

BAB II

GAMBARAN UMUM CRIMSON AGENCY

2.1 Tentang Crimson Agency

Crimson Agency merupakan sebuah *digital boutique agency* yang bergerak di bidang pemasaran digital dan periklanan yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Didirikan pada tahun 2016 oleh Deden Purnamahadi, perusahaan ini memiliki jumlah karyawan sekitar 51–200 orang dan berfokus pada pengembangan strategi komunikasi digital yang kreatif serta terintegrasi untuk membantu *brand* menjangkau audiens secara efektif (Crimson Agency, n.d.).

Dalam operasionalnya, Crimson Agency berada dalam ekosistem industri yang terhubung dengan Redcomm Indonesia sebagai bagian dari jaringan agensi digital yang lebih luas. Keterkaitan ini memungkinkan adanya kolaborasi strategis serta pertukaran *insight* dalam menghadapi dinamika industri *digital marketing* yang kompetitif. Sebagai *e-reputation agency*, Crimson Agency tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga pada pengelolaan citra dan reputasi brand secara menyeluruh di ruang digital, sehingga mampu memberikan solusi komunikasi yang strategis dan berkelanjutan bagi klien.

Crimson Agency telah bekerja sama dengan berbagai *brand*, seperti Indomie, Zinc, Goodday, Kodomo, Kecap Sedap dan banyak *brand* lainnya. Keterlibatan dengan berbagai *brand* tersebut menunjukkan bahwa Crimson Agency memiliki pengalaman dalam menangani kampanye digital lintas industri, serta mampu mengembangkan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan pasar dan perkembangan tren digital saat ini.

2.2 Visi Misi Crimson Agency

Crimson Agency sebagai salah satu *digital agency* di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

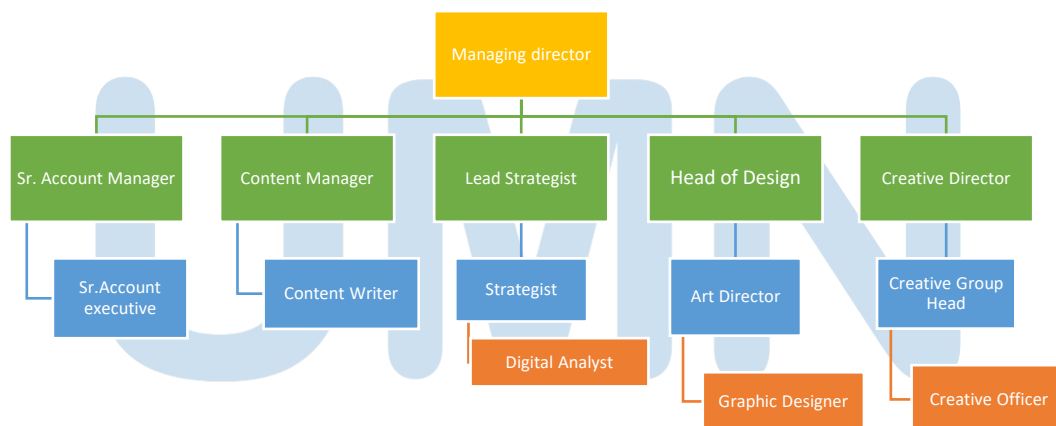
Menjadi *agency* yang menciptakan percakapan dan dampak bagi *brand* melalui *storytelling*.

MISI

- 1) Mengembangkan strategi komunikasi yang kreatif dan relevan bagi *brand*.
- 2) Menyampaikan pesan *brand* secara efektif melalui media, PR, dan *storytelling*.
- 3) Menciptakan dampak nyata dan hubungan yang kuat antara *brand* dan audiens.

2.3 Struktur Organisasi Crimson Agency

Crimson Agency merupakan *agency* di bidang komunikasi dan *public relations* (PR) yang berfokus pada pengelolaan *brand* melalui pendekatan *storytelling*, *media relations*, dan kampanye strategis. Crimson Agency ini juga bagian dari jaringan yang lebih besar, yaitu berada di bawah Redcomm Indonesia sebagai *holding company*, yang juga terhubung dengan jaringan regional RedAsia. Crimson Agency beroperasi di Jakarta sejak tahun 2016 dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

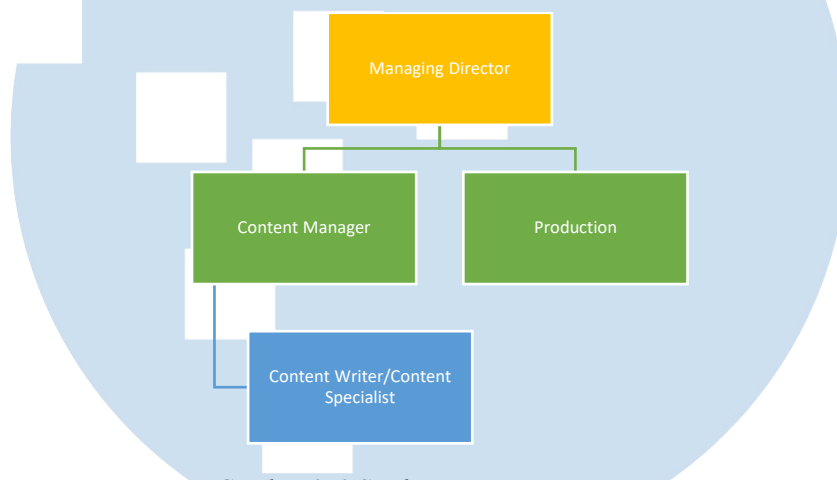


Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Crimson Agency

Sumber: Ditulis ulang berdasarkan dokumen perusahaan (2026)

Struktur organisasi Crimson Agency dipimpin oleh Managing Director yang membawahi beberapa divisi utama yaitu Sr. Account Strategist, Content Manager, Lead Strategist, Head of Design, Creative Director. Sebagai agensi yang bergerak

di bidang *public relations*, Crimson Agency memiliki beberapa divisi atau departemen yang mendukung jalannya operasional perusahaan, salah satunya adalah Departemen Konten. Departemen ini memiliki peran penting dalam merancang, mengembangkan, dan mengeksekusi berbagai bentuk konten digital yang digunakan dalam kampanye klien.



Gambar 2. 2 Struktur Departemen Konten

Sumber: Ditulis ulang berdasarkan dokumen perusahaan (2026)

Untuk mendukung pelaksanaan strategi komunikasi dan pemasaran digital yang efektif, diperlukan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam setiap departemen. Oleh karena itu, Crimson Agency memiliki struktur organisasi yang terorganisir, khususnya pada Departemen Konten, guna memastikan proses perencanaan hingga produksi konten dapat berjalan secara optimal dan terarah, Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Konten dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Managing Director

Menentukan arah strategis perusahaan serta melakukan pengawasan terhadap keseluruhan proyek yang berjalan. Posisi ini berperan dalam memastikan bahwa setiap kampanye yang dijalankan sesuai dengan visi perusahaan dan kebutuhan klien.

B. Content Manager

Memiliki peran dalam merancang strategi konten, mengarahkan tim, serta melakukan pengawasan terhadap kualitas dan konsistensi konten yang diproduksi. Selain itu, Content Manager juga menjadi penghubung antara kebutuhan klien dengan tim internal, sehingga strategi yang dirancang dapat dieksekusi dengan baik.

C. Production

Bertanggung jawab dalam proses eksekusi visual dan teknis dari konten yang telah direncanakan, seperti pembuatan desain grafis, video, serta elemen kreatif lainnya. Posisi ini memastikan bahwa output konten sesuai dengan konsep yang telah ditentukan dan memiliki kualitas visual yang optimal.

D. Content Writer/Content Specialist

Melakukan riset tren, menyusun content plan, serta membuat *content writing* untuk berbagai platform digital. Posisi ini juga terlibat dalam pengembangan ide kreatif dan memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan karakteristik *brand* dan *target audience*.

