

BAB II

GAMBARAN UMUM FROYO STORY

2.1 Tentang Froyo Story

Berdiri sejak tahun 2011, Froyo Story pada mulanya beroperasi di bidang *web development* dengan nama 'Milk', serta menggandeng Vitacimin sebagai mitra klien pertamanya. Pada tahun 2013, Andika Alivano selaku pendiri melihat potensi strategis dari *branded entertainment content* seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Pada tahun yang sama, 'Milk' secara resmi berganti identitas menjadi Froyo Story dan mulai berfokus pada penyediaan *branded entertainment* dengan Pocari Sweat sebagai klien pertama.



Gambar 2. 1 Logo Froyo Story

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Seiring berjalannya waktu, keberadaan Froyo Story sebagai agensi kreatif digital semakin diakui secara luas. Pada tahun 2021, Froyo Story secara resmi berintegrasi dengan ALVA Digital, sebuah ekosistem agensi kreatif di bawah Future Creative Network (FCN). Perubahan ini menjadi momentum bagi Froyo Story untuk terus berkembang menjadi industri kreatif digital yang semakin kompetitif melalui kolaborasi antar agensi yang luas.

Andika Alivano, selaku pendiri Froyo Story, meyakini bahwa pertumbuhan Froyo Story merupakan hasil kontribusi setiap individu di dalamnya. Froyo Story terus memperluas lingkup operasionalnya, ditunjukkan melalui penyediaan ragam

layanan digital yakni *web development, branded entertainment, KOL management, dan e-commerce*.

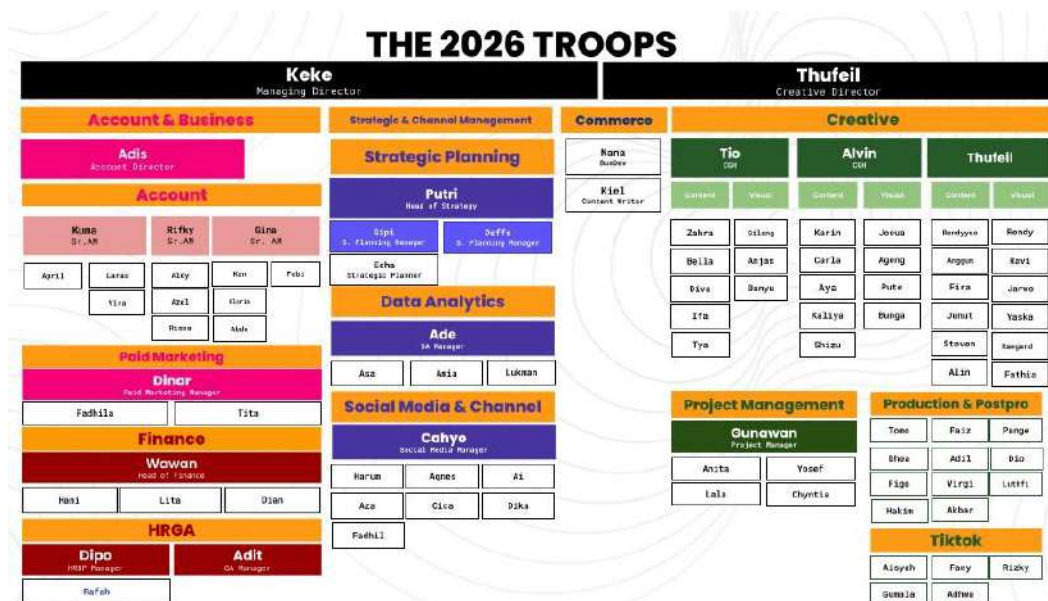
2.2 Visi Misi Froyo Story

Sebagai pendiri Froyo Story, Andika Alivano menyatakan bahwa Froyo Story tidak memiliki visi dan misi yang spesifik. Dirinya menyatakan bahwa Froyo Story secara konsisten memegang satu tujuan utama, yaitu menjamin kesejahteraan seluruh personel di dalam perusahaan. Tujuan ini melandasi Froyo Story untuk selalu memberikan kesempatan baru bagi seluruh karyawannya tanpa terkecuali.

Hal ini membangun Froyo Story menjadi agensi yang selalu terbuka terhadap inovasi serta hal-hal baru. Andika Alivano percaya bahwa dengan ini Froyo Story dapat terus menjaga relevansinya dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

2.3 Struktur Organisasi Froyo Story

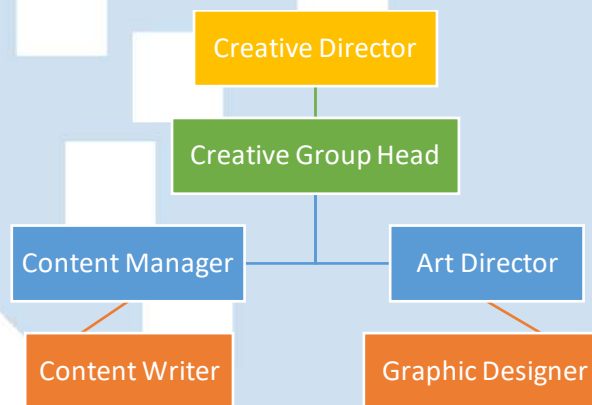
Froyo Story merupakan sebuah agensi kreatif digital yang pertama didirikan pada 2011 dan terus berkembang hingga saat ini. Berikut adalah struktur organisasi Froyo Story di tahun 2026:



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan Froyo Story

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Struktur diatas mengilustrasikan pembagian operasional di Froyo Story ke dalam dua departemen utama, yakni Management Department dan Creative Department. Pada Departemen Kreatif, pekerjaan didistribusikan ke dalam empat divisi meliputi Creative, Project Management, Production, serta TikTok. Divisi Creative kemudian kembali dibagi menjadi 3 Creative Island, dikepalai dengan Creative Group Head yang berbeda. Dalam sebuah Island terdapat Creative Group Head, Content Manager, Art Director, Content Writer, dan juga Graphic Designer. Berikut adalah struktur dalam sebuah Island di Froyo Story:



Gambar 2. 3 Struktur Creative Island

Sumber: Hasil olahan kerja magang

Sebuah Creative Island bertanggung jawab membuat konten untuk media sosial *brand* mulai dari merancang konsep, membuat *mockup* desain, hingga menulis caption. Berikut deskripsi pekerjaan setiap posisi dalam Creative Island serta keterkaitannya dengan proses magang.

A. Creative Director

Bertanggung jawab memastikan kelancaran seluruh pekerjaan pada departemen kreatif. Creative Director bertanggung jawab menangani jalannya bisnis perusahaan dan menangani bila ada krisis dengan klien. Dalam proses magang ini Creative Director mengawasi seluruh pekerjaan kreatif serta konten-konten yang dihasilkan.

B. Creative Group Head

Bertanggung jawab memastikan kelancaran seluruh pekerjaan dalam Creative Island. Creative Group Head juga bertanggung jawab dalam mencetuskan *brand campaign* dan mengelola pekerjaan Creative Island sehari-hari. Dalam proses magang ini Creative Group Head berperan sebagai *supervisor* magang yang membantu distribusi pekerjaan dan mengawasi kelancaraan magang.

C. Art Director

Bertanggung jawab dalam memastikan kelancaran pekerjaan Graphic Designer. Art Director juga bertanggung jawab dalam proses *ideation* dan mengembangkan ide visual yang kreatif untuk sebuah konten. Dalam proses magang, Art Director berperan sebagai sarana untuk mendiskusikan aspek visual dari konten media sosial yang dihasilkan.

D. Content Manager

Bertanggung jawab dalam memastikan kelancaran pekerjaan Content Writer. Content Manager juga bertanggung jawab dalam proses *ideation* dan mengembangkan ide konten serta *treatment* konten yang tepat untuk memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Selama pelaksanaan kerja magang, Content Manager bertugas mengawasi hasil kerja Content Writer guna menjamin setiap konten yang diproduksi telah memenuhi ketentuan yang tertera pada *brief* klien.

E. Graphic Designer

Bertanggung jawab dalam menghasilkan desain visual untuk kebutuhan konten media sosial seperti feed, materi digital, materi cetak, dan lainnya. Graphic Designer bertugas mengeksekusi *brief* visual dan merespon berbagai revisi yang didapat dari Content Writer dan memastikan setiap aset visual yang dihasilkan selaras dengan identitas *brand*.

F. Content Writer

Bertanggung jawab dalam menghasilkan *draft* konten untuk media sosial *brand* sesuai dengan JR (*job request*) yang diterima dari klien. Secara keseluruhan, Content Writer berperan dalam menghasilkan pesan komunikasi dalam

berbagai format tulisan mulai dari *caption*, *copy on visual*, dan *script*. Program magang ini dilaksanakan dengan posisi sebagai Content Writer Intern, namun Content Writer lain dalam Island yang sama ikut berperan sebagai sarana diskusi dan pembimbing selama proses magang guna menghasilkan konten yang maksimal.

