

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Orlange dan Future Creative Network (FCN Digital)



Gambar 2.1 Logo Orlange Digital Advertising Agency
Sumber: Dokumen internal perusahaan (2026)

Orlange merupakan perusahaan pemasaran digital independen di Indonesia yang bergerak dalam industri kreatif agensi didirikan oleh Victor Hartanto pada tahun 2013. Pencapaian Orlange sebagai salah satu agensi terbaik terbukti dalam ajang penghargaan *Independent Agency of the Year*. Pada penghargaan tersebut, Orlange berhasil meraih gelar “*GOLD WINNER*” dan “*LOCAL HERO*” untuk kategori *Independent Agency of the Year 2019* yang diselenggarakan oleh Marketing Interactive. Dalam ajang ini, terdapat agensi lain seperti Leverage Media Asia yang memperoleh *Silver* dan Froyo Story yang memperoleh *Bronze*.



Gambar 2.2 Pemenang *Independent Agency of the Year* 2019
Sumber: Marketing Interactive Winners (2019)

Pencapaian Orlange terus berkembang, dimana pada tahun 2021 Orlange kembali berhasil masuk dalam daftar pemenang Citra PARIWARA pada kategori *Digital Agency of the Year* dalam rangkaian festival periklanan ke-34 yang diselenggarakan oleh Persatuan Periklanan Indonesia. Rangkaian penghargaan ini menunjukkan bahwa Orlange memiliki kinerja yang unggul serta mampu bersaing

di industri agensi digital, khususnya di tingkat nasional. Selain itu, keberhasilan Orlange mampu mencerminkan kualitas layanan, kreativitas, dan inovasi yang secara konsisten dihasilkan dalam berbagai proyek dan kampanye digital. Dengan diraihnya penghargaan ini, Orlange semakin memperkuat reputasinya sebagai perusahaan pemasaran digital independen yang kompeten dan terpercaya di Indonesia. Hal ini juga mendukung posisinya dalam industri kreatif sebagai agensi yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan digital marketing.

DIGITAL AGENCY OF THE YEAR	
1.	GOODSTUPH
2.	Dentsu Digital
3.	Redcomm Indonesia
4.	Bukalapak Creative House
5.	ALVA - Orlange

Gambar 2.3 Pemenang Digital Agency of the Year 2021
Sumber: Citra Pariwara Advertising Festival (2021)

Sebagai upaya pengembangan industri digital, Orlange menjalin kerjasama dengan Future Creative Network (FCN) berkolaborasi dengan berbagai agensi lain seperti Antikode, Froyo Story, Maleo, Orca, Orbeat, Olround, dan Orbeam guna membangun ekosistem digital yang terintegrasi (Antikode, 2021).



Gambar 2.4 Jaringan Kolaborasi ALVA Holdings Group
Sumber: Dokumen internal perusahaan (2026)

Kolaborasi kerjasama ini bertujuan untuk membangun *digital advertising powerhouse* ALVA Holding Group sebagai salah satu kekuatan digital terbesar di Asia Tenggara. Setiap agensi dalam jaringan ini memiliki spesialisasi dan spesifikasi keahlian pada masing masing bidang digital yang beragam, mulai dari

teknologi, produksi konten, hingga strategi komunikasi pemasaran guna mendukung kebutuhan pemasaran klien agar terciptanya layanan pemasaran yang efektif, inovatif dan terintegrasi. Melalui kerja sama ini, Orlange dapat memperkuat eksistensinya di industri digital dengan memanfaatkan ekosistem yang lebih luas dan terintegrasi. Orlange menjadi salah satu agensi yang terpilih dalam pembangunan ALVA Digital karena reputasi Orlange sebagai agensi yang dikenal akan kreativitas serta inovasi yang konsisten dalam setiap pekerjaan yang dihasilkan dalam berbagai kampanye digital. Secara umum, layanan utama Orlange berfokus pada kreativitas digital, meliputi *social media marketing, digital content production and development, community management, creative design*, serta *digital communication* (Orlange, 2018).

Ekosistem yang dimiliki ALVA Digital berfokus pada penciptaan sinergi antara talenta, kreativitas, dan inovasi. Pembagian peran dalam ekosistemnya terbagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu *Creative, Media*, serta *Data & Experience*. Pada kategori *Creative*, terdapat beberapa agensi seperti Orlange, Froyo Story, Maleo, dan Olround yang berfokus pada pengembangan ide dan konten kreatif. Orbeat dan Orca berperan dalam distribusi dan pengelolaan media. Sementara itu, pada kategori *Data & Experience*, diwakili oleh Antikode yang berfokus pada pengolahan data, pengembangan teknologi serta peningkatan pengalaman pengguna (Orlange Credentials, 2026).

Melalui pembagian peran tersebut, Future Creative Network bersama ALVA Digital mampu menciptakan kolaborasi yang terintegrasi dalam setiap tahapan perjalanan konsumen. Dengan demikian, ekosistem ini tidak hanya mendukung proses pemasaran secara menyeluruh, tetapi juga memastikan bahwa setiap interaksi memiliki nilai yang signifikan dan berdampak bagi klien.

Inovasi Orlange terus berkembang dalam bidang pemasaran digital di industri agensi kreatif. Hal ini ditunjukkan melalui keberhasilan Orlange dalam menjalin kerjasama dengan berbagai *brand* ternama, baik dari perusahaan nasional maupun internasional, yang berasal dari beragam sektor industri seperti teknologi, otomotif, perbankan, FMCG, hingga hiburan. Sebagaimana diwujudkan melalui keterlibatan

Olrangle dalam mengelola berbagai kampanye pemasaran digital untuk sejumlah *brand* besar seperti Hyundai, Denza, So Fresh, Garnier, TMRW, So Klin, Nextar, Disney+ Hotstar dan lain sebagainya. Saat ini, sejumlah *brand* yang masih aktif bekerja sama dengan ekosistem ALVA antara lain So Fresh, Nextar, Lemonilo, Hyundai, Denza, DBS, Good Days, TMRW, Filma, Blu, Nuvo, K White Natural dan lain sebagainya. Hal tersebut menunjukkan Olrangle memiliki kemampuan dalam merancang strategi komunikasi pemasaran yang efektif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan pasar di berbagai sektor industri.



Gambar 2.5 Portfolio Olrangle Credentials 2026
Sumber: Dokumen internal Perusahaan (2026)

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Olrangle sebagai salah satu agensi bagian dari ALVA Digital biro iklan terkemuka di Indonesia memiliki visi dan misi yang menjadi landasan dalam menjalankan kegiatan operasional serta pengembangan perusahaan, yakni sebagai berikut:

VISI

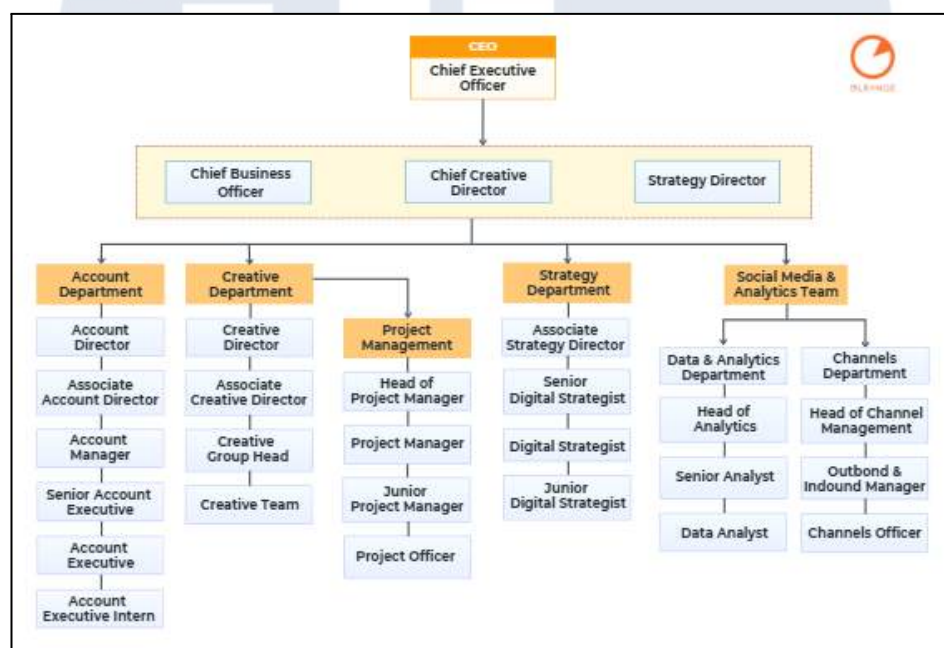
“To create a network where we incubate future-minded talents and companies, creating synergy between talent, creativity, and innovation.”

MISI

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

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai perusahaan industri pemasaran *digital advertising agency* yang terus berkembang dan berinovasi dalam menangani berbagai *brand* ternama, Orlange menjalankan operasionalnya melalui kerja sama tim dari berbagai divisi yang saling terintegrasi. Struktur organisasi perusahaan dirancang secara sistematis guna mendukung efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan strategi komunikasi pemasaran digital. Berikut merupakan struktur organisasi Orlange:



Gambar 2.6 Struktur Organisasi Orlange

Sumber: Dokumen Perusahaan yang Diolah Oleh Pemegang (2026)

Orlange Digital Creative Advertising Agency dipimpin oleh Reza Akbar selaku *Chief Executive Officer (CEO)* yang berperan penting dalam pendirian ALVA Holdings Group. Secara umum, CEO memiliki tanggung jawab utama dalam memimpin seluruh departemen, menentukan strategi perusahaan, mengambil keputusan, serta mengawasi seluruh kegiatan operasional. Dalam menjalankan operasionalnya, CEO didukung oleh tiga posisi utama, yaitu *Chief Business Officer*, *Chief Creative Director*, dan *Strategy Director* yang masing-masing memiliki peran strategis dalam menciptakan sistem kerja yang efisien, terstruktur, dan adaptif terhadap perkembangan industri periklanan digital. Selain itu, tanggung

jawab dalam pengembangan bisnis serta memastikan seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan visi dan misi juga menjadi bagian dari peran pimpinan perusahaan. Adapun departemen yang berada dibawah struktur organisasi CEO di Orlange meliputi *Account Department*, *Creative Department*, *Project Management*, *Strategy Department*, dan *Social Media & Analytics Team*.

1. *Account Department*

Departemen *Account* dalam agensi menjadi salah satu divisi yang berperan penting. *Account* memiliki peran utama sebagai penghubung langsung antara agensi dengan klien. Tim *Account* akan menjembatani kebutuhan klien kepada pihak internal melalui pembuatan *brief*, memimpin diskusi perencanaan eksekusi pembuatan pemasaran, serta menjaga komunikasi yang efektif antara tim kreatif dan strategis. Selain itu, tim *account* juga turut bertanggung jawab memastikan seluruh proyek berjalan sesuai timeline kerja dan target yang telah ditentukan berjalan sesuai rencana, serta menjembatani komunikasi internal kepada klien mulai dari proses diskusi hingga tahap negosiasi. Di sisi lain, tim *account* juga terlibat dalam mendukung tim *finance* terkait dengan pembayaran berdasarkan kontrak perjanjian kerjasama (*retainer*) dengan klien.

2. *Creative Department*

Secara umum, tim kreatif di Orlange memiliki tanggung jawab utama dalam mengolah *brief* dari klien menjadi konsep yang lebih menarik dan relevan dengan target audiens *brand*. Proses ini menghasilkan berbagai bentuk *output* meliputi *copywriting*, *key visual (KV)*, serta berbagai bentuk konten kreatif yang disesuaikan dengan kebutuhan klien. Dalam pelaksanaannya, tim kreatif terdapat beberapa peran yang mendukung proses produksi antara lain *Content Manager*, *Copywriter*, *Art Director*, *Graphic Designer*, *Content Creator*, dan *Editor*. Selain itu, terdapat tim *Project Management* yang bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan dan memantau kinerja tim kreatif serta memastikan setiap proyek berjalan sesuai dengan timeline yang ditetapkan.

3. *Strategy Department*

Divisi Strategi bertanggung jawab dalam merancang strategi pemasaran digital yang berbasis pada riset dan analisis tren konten. Melalui hasil riset dan

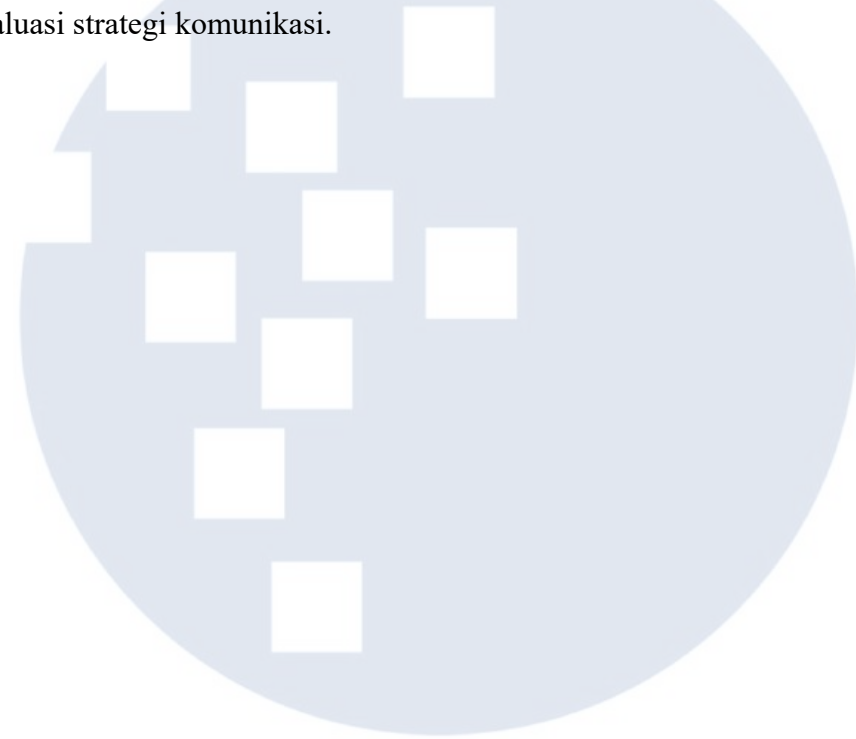
analisis yang mendalam, divisi ini akan memastikan ide-ide yang dieksekusi selaras dengan kebutuhan klien. Struktur yang dimiliki Orlange dalam *Strategy Department* antara lain terdiri dari *Senior Digital Strategist*, *Digital Strategist*, dan *Junior Digital Strategist*. Masing-masing posisi memiliki peran dalam menyusun perencanaan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan klien.

4. *Social Media & Analytics Team*

Divisi *Social Media & Analytics Team* terdiri dari dua departemen yang saling melengkapi dalam mendukung kebutuhan klien dengan fungsi yang berbeda yaitu *Data & Analytics Department* dan *Channels Department*. Pertama, Departemen *Data & Analytics*, berfokus pada pengumpulan dan pengolahan data yang dibutuhkan untuk mendukung evaluasi performa kampanye klien. Hasil analisis yang dihasilkan departemen ini menjadi dasar bagi tim strategis dalam pengambilan keputusan. Departemen ini dipimpin oleh *Head of Analytics*, dengan anggota yang terdiri dari *Senior Analyst* dan *Data Analyst*. Kedua, *Channels Department (Social Media)* bertanggung jawab atas pengelolaan seluruh platform media sosial milik klien, sesuai dengan ruang lingkup pekerjaan (*Scope of Work/SOW*) yang disepakati dalam kontrak kerjasama (*retainer*). Departemen ini dipimpin oleh *Head of Channel Management* dan mencakup *Outbound & Inbound Manager* dan *Channels Officer*.

Dalam operasionalnya, *Channels Department* menjalankan dua peran utama. *Tim outbound* bertugas mengelola publikasi konten di platform media sosial klien berdasarkan arahan dari *account executive*. Tugas tim ini meliputi pengunggahan konten sesuai jadwal yang telah ditetapkan, penyusunan laporan performa konten secara berkala (harian, mingguan, dan bulanan) untuk dilaporkan kepada klien, melakukan *live report* dan *event recap*, melakukan penarikan data performa konten, memanfaatkan *riding moment* yang relevan, serta kegiatan *crafting* dan *copywriting* dalam kebutuhan pembuatan konten. Sedangkan *tim inbound* bertanggung jawab dalam memelihara interaksi antara *brand* dan pelanggan di platform digital. Aktivitas ini meliputi membalas

komentar, pesan masuk (*direct message*), maupun keluhan dari pelanggan (*customer*). Setiap keluhan akan didata dan dilaporkan kepada klien, serta mencatat dan menganalisis sentimen dan *feedback* pelanggan sebagai bahan evaluasi strategi komunikasi.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA