



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

gambar 2.1 logo perusahaan



PT Fortune Pramana Rancang (Fortune PR) merupakan bagian dari Fortune Indonesia Grup, satu-satunya konsultan komunikasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (FORU). Fortune PR awalnya merupakan bagian dari PT Fortune Adwicipta. Lalu pada tahun 1983, PT Fortune Adwicipta mendirikan divisi Corporate Communication yang dipimpin oleh Ibu Miranti Abidin. Keberhasilannya dalam memimpin divisi tersebut kemudian menjadikan Fortune PR terpisah dari PT Fortune Adwicipta pada tahun 1986. Sejak saat itu, Ibu Miranti Abidin menjadi Presiden Direktur PT Fortune PR hingga kini, dan Indira Abidin sebagai *Managing Director*.

Sejak berdiri, Fortune PR telah bekerja dengan beragam klien yang memiliki latar belakang berbeda-beda, seperti *health care, technology, digital, finance, crisis management, public affair, social marketing, litigation, dan CSR*. Fortune PR beroperasi di dua negara, yaitu Indonesia dan Singapura dengan memiliki lebih dari 100 tenaga kerja.

Seiring dengan kesuksesannya dalam mengelola reputasi dan berbagai krisis perusahaan klien di dalam dan luar negeri, Fortune PR mulai dikenal sebagai konsultan komunikasi strategis yang memiliki reputasi baik. Pada tahun 2011, Fortune PR hadir sebagai Fortune PR bertransformasi menjadi konsultan komunikasi strategis layanan penuh (*full-service strategic communication consultancy*), yang tidak hanya menyediakan layanan PR, tetapi juga *digital, advertising, event, brand strategy, dan social marketing*.

Fortune PR juga menjadi bagian dari *Worldcom Public Relations Group*, yang merupakan grup kemitraan konsultan PR terbesar di dunia. Kemitraan ini memposisikan Fortune PR sebagai perusahaan Indonesia dengan standar internasional. Dengan menjadi ahli diberbagai sektor industri, FPR terbuka untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan global dalam rangka untuk dapat menyediakan layanan strategi komunikasi terbaik bagi para klien.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi

To improve Quality of Life and bring value through impactful Communications (untuk meningkatkan kualitas hidup dan memberikan nilai melalui komunikasi)

2.1.1.2 Misi

a. *Roles: act as the guiding light to show the way to improve the quality of life* (Peran: berperan sebagai cahaya pembimbing yang menunjukkan cara untuk meningkatkan kualitas hidup)

b. *Team: motivated, creative, innovative team that seeks for excellence* (Tim: tim yang termotivasi, kreatif, dan inovatif yang mencari kesempurnaan)

c. *Service: impactful communications* (Layanan: komunikasi yang memberikan dampak)

d. *Clients: brand owners that are committed to improvement and progress* (Klien: pemilik merek yang memiliki komitmen untuk memiliki peningkatan dan berkembang)

e. *Benefit: functional - partnership in growth, emotional – secured* (Keuntungan: kemitraan yang bertumbuh, memberikan rasa aman)

2.1.2 Unit Bisnis Fortune PR

Sebagai konsultan komunikasi strategis, Fortune PR memiliki beberapa unit bisnis di dalam perusahaannya. Setiap unit bisnis memiliki bidang keahlian tertentu dan diisi oleh sumber daya yang memang ahli dalam bidang tersebut. Dengan memiliki unit bisnis ini, diharapkan kegiatan perusahaan dapat terfokus dalam memberikan layanan kepada klien. Unit bisnis yang dimiliki oleh Fortune PR, antara lain:

2.1.2.1 *Verbrand*

Verbrand merupakan salah satu unit bisnis yang dimiliki oleh Fortune PR. *Verbrand* memiliki bidang keahlian dalam membantu para klien untuk mengembangkan strategi merek berdasarkan riset, memposisikan strategi, termasuk melakukan pengembangan identitas merek dan pengembangan strategi komunikasi.

2.1.2.2 *Headline*

Unit bisnis *Headline* memiliki keahlian dalam bidang mengembangkan strategi PR yang kreatif, serta implementasinya, termasuk melakukan pelatihan PR, *media relations*, *media monitoring*, dan penanganan krisis.

2.1.2.3 *Mocca*

Mocca merupakan unit bisnis Fortune PR yang memiliki keahlian dalam bidang *integrated marketing communication strategy* dan implementasinya, termasuk dalam kegiatan *above the line* dan *below the line*.

2.1.2.4 *Dibe*

Dibe merupakan unit bisnis dalam bidang *digital PR*. *Dibe* membantu klien untuk mengembangkan *website* perusahaan, kampanye di media sosial, dan membangun interaksi antara perusahaan dan publiknya melalui media sosial.

2.1.2.5 Prodev

Prodev memiliki keahlian dalam bidang *social marketing* dan dalam membangun hubungan dengan komunitas. Kegiatan yang dilakukan *Prodev* antara lain adalah melakukan *social marketing campaign*, edukasi publik, dan kampanye CSR.

2.1.3 Industrial Expertise Fortune PR

Selain memiliki unit bisnis, Fortune PR juga memiliki unit khusus yang memiliki keahlian dalam bidang industri teknologi (Fortune PR Technology), industri kesehatan & kecantikan (Fortune Healthcare & Consumer), dan industri hubungan investor & keuangan (Fortune Investor Relations & Finance).

2.1.3.1 Fortune Technology

Fortune Technology memiliki keahlian dalam bidang industri teknologi. Bidang keahlian industri ini fokus untuk membantu klien dalam bidang telekomunikasi, teknologi dan industri perangkat elektronik.

2.1.3.2 Fortune Healthcare & Consumer

Fortune Healthcare & Consumer memiliki keahlian dalam bidang kesehatan. Bidang keahlian industri ini fokus untuk membantu klien dalam industri kesehatan dan kecantikan.

2.1.3.3 Fortune Investor Relations & Finance

Bidang keahlian industri ini membantu klien dalam membangun hubungan yang baik dengan para investor, melakukan komunikasi keuangan, dan aktivitas lain yang berhubungan dengan *investor relations*.

2.1.4 Struktur Perusahaan

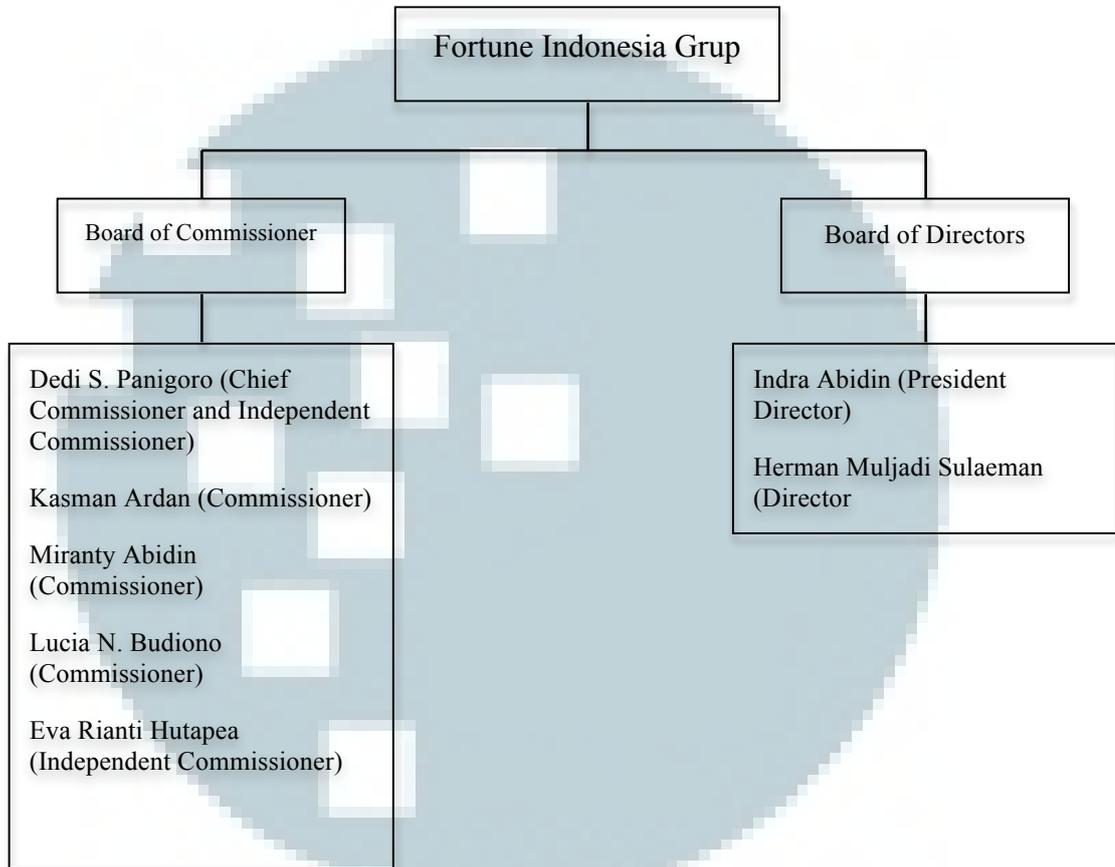
2.1.4.1 Struktur Organisasi Fortune Indonesia Grup

Gambar 2.2 struktur organisasi Fortune Indonesia Grup



2.1.4.2 Struktur Dewan Komisaris dan Direksi Fortune Indonesia Grup

Gambar 2.3 Struktur Komisaris dan Direksi Fortune Indonesia Grup



2.1.4.3 Struktur Bisnis Fortune Indonesia Grup

Gambar 2.4 Struktur bisnis Fortune Indonesia Grup

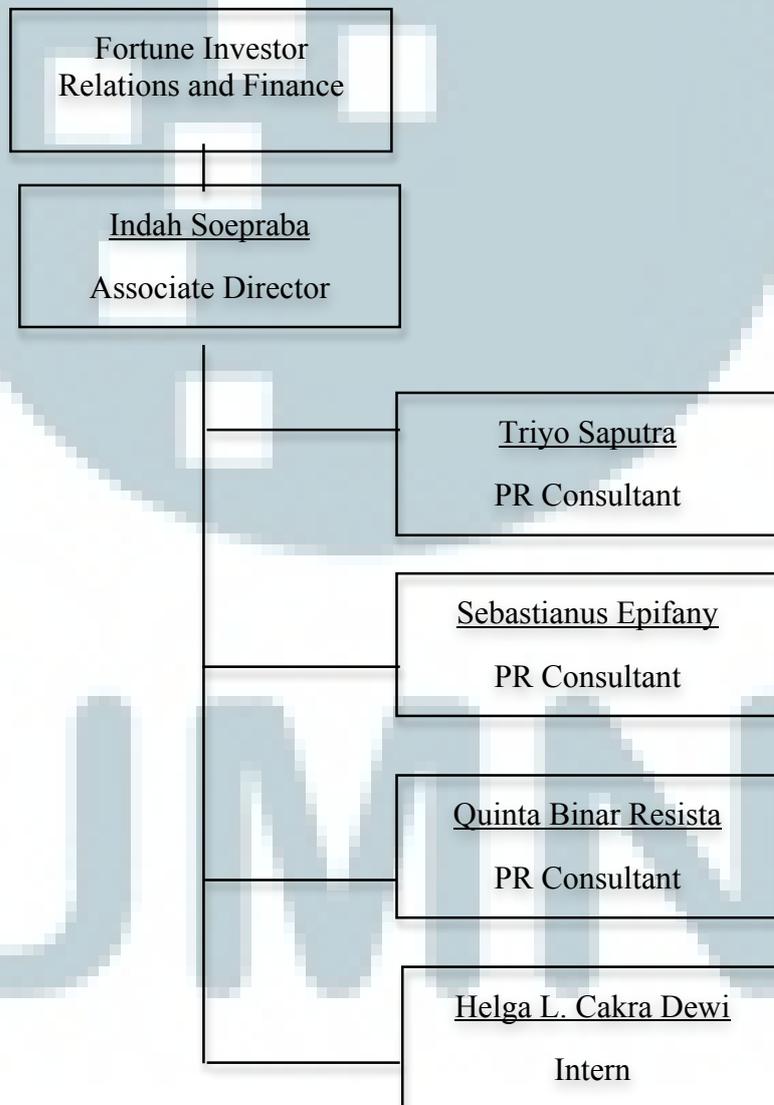


2.1.4.4 Struktur Bisnis Fortune PR

Gambar 2.5 Struktur bisnis Fortune PR



Gambar 2.6 Struktur Fortune Investor Relations and Finance



2.2 Ruang Lingkup Kerja Fortune Investor Relations & Finance

Fortune Investor Relations & Finance (FIR-F) merupakan salah satu unit bisnis Fortune PR yang bergerak dalam bidang keahlian investor relations dan financial PR. FIR-F memberikan layanan untuk mengembangkan strategi komunikasi dalam membangun hubungan investor yang baik, mengembangkan strategi komunikasi bagi perusahaan yang ingin melakukan penawaran saham perdana, dan mengembangkan strategi komunikasi keuangan dalam perusahaan.

Selain itu, FIR-F juga memberikan layanan kepada klien untuk dapat mengembangkan kegiatan PR dalam perusahaannya. Yang menjadi bagian dari kerja FIR-F ketika mahasiswa melakukan magang antara lain, *Media Relations*, *Media monitoring*, *Corporate Communications*, *Online PR*, dan *press conference support*.

The logo of UMN (Universitas Muhammadiyah Negeri) is displayed in a large, light blue, stylized font. It consists of the letters 'U', 'M', 'M', and 'N' in a bold, sans-serif typeface.