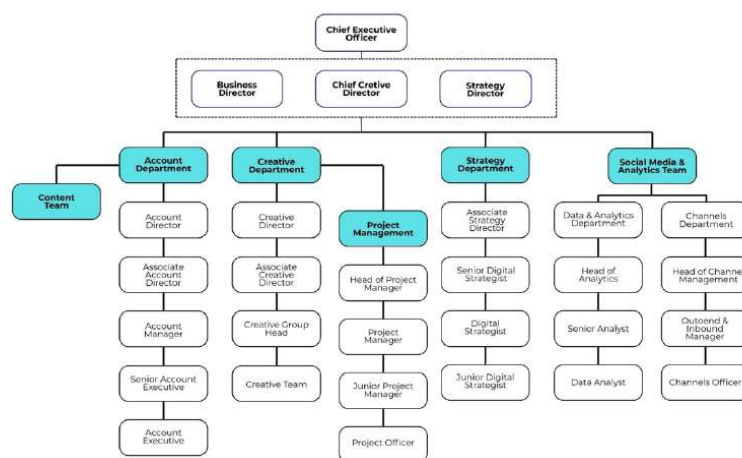
Visi

Menjadi jaringan yang mampu menginkubasi talenta dan perusahaan yang berorientasi masa depan, serta menciptakan sinergi antara talenta, kreativitas, dan inovasi dalam industri digital.

Misi

Memberikan layanan kepada brand yang berpikiran maju melalui strategi pemasaran digital yang inovatif, efektif, dan berfokus pada efisiensi serta peningkatan konversi.

2.3 Struktur Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Orange merupakan perusahaan yang memiliki struktur organisasi yang dirancang secara sistematis untuk mendukung efektivitas operasional, kejelasan alur kerja, serta kolaborasi antar divisi. Pada tingkat tertinggi, terdapat Chief Executive Officer (CEO) yang bertanggung jawab dalam menentukan visi, arah strategis, serta pengambilan keputusan utama perusahaan. CEO juga berperan dalam melakukan pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan agar berjalan sesuai dengan target bisnis dan standar yang telah ditetapkan.

Dibawah CEO, terdapat tiga posisi utama, yaitu Business Director, Chief Creative Director, dan Strategy Director. Business Director bertanggung jawab untuk mengembangkan bisnis perusahaan, termasuk melakukan pendekatan kepada calon klien, menjaga hubungan dengan klien yang sudah ada, menyusun proposal

kerja sama, serta memastikan pencapaian target pendapatan perusahaan. Sedangkan, Chief Creative Director bertugas dalam mengarahkan keseluruhan konsep kreatif, melakukan review dan approval terhadap campaign, serta memastikan seluruh output yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi dan sesuai dengan identitas brand klien. Strategy Director berperan dalam menyusun strategi pemasaran yang komprehensif, mulai dari melakukan analisis pasar, menentukan target audience, merancang campaign, hingga memastikan strategi yang dijalankan mampu mencapai objektif yang telah ditentukan.

Orange kemudian terbagi ke dalam beberapa departemen utama. Account Department berfungsi menjadi penghubung antara klien dan tim internal, dengan tugas utama seperti menerima dan menerjemahkan brief dari klien, mengkoordinasikan kebutuhan klien ke tim terkait, menyusun timeline pekerjaan, melakukan follow-up, serta memastikan hasil pekerjaan sesuai dengan ekspektasi klien.

Disisi lain, terdapat Creative Department yang memiliki peran dalam mengembangkan ide dan konsep kreatif yang akan digunakan dalam campaign. Tugas yang dilakukan meliputi brainstorming ide, pembuatan konsep visual, desain grafis, copywriting, hingga produksi konten digital seperti video dan visual campaign. Tim ini juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh konten yang diproduksi menarik, relevan, dan sesuai dengan karakteristik audience.

Project Management bertugas dalam mengatur jalannya setiap proyek agar berjalan secara terstruktur dan tepat waktu. Tugas utamanya meliputi penyusunan timeline, pembagian tugas antar divisi, monitoring progress pekerjaan, koordinasi antar tim, serta memastikan semuanya sesuai deadline yang telah ditentukan. Selain itu, tim ini juga berperan dalam mengidentifikasi potensi kendala dalam proyek dan mencari solusi agar tetap berjalan lancar.

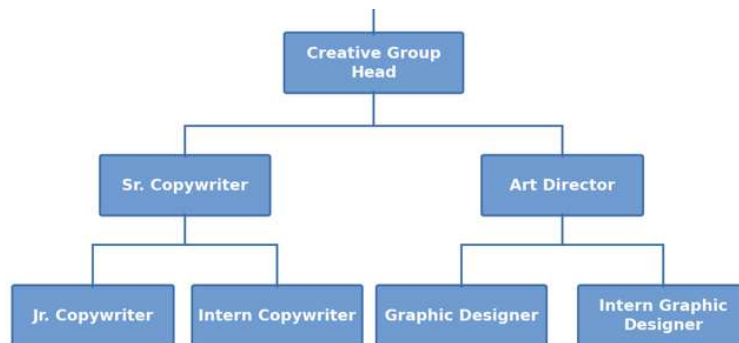
Strategy Department berfokus pada perencanaan strategi digital yang berbasis data. Tugasnya meliputi riset pasar, analisis kompetitor, identifikasi target audience, dan penentuan channel marketing yang tepat. Tim ini juga berperan

dalam mengevaluasi efektivitas suatu strategi yang telah dijalankan dan memberikan rekomendasi perbaikan untuk campaign berikutnya.

Social Media & Analytics Team terbagi menjadi dua bagian, yaitu Data & Analytics Department dan Channels Department. Data & Analytics bertanggung jawab dalam mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data performa campaign, seperti reach, engagement, conversion, serta metrik lainnya. Hasil analisis tersebut kemudian disusun dalam bentuk laporan dan insight yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sementara itu, Channels Department bertugas dalam mengelola platform digital perusahaan, seperti media sosial, termasuk penjadwalan posting, monitoring performa konten, interaksi dengan audiens, serta pelaksanaan kerja sama dengan influencer atau pihak eksternal untuk meningkatkan jangkauan dan engagement. Selain itu, Content Team memiliki peran penting dalam produksi konten harian. Tugasnya meliputi pembuatan ide konten, penulisan caption, pengembangan materi konten yang sesuai dengan tren dan kebutuhan audience, serta mendukung kebutuhan campaign dari divisi lain. Tim ini juga memastikan konsistensi tone dan gaya komunikasi brand dalam setiap konten yang dipublikasikan.

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, setiap divisi di Orlange memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terintegrasi. Kolaborasi antar tim menjadi faktor utama dalam memastikan setiap campaign dapat direncanakan, dieksekusi, dan dievaluasi dengan baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 Struktur Departemen Kreatif

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Departemen Kreatif bertanggung jawab terhadap pembuatan materi periklanan mulai dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Kreatif dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Chief Creative Director

Posisi ini merupakan jabatan tertinggi di departemen kreatif, dengan tanggung jawab utama mengawasi keseluruhan pekerjaan departemen serta memberikan supervisi langsung terhadap setiap proyek yang berjalan.

B. Creative Director

Melakukan supervisi terhadap proyek-proyek sesuai dengan stream yang menjadi tanggung jawabnya, serta menyusun perencanaan dan gambaran besar (big picture) strategi dalam proses kreatif. Posisi ini juga menjadi rujukan utama dalam berbagai diskusi tim. Selama proses kerja magang, interaksi langsung antara pemegang dan Creative Director relatif jarang terjadi, kecuali pada sesi brainstorming bersama tim untuk menghasilkan ide-ide yang akan dieksekusi.

C. Associate Creative Director

Melakukan supervisi terhadap proyek sesuai dengan stream yang menjadi tanggung jawabnya, serta menyusun perencanaan dan gambaran besar strategi

dalam proses kreatif. Posisi ini juga menjadi rujukan dalam setiap diskusi yang berlangsung. Selama proses kerja magang, Associate Creative Director tidak melakukan interaksi langsung dengan pemegang.

D. Creative Group Head

Bertindak sebagai supervisor pemegang dan leader dari stream yang ditangani. Posisi ini terlibat langsung dalam diskusi dan brainstorming bersama tim untuk setiap rencana kreatif, sekaligus menjadi referensi agar hasil kerja semakin matang. Creative Group Head juga memberi tugas langsung kepada pemegang pada brand yang membutuhkan dukungan tambahan.

E. Art Director

Bertanggung jawab menjaga kualitas KV (key visual), COV (copy on visual), dan elemen konten lainnya yang telah direncanakan oleh copywriter. Posisi ini juga bekerja sama dengan copywriter dalam mengeksekusi konten yang terdapat dalam EP (Editorial Plan) bersama dengan graphic designer. Sebagai intern copywriter, pemegang menjalankan pekerjaannya melalui arahan senior copywriter, dengan menyiapkan konten yang nantinya akan dieksekusi secara visual oleh Art Director.

F. Graphic Designer

Berada di bawah koordinasi Art Director, Graphic Designer turut membantu menjaga kualitas KV (key visual), COV (copy on visual), dan elemen konten lainnya yang telah direncanakan oleh copywriter, serta bekerja sama dengan copywriter dalam mengeksekusi konten yang terdapat pada EP (Editorial Plan). Selama masa magang sebagai intern copywriter, pemegang menyerahkan konten yang telah disiapkan kepada Art Director dan Graphic Designer untuk selanjutnya dieksekusi secara visual.

G. Copywriter (Senior dan Junior)

Membuat copy untuk berbagai konten dengan menyesuaikan tonality yang diminta oleh klien, serta menjadi supervisor terhadap konten yang akan dieksekusi dalam proses produksi, termasuk turun langsung ke lapangan bersama CGH dan Art Director apabila diperlukan. Selain itu, Senior

Copywriter juga bertugas membuat naskah untuk setiap rencana iklan yang akan dilaksanakan. Posisi ini berperan sebagai mentor bagi Copywriter Intern serta membimbing Junior Copywriter. Oleh karena itu, sebagai intern copywriter, divisi Senior Copywriter merupakan divisi yang paling sering berinteraksi dengan pemegang, sekaligus menjadi tempat utama bagi pemegang untuk mempelajari dan menjalankan pekerjaan yang berkaitan dengan copywriting.

H. Head of Video Director

Bertugas mengeksekusi, merekam, dan mengedit konten yang telah dibuat atau direncanakan oleh copywriter, termasuk konten yang disiapkan oleh intern. Video yang telah selesai dikirimkan untuk proses screening melalui Project Manager, yang kemudian diteruskan kepada Copywriter, Art Director, dan CGH. Selama masa pemagangan, divisi ini tidak bersinggungan langsung dengan pemegang.

I. Head of Social

Bertanggung jawab atas Divisi Media Sosial, termasuk mengelola media sosial untuk kebutuhan promosi dan kampanye brand serta mengunggah konten yang telah dibuat. Divisi ini tidak memiliki interaksi langsung dengan pemegang selama masa kerja magang.

J. Head of Project Manager

Membawahi para Project Manager dan melakukan supervisi terhadap proyek yang sedang berjalan, sekaligus menjadi penghubung dengan pihak eksternal seperti freelancer maupun vendor yang terkait dengan proyek tersebut. Head of Project Manager juga bertugas menugaskan masing-masing Project Manager pada setiap stream. Selain itu, selama masa kerja magang, Project Manager berinteraksi langsung dengan pemegang dengan memberikan to-do list atau laundry list yang harus dikerjakan sesuai dengan deadline yang ditentukan.