

BAB II

GAMBARAN UMUM FROYO STORY

2.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Froyo Story merupakan salah satu agensi kreatif digital di Indonesia yang menyediakan berbagai layanan pemasaran modern. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri kreatif, Froyo Story membantu berbagai merek (brand) untuk membangun identitas, mengelola media sosial, hingga menjalankan strategi penjualan secara digital.

Perjalanan Froyo Story dimulai pada tahun 2011 dari sebuah studio kreatif kecil bernama Milk (yang sempat dikenal dengan nama Amazing Milk). Nama Milk dipilih karena melambangkan kesegaran dan awal baru yang murni. Proyek awal mereka dimulai saat dipercaya untuk membuat dan mengelola situs web resmi dari Vitacimin.



Gambar 2. 1 Logo Froyo Story
Sumber: LinkedIn Froyo Story

Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya kebutuhan pasar digital, pada tahun 2013 nama perusahaan resmi berganti menjadi Froyo Story di bawah pimpinan dua pendirinya, yaitu Andika Alivano dan Asep Bagja Priandana. Dengan membawa semangat dan moto utama "Shock The Ordinary", Froyo Story berkomitmen untuk selalu menghadirkan ide-ide kreatif yang berani dan berbeda dari biasanya.

Perkembangan perusahaan berlanjut pada periode 2013–2015 ketika Froyo Story sukses menangani kampanye digital skala besar bersama Pocari Sweat melalui program Sweatgenerat ION, serta bekerja sama dengan Alibaba untuk

memperluas jaringan pembuat konten (influencer). Pada tahun 2017, Froyo Story mendirikan pilar media anak muda bernama Froyonion, yang kemudian berkembang pesat dan berdiri sendiri sebagai perusahaan mandiri pada tahun 2019.



Gambar 2. 2 3 Logo ALVA Digital Network

Sumber: LinkedIn ALVA Digital Network

Langkah besar kembali diambil pada tahun 2021, di mana Froyo Story resmi bergabung dengan ALVA Digital Network, sebuah aliansi agensi di bawah naungan Future Creative Network (FCN). Hingga saat ini, Froyo Story didukung oleh lebih dari 100 karyawan dan berhasil meraih berbagai penghargaan industri kreatif seperti Marketing Excellence Awards, Hashtag Asia Awards, dan NEXT Awards Indonesia.

Untuk memberikan solusi pemasaran yang menyeluruh bagi para kliennya, Froyo Story mengelompokkan layanannya ke dalam empat pilar utama yang disebut sebagai Froyo 360 Ecosystem:

1. Creative (Strategi & Kampanye): Meliputi pembuatan ide kampanye, strategi media sosial, pembuatan konten grafis dan video, hingga produksi jingle lagu.
2. Community (Manajemen Komunitas & Influencer): Mengelola hubungan dengan Key Opinion Leader (KOL) / influencer, membuat topik populer (trending topic), serta liputan langsung di lapangan.
3. Commerce (Penjualan Digital): Berfokus pada layanan Live Shopping, pengelolaan toko di e-commerce, dan program pemasaran afiliasi.
4. Digital Marketing (Pemasaran Berbayar): Pengelolaan iklan berbayar (Paid Ads), peningkatan trafik penjualan, dan analisis kata kunci pencarian.

Kualitas layanan Froyo Story dibuktikan dengan kepercayaan dalam menangani berbagai merek ternama dari berbagai bidang, seperti NIVEA, Bioré, Unilever, Good Day, Indofood, Bank BRI, Bank BNI, Gojek, Grab, Netflix, Samsung, hingga merek otomotif seperti Vespa dan Hyundai.

Dalam menjalankan operasional harian dan melayani para klien, seluruh tim Froyo Story memegang teguh empat nilai utama yang disingkat LEAD:

1. Leadership (Kepemimpinan): Berani mengambil inisiatif dan memimpin dalam menciptakan tren komunikasi baru.
2. Explore (Eksplorasi): Selalu mau mencoba ide, media, dan teknologi baru yang segar.
3. Accountability (Tanggung Jawab): Bertanggung jawab penuh terhadap kualitas dan hasil dari setiap proyek yang dikerjakan.
4. Delivery (Ketepatan Eksekusi): Menjaga komitmen terhadap ketepatan waktu penyelesaian dan hasil kerja yang maksimal.

2.2 Visi Misi Froyo Story

Froyo Story sebagai salah satu digital agency kreatif terkemuka di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

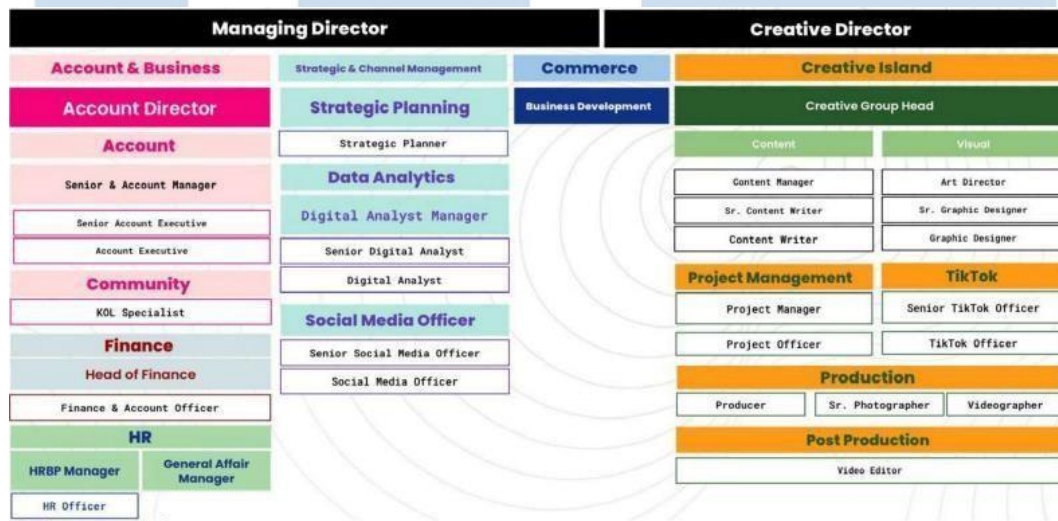
Menjadi agency profesional di bidangnya dan digital Agency local No. 1 di Indonesia, atau menjadi entertainment company di ranah digital.

MISI

Membawa kesenangan (fun) yang berdampak baik bagi konsumen, membuat masyarakat lebih insightful terhadap produk, serta memberikan pengalaman hiburan menyenangkan dengan dampak besar.

2.3 Struktur Organisasi Froyo Story

Sebagai sebuah agency kreatif digital, Froyo Story memiliki struktur organisasi yang disusun untuk mendukung efektivitas kerja serta kolaborasi antardivisi. Setiap bagian dalam struktur organisasi berperan penting sesuai dengan fungsi dan tanggung jawabnya, sehingga seluruh layanan dapat berjalan secara terintegrasi. Rincian pembagian struktur organisasi Froyo Story dapat dilihat pada bagan berikut:



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Froyo Story

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada Gambar 2.2 ditampilkan struktur organisasi PT Froyo Kreatif Indonesia (Froyo Story) yang menggambarkan pembagian fungsi serta hubungan kerja antar departemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Sebagai agensi kreatif digital, Froyo Story menerapkan struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung kolaborasi lintas divisi sehingga setiap proyek dapat dikelola secara efektif, mulai dari tahap perencanaan strategi, pengembangan ide kreatif, proses produksi, hingga evaluasi hasil kampanye.

Secara umum, perusahaan dipimpin oleh Founder yang sekaligus menjabat sebagai Chief Executive Officer (CEO) dan bertanggung jawab dalam menentukan arah bisnis serta pengambilan keputusan strategis perusahaan. Dalam menjalankan operasionalnya, CEO didukung oleh Chief Financial Officer (CFO) yang berperan dalam mengelola aspek keuangan perusahaan. Selanjutnya, kegiatan operasional sehari-hari berada di bawah koordinasi Managing Director dan Creative Director

yang memimpin berbagai departemen sesuai dengan fungsi masing-masing.

Di bawah Managing Director terdapat beberapa departemen yang berfokus pada pengelolaan bisnis dan strategi, yaitu Account & Business, Strategic & Channel Management, Commerce, Data Analytics, Social Media & Channel, Finance, serta Human Resource. Sementara itu, Creative Director membawahi Creative Island yang terdiri atas tim Content, Visual, Project Management, TikTok, Production, dan Post Production. Pembagian struktur tersebut memungkinkan setiap divisi memiliki fokus kerja yang berbeda, namun tetap saling terhubung dalam mendukung pelaksanaan proyek bagi klien.

Departemen Account & Business menjadi garda terdepan dalam membangun hubungan dengan klien. Tim ini bertugas memahami kebutuhan bisnis klien, mengoordinasikan komunikasi antara klien dengan tim internal, serta memastikan setiap proyek berjalan sesuai ruang lingkup pekerjaan (scope of work), timeline, dan target yang telah disepakati. Selama proses tersebut, Account Executive maupun Account Manager juga berperan sebagai penghubung utama yang menyampaikan brief, mengelola revisi, hingga memastikan kebutuhan klien dapat diterjemahkan dengan baik oleh tim internal.

Departemen Strategic & Channel Management berperan dalam merancang strategi komunikasi berdasarkan riset pasar, analisis target audiens, dan tujuan bisnis klien. Di dalamnya terdapat fungsi Strategic Planning, Data Analytics, serta Social Media & Channel yang saling melengkapi. Tim Strategic Planning menyusun strategi kampanye dan menentukan pendekatan komunikasi, sedangkan Digital Analyst mengolah data performa kampanye sebagai dasar evaluasi maupun pengambilan keputusan. Sementara itu, tim Social Media Officer (SMO) bertanggung jawab mengelola aktivitas media sosial, baik melalui publikasi konten maupun pengelolaan interaksi dengan audiens.

Di sisi kreatif, Creative Island menjadi pusat pengembangan ide dan produksi konten. Divisi ini dipimpin oleh Creative Group Head yang membawahi tim Content dan Visual untuk menghasilkan konsep komunikasi yang kreatif sesuai strategi yang telah disusun. Selain itu, terdapat tim TikTok yang berfokus pada pengembangan konten khusus platform TikTok, tim Production yang menangani proses pengambilan foto dan video, serta tim Post Production yang bertanggung jawab pada proses penyuntingan hasil produksi hingga siap dipublikasikan.

Agar seluruh proses dapat berjalan secara terstruktur, Froyo Story memiliki departemen Project Management yang bertugas mengoordinasikan pekerjaan lintas divisi. Tim ini mengatur pembagian tugas, memantau progres proyek, memastikan pekerjaan selesai sesuai jadwal, serta mengelola alur kerja menggunakan platform manajemen proyek Nifty. Dengan adanya Project Management, koordinasi antara tim Account, Strategy, Creative, hingga Production dapat berlangsung lebih efektif sehingga setiap proyek dapat diselesaikan sesuai target yang telah ditetapkan.

Secara keseluruhan, struktur organisasi Froyo Story menunjukkan bahwa setiap departemen memiliki peran yang saling melengkapi. Kolaborasi antar divisi menjadi faktor penting dalam mendukung proses kerja perusahaan, mulai dari memahami kebutuhan klien, menyusun strategi, mengembangkan konsep kreatif, memproduksi konten, hingga mengevaluasi hasil kampanye. Struktur tersebut memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang terintegrasi kepada klien sekaligus menjaga efektivitas dalam pengelolaan berbagai proyek secara bersama



Gambar 2. 4 Struktur DepartemenAccount

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar di atas menunjukkan struktur organisasi Departemen Account di Froyo Story. Struktur ini bersifat fleksibel dan tidak selalu seragam di setiap tim. Pada beberapa tim, hanya terdiri dari Account Manager, Senior Account Executive, dan Account Executive Intern tanpa Account Executive. Pada tim lain, hanya Account Manager dan Senior Account Executive tanpa intern, disesuaikan dengan kebutuhan proyek dan kapasitas tim.

Departemen Account bertanggung jawab mengelola hubungan klien dan mengoordinasikan kerja sama tim internal. Peran ini menjembatani komunikasi klien-tim internal serta memastikan proses kerja efektif, termasuk memimpin rapat internal/eksternal, mengawasi dari perencanaan strategi hingga eksekusi kampanye, serta mengelola anggaran seperti biaya produksi konten. Berikut uraian tugas masing-masing posisi di Departemen Account beserta hubungannya dengan peran Account Executive Intern selama magang.

A. Managing Director

Managing Director di Froyo Story bertanggung jawab atas bisnis keseluruhan dan mengintegrasikan program magang ke strategi pertumbuhan perusahaan, termasuk membuka peluang kolaborasi baru serta perluasan jaringan klien. Mereka memimpin Head of Department (Strategic, Finance, HRGA) untuk menugaskan magang pada workflow harian seperti riset pasar, pitching ide kreatif digital, monitoring brief proyek di Account, analisis channel digital, dan administrasi back office sambil memantau performa via KPI sederhana serta feedback rutin agar selaras dengan visi perusahaan, menjadikan magang aset strategis di industri kreatif digital.

B. Account Director

Account Director di Froyo Story memimpin Tim Account (Manager & Executive) untuk jaga standar perusahaan, kepuasan klien, pitching bisnis baru, serta kelola finansial seperti RAB. Untuk magang, mereka bertugas memberi arahan hari pertama, workshop skill, dan biweekly meeting untuk pantau progres, bahas tantangan, serta evaluasi perkembangan agar capai standar profesional.

C. Account Manager

Account Manager di Froyo Story bertanggung jawab mensupervisi dan

memberikan arahan langsung kepada intern magang, selain mengelola tim Account secara keseluruhan. Dalam program magang, peran utamanya meliputi pengaturan onboarding, penjadwalan tugas harian seperti quality control output, analisis metrik kampanye sederhana, serta penyusunan media plan dasar; menyelesaikan masalah klien dengan cepat; dan berkoordinasi dengan Account Director untuk memastikan efisiensi dana serta pencapaian tujuan proyek secara optimal.

D. Senior Account Executive

Bertindak sebagai titik kontak utama klien, menjaga komunikasi intensif dan keselarasan proyek dengan tujuan bisnis klien. Mengatur kampanye dari awal hingga akhir, koordinasi tim internal, pengawasan proses, penyusunan proposal/anggaran/kontrak di bawah Account Manager, analisis metrik, serta rekomendasi strategis. Juga mendampingi Account Executive dan intern dalam lingkungan kerja yang saling mendukung untuk pengembangan profesional.

E. Account Executive

Account Executive di Froyo Story menghubungkan tim internal dengan klien melalui komunikasi efektif untuk menyampaikan arahan, ekspektasi, atau revisi terutama ke tim kreatif/produksi sambil mengawasi produksi konten seperti shooting sesuai brief, menangani administratif (MoM, creative brief, distribusi info), serta memantau timeline, anggaran, dan output agar sesuai standar perusahaan dan harapan klien di bawah pengawasan Account Manager/Senior AE. Untuk intern magang, posisi ini bertanggung jawab mendampingi dengan memberikan arahan langsung, supervisi tugas harian seperti pencatatan MoM, distribusi brief, atau monitoring timeline sederhana, feedback rutin, serta memastikan pemahaman workflow Account agar berkontribusi efektif.

F. Account Executive Intern

Selama magang sebagai Account Executive Intern di Froyo Story, tugas mencakup mendukung komunikasi strategis Departemen Account, seperti mencatat Minutes of meeting (MoM), menyampaikan arahan klien ke tim internal (terutama kreatif), menyusun dokumen settlement/cash advance untuk produksi shooting, serta menerima/distribusikan job request/client brief agar diproses sesuai kebutuhan.