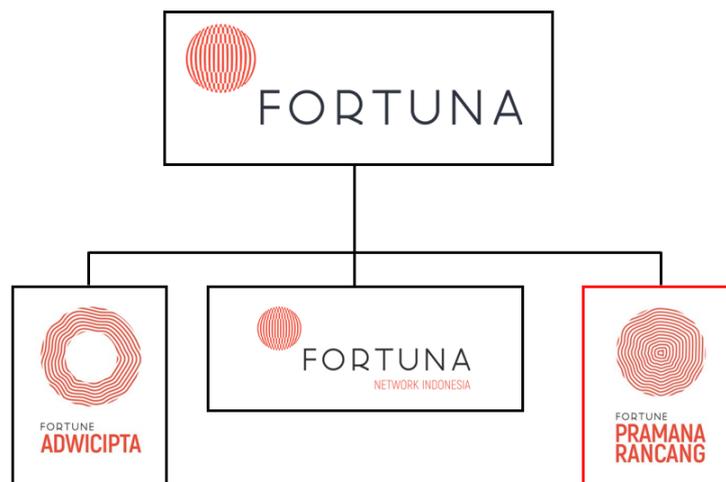


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

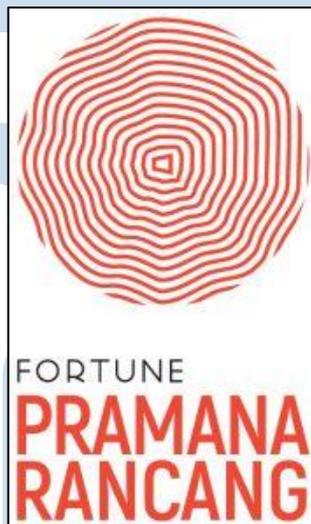
Saat ini, eksistensi konsultan *public relations* semakin dibutuhkan di tengah pencatatan bisnis, pemerintahan, sosial, dan kemasyarakatan untuk meningkatkan citra dan hubungan perusahaan dengan publiknya. Hal tersebut menimbulkan adanya perkembangan jumlah agensi di Indonesia, khususnya Jakarta. PT Fortune Pramana Rancang (Fortune PR) merupakan salah satu agensi di bidang komunikasi atau *public relations* yang ada di Indonesia. Sebagai satu-satunya perusahaan di bidang komunikasi yang telah resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan nama PT Fortune Indonesia Tbk (FORU), PT Rajawali Corpora pun memberikan kepercayaan kepada Fortune Group untuk menjadi bagian perusahaan tersebut melalui PT Karya Citra Prima. Tidak hanya itu, Fortune Group juga menaungi dua anak perusahaan lain selain Fortune PR, yaitu PT Fortuna Network Indonesia dan PT Fortune Adwicipta.



Gambar 2.1 Struktur Fortune Group

Sumber: foru.co.id (2020)

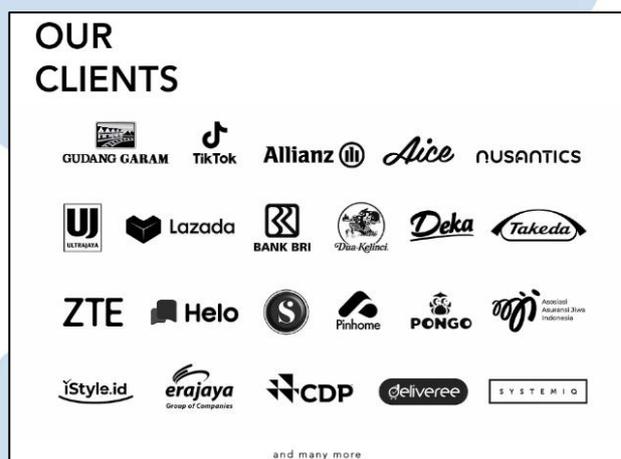
Pada 2019, Fortune Group melakukan *re-branding* dengan nama Fortuna. Hal ini dilatarbelakangi oleh rasa bersalah karena menggunakan bahasa Inggris sebagai nama perusahaan, padahal perjalanan perusahaan sebagai agensi komunikasi selama 49 tahun terjadi di Indonesia dan selalu berfokus pada Indonesia. Bagi Fortuna, identitas baru ini adalah cara perusahaan untuk memberi sinyal kepada dunia dan untuk mengingatkan diri sendiri ke mana perusahaan akan menuju, tanpa melupakan akar dan nilai-nilai Indonesia (The Fortuna, 2020). Namun, perubahan nama Fortune Group menjadi Fortuna, tidak memengaruhi nama-nama anak perusahaannya, termasuk Fortune Pramana Rancang (Fortune PR).



Gambar 2.2 Logo Fortune PR
Sumber: foru.co.id (2020)

Menjadi anak perusahaan dari Fortuna pun membuat Fortune PR terdorong untuk melakukan revitalisasi agar dapat terus bersaing dengan berbagai agensi komunikasi lain yang semakin banyak di Indonesia. Alhasil, revitalisasi tersebut berhasil terlaksana pada 2016 silam. Hal ini ditandai dengan seluruh unit usaha di Fortune PR melebur menjadi satu kesatuan dan membawa langkah Fortune PR semakin solid dalam menyajikan layanan berupa solusi komunikasi terintegrasi yang berbasiskan *public relations* (Foru, 2019).

Sebagai agensi konsultasi komunikasi yang telah berdiri sejak tahun 1970-an, Fortune PR telah menangani banyak klien, baik pemerintah maupun swasta, dan selalu memberikan pelayanan terbaik bagi mereka. Fortune PR pun terus berupaya mempertahankan tingkat *customer retention* pada tingkat yang tinggi. Melalui *customer retention* tersebut, loyalitas mitra kerja Fortune PR, baik mitra kerja dari Indonesia maupun mancanegara dapat terjaga. Hal ini terbukti karena para mitra kerja yang selalu menghubungi Fortune PR kembali untuk mendukung kebutuhan *brand* mereka akan layanan *public relations* di Indonesia. Beberapa *brand* besar yang masih menjadi klien dari PT Fortune PR adalah TikTok, Aice, OCBC NISP, Takeda, Bintang, Somethinc, dan blu by BCA Digital.



Gambar 2.3 Klien Fortune PR
sumber: TheFortuna.co (2022)

Kehadiran Fortune PR di Indonesia sebagai agensi *public relations* dapat dikatakan sebagai suatu solusi bisnis kreatif karena selalu berupaya untuk melampaui komunikasi guna menemukan cara untuk memengaruhi *brand* dari klien dengan cara yang mendalam dan bermakna. Untuk itu, Fortune PR membagi layanannya menjadi: (1) *Public Relations Consultancy*, yang mana termasuk jasa *media monitoring* dan *paid media strategy*; (2) *Media Relations*, yang mana menyediakan jasa *media intelligence*; dan (3) *Digital Media*.

Sebagai korporasi, Fortune PR juga memiliki beberapa penghargaan, seperti meraih emas di *PR Week Awards Asia 2015* dan *Asia Pasific Sabre Awards 2015*, serta mendapatkan empat penghargaan dalam ajang *MIX Awards 2017* sebagai *The Best Marketing Public Relations Program 2017*, *Best of the Best Creative Public Relations Program 2017*, *The Best Social Public Relations Program 2017*, serta *The Best Category: Social Campaign 2017*. Prestasi Fortune PR pun terus berlanjut hingga saat ini, terbukti dari kemenangannya untuk kategori “*Solid Marcomm Team 2023*” & “*PR Agency of The Year*” dengan predikat “*Very Good*” pada *Marcomm & Corcomm Dream Team* program yang diselenggarakan oleh Mix Marcomm (SWA Group).



Gambar 2.4 Penghargaan Fortune PR

sumber: foru.co.id (2019)

2.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

Sebagai korporasi, Fortune PR memiliki visi, misi, dan nilai yang menjadi landasan untuk setiap pelaksanaan kerja yang diselenggarakan setiap hari.

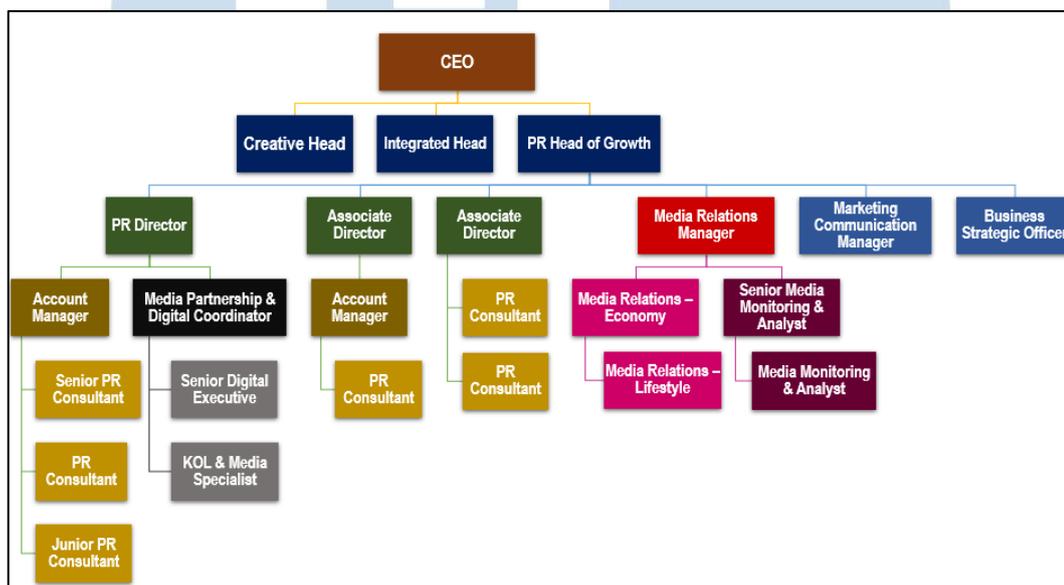
2.2.1 Visi

1. Jaringan komunikasi dunia yang unggul
2. Jaringan dengan fokus bisnis
3. Keinginan untuk melayani dunia
4. Selalu disebut-sebut secara positif dan memberikan nilai tambah

2.2.2 Misi

1. Membangun nilai tambah untuk pertumbuhan yang lebih cepat, sebagai daya tarik bagi *stakeholders*
2. Membuktikan dan menciptakan kisah sukses yang lebih baik bagi masyarakat, mitra, klien, dan bangsa

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.5 Struktur Perusahaan Fortune PR

Berdasarkan struktur organisasi perusahaan, Fortuna dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO), Ratna Puspitasari. Fortuna dibagi menjadi tiga divisi, yaitu *Creative*, *Integrated*, dan *Public Relations*. Setiap bagian dipimpin oleh kepala bagian yang berada di bawah pengawasan langsung CEO. Ketika melakukan proses administrasi, bagian *Public Relations* akan menggunakan nama Fortune Pramana Rancang atau Fortune PR. Divisi *Public Relations* dipimpin oleh Bhayu Sugarda selaku *Public Relations Head of Growth*. Untuk menangani aktivitas *public relations* dan *media relations* bagi klien dan menjalankan proses administrasi, beliau dibantu oleh *PR Director*, *Associate Director*, *Media Relations Manager*, *Marketing*

Communication Manager, dan *Business Strategic Officer*.

Shinta Widianti merupakan *PR Director* yang menangani *brand* dari kategori *Lifestyle*, seperti TikTok, Somethinc, dan Bir Bintang. Untuk menangani para klien, beliau memiliki tim sendiri yang terdiri dari seorang *Account Manager*, dua *Senior PR Consultant*, dan satu *Junior PR Consultant*. Chandra Sugianta merupakan *Account Manager* yang berada di dalam tim Shinta Widianti yang bertanggung jawab atas kinerja Nida Zaenab selaku *Senior PR Consultant*, Arnez Dikayani selaku *PR Consultant*, serta satu *Junior PR Consultant*, yaitu Elsa. Selain itu, Shinta Widianti pun bertanggung jawab atas bagian *Media Partnership and Digital* yang dikepalai oleh Rofiana Muhajidah. Untuk menjalankan aktivitasnya, bagian *Media Partnership and Digital* dibantu oleh Hanny Susanto selaku *KOL and Media Specialist*.

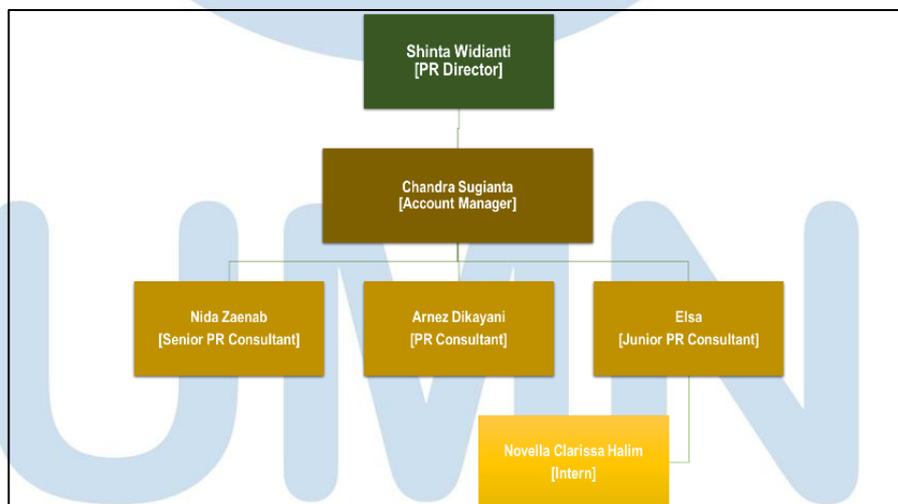
Kemudian divisi Konsultan *Public Relations* juga memiliki dua *Associate Director*, yaitu Adam Rinaldi dan Muh. Arif. Biasanya, Adam Rinaldi menangani *brand* yang mengalami *crisis communication* dan *brand* dari kategori *Economy*, seperti blu by BCA Digital dan Neo Bank Commerce. Untuk menangani klien, beliau memiliki tim yang terdiri dari seorang *Account Manager*, yaitu Ika Fitriyanti dan satu *PR Consultant*, yaitu Maretta Vintari. Sedangkan Muh. Arif menangani *brand* dari kategori *Social*, seperti PT Pharos dan Semen Merah Putih. Beliau pun memiliki tim yang terdiri dari dua *PR Consultant*, yaitu Affan Syafiq dan Fatikah R. yang membantunya untuk menangani para klien.

Lalu Alham Fiyandi merupakan *Media Relations Manager*, yang mana bertanggung jawab untuk segala sesuatu yang berhubungan dengan media. Bagian *Media Relations* menjalankan dua aktivitas secara berdampingan, yaitu aktivitas *Media Relations* dan *Media Monitoring*. Untuk aktivitas *Media Relations*, Alham Fiyandi dibantu oleh Budi Alimuddin, yang bertanggung jawab dalam menjaga hubungan dengan para jurnalis yang sering meliput berita kategori *Economy* dan Arini Fazrin, yang bertanggung jawab dalam menjaga hubungan dengan para jurnalis yang sering meliput berita kategori

Lifestyle. Lalu untuk aktivitas *Media Monitoring*, Alham Fiyandi dibantu oleh Bariq Al Adhim selaku *Senior Media Monitoring & Analyst* dan Zahara Nur Amalia selaku *Media Monitoring & Analyst*.

Divisi *Public Relations* pun memiliki Yuriandra Aulia Rizky selaku *Marketing Communication Manager* yang akan melakukan pendekatan terhadap *brand* atau perusahaan yang sekiranya membutuhkan jasa pihak ketiga (agensi), kemudian mengatur jadwal *pitching* antara pihak Fortune PR dengan *brand* atau perusahaan, serta memberikan *update* kepada tim konsultan apabila terdapat perubahan dari perusahaan. Seluruh aktivitas divisi *Public Relations* pun melalui berbagai proses administrasi yang akan dibantu oleh Desak Putri selaku *Business Strategic Officer*.

2.3.1 Ruang Lingkup Konsultan Public Relations



Gambar 2.6 Struktur Divisi Konsultan *Public Relations (Lifestyle)* Fortune PR

Dalam ruang lingkup konsultan *public relations*, penulis berada di bawah divisi Konsultan *Public Relations* yang dipimpin oleh Shinta Widianti selaku *PR Director*. Kemudian supervisor penulis adalah Chandra Sugianta, yang mana merupakan *Account Manager* di dalam tim ini.

Kemudian para konsultan yang berada di dalam tim ini adalah Nida Zaenab selaku *Senior PR Consultant*, Arnez Dikayanti selaku *PR Consultant*, dan Elsa selaku *Junior PR Consultant*. Meski *supervisor* penulis adalah Chandra Sugianta, secara struktur penulis berada di bawah Elsa. Hal ini disebabkan pemberian tugas dari Chandra Sugianta biasanya tidak *direct* kepada penulis selaku *intern*, melainkan lewat para konsultan yang berada di bawahnya.

Secara umum, divisi Konsultan *Public Relations* dalam Fortune PR memiliki tanggung jawab untuk segala sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan klien. Biasanya setiap konsultan *public relations* di Fortune PR hanya menangani 2 sampai 3 klien. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian Pendahuluan, secara garis besar para konsultan di Fortune PR biasanya membantu dalam membuat kolateral *public relations* maupun penyelenggaraan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan media, seperti *press conference*, *media gathering*, maupun *media visit*. Namun, secara spesifik, berikut ini adalah pekerjaan divisi Konsultan *Public Relations* bagi para klien Fortune PR:

1. Strategy & Ideation

Bertanggung jawab memberikan jasa konsultasi dan penanganan *pre-crisis*, yang mana meliputi penyusunan *public relations plan*, *communication plan*, dan *budget retainer* atau *budget project*.

2. PR Writing

Bertanggung jawab untuk membuat tulisan *public relations*, seperti *press release*, *standby statement*, *briefing document*, *advertorial*, *talking point*, dan *post event report* dari berbagai *event* yang diselenggarakan. Untuk *press release*, konsultan pun bertanggung jawab untuk mendistribusikannya kepada media dengan bantuan divisi *Media Relations*.

3. *Media Monitoring Analysis*

Meski Fortune PR pun memiliki divisi *Media Monitoring*, konsultan tetap melakukan *media monitoring* dalam bentuk *report* analisis mengenai pemberitaan terbaru setiap hari berserta *highlight* dan *lowlight* dari sudut pandang media terkait berita tersebut. Melalui hasil analisis *media monitoring* tersebut, konsultan pun akan memberikan saran untuk langkah ke depannya bagi setiap klien yang ditangani.

4. *KOL & Media Partnership*

Bertanggung jawab untuk menentukan pemasangan iklan di media (*advertorial*), TikTok *creators*, dan *homeless media*. Pemasangan iklan di media dapat berupa *advertorial*. Sedangkan TikTok *creators* dan *homeless media* mengunggah konten untuk menginformasikan produk maupun inovasi yang dilakukan klien. Konsultan juga bertanggung jawab membuat artikel, *brief* maupun *caption* dari artikel *advertorial* dan konten yang akan diunggah TikTok *creators* dan *homeless media*.

5. *Media Event*

Bertanggung jawab dalam penyelenggaraan *event* yang mengundang media, dimulai dari perencanaan hingga eksekusi. *Event* yang biasa diselenggarakan adalah *press conference*, *launching* produk, *media gathering*, *media competition*, dan lain-lain.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A