

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

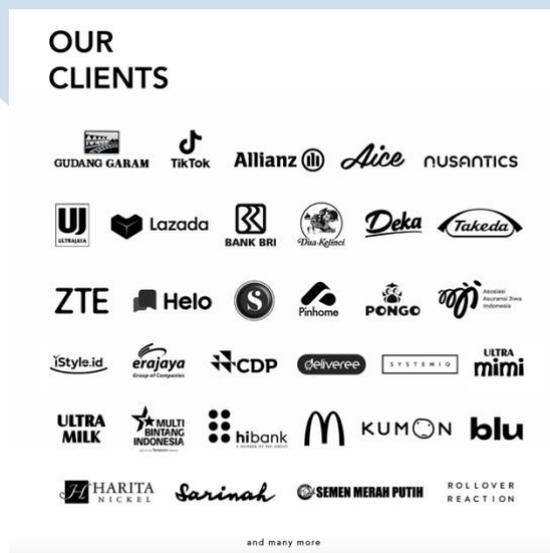
#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada awal berdirinya pada 1970, seorang penulis Indonesia mendirikan sebuah perusahaan di bidang periklanan lokal dengan nama PT Fortune Indonesia Advertising Company. Berawal dari kerja sama dengan Fortune International Australia. Pada tahun 1978, Indra Abidin mengambil alih pengelolaan dan mengembangkan Fortune Group menjadi pemain utama di industri periklanan Indonesia. Dengan mendirikan tiga anak perusahaan, yakni Fortuna Network Indonesia, Fortune Adwicipta, dan Fortune Pramana Rancang. Fortune Group memperluas layanannya ke berbagai aspek komunikasi pemasaran, sehingga pada 2002, Fortune Group menjadi perusahaan periklanan Indonesia pertama yang *go public*, terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai PT Fortune Indonesia Tbk (Fortuna, About Us / Tentang Kami, 2023).

Pada 2019, Fortune Group memutuskan melakukan *rebranding* dan mengganti namanya menjadi Fortuna yang merupakan hasil rekapitulasi dengan Rajawali Corpora. Fortuna memutuskan untuk melakukan *rebranding* dengan alasan ingin menunjukkan kebanggaannya yang bersifat autentik sebagai agensi *public relations* lokal, sehingga ingin menekankan ketegasan serta inovatif dalam segala strategi yang dirancang. Fortuna melihat identitas baru ini sebagai cara untuk menyampaikan pesan kepada dunia sekaligus mengingatkan diri sendiri tentang arah masa depan perusahaan, tanpa melupakan akar dan nilai-nilai Indonesia (Fortuna, 2019). Meskipun nama Fortune Group berubah menjadi Fortuna, perubahan ini tidak mempengaruhi nama anak perusahaan mereka, termasuk Fortune Pramana Rancang (Fortune PR). Upaya *rebranding* ini juga dilakukan untuk meningkatkan jiwa kompetitif Fortuna dalam menghadapi perkembangan zaman digital pada generasi baru, serta meningkatkan pengetahuan mengenai pasar Indonesia (JakartaKita, 2019).

Sebagai anak perusahaan Fortuna, Fortune Pramana Rancang (Fortune PR) pada 2016 melakukan revitalisasi yaitu semua unit yang bernaung di bawah Fortune PR melebur menjadi satu kesatuan sehingga setiap karyawan dapat bertanggung jawab dalam menangani klien dari berbagai bidang atau industri.

Fortune PR merupakan salah satu *public relations agency* yang berdiri sejak 1970 dan terpercaya karena telah menangani berbagai klien dari sektor yang berbeda-beda. Fortune PR senantiasa memupuk layanan yang terbaik untuk klien agar dapat mendapatkan citra yang baik di mata publik. Layanan Fortune PR yang baik dapat dibuktikan dengan berbagai klien yang mempercayai Fortune PR sebagai pihak yang mendukung mereka dalam melakukan berbagai aktivitas komunikasinya dalam bidang *public relations*. Klien dari Fortune PR dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 2.1** Klien dari Fortune PR

Sumber: <https://www.thefortuna.co/>

Hadirnya Fortune Pramana Rancang sebagai *agency* dapat membantu para klien dalam mengkomunikasikan tujuannya yang dikemas secara kreatif, inovatif, dan penuh makna. Komitmen tersebut dibuktikan dengan berbagai klien yang telah mempercayakan Fortune PR sebagai agensi *public relations* mereka.

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan, tentu saja Fortune PR memiliki visi dan misi yang menjadi landasan dalam menjalankan segala bentuk pekerjaan yang dilakukan serta memberikan pengertian terhadap publik mengenai tujuan didirikannya perusahaan tersebut.

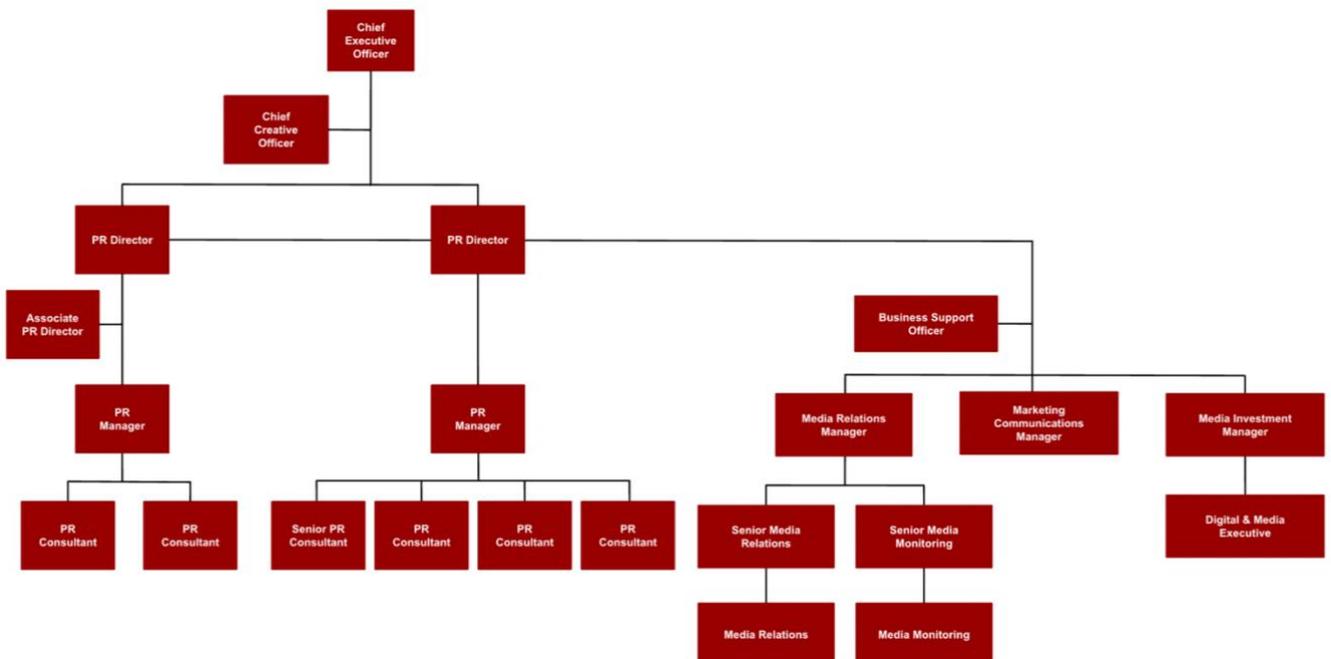
### 2.2.1 Visi

- Jaringan Komunikasi Dunia yang Unggul
- Jaringan Komunikasi | Jaringan dengan fokus bisnis
- Dunia | Keinginan untuk melayani dunia
- Unggul | Selalu disebut-sebut secara positif dan memberikan nilai tambah

### 2.2.2 Misi

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

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Fortune Pramana Rancang

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan bagan di atas, Fortune Pramana Rancang dapat bergerak karena dipimpin oleh seorang Chief Executive Officer dan *Chief Creative Officer* yang bertugas mengawasi kinerja dari para *PR Director*. Di Fortune PR, terdapat dua *PR Director* yang menangani klien-klien berbeda. *PR Director* tersebut kemudian didukung oleh beberapa divisi yang membantu dalam menangani klien-klien tersebut, seperti *Associate PR Director*, *PR Manager*, dan *PR Consultant*.

Selain itu, dalam menjalankan tugas sebagai *PR Consultant*, divisi ini juga dibantu oleh beberapa *supporting team* dalam menunjang kinerjanya di bidang *public relations* untuk kedua *PR Director*. Divisi-divisi tersebut antara lain terdiri dari Business Support Officer yang berhubungan dan melakukan komunikasi langsung dengan *Media Relations Manager*, *Marketing Communications Manager*, dan *Media Investment Manager* yang masing-masing memiliki *staff* yang membantu mengerjakan tugasnya.

Penulis melaksanakan magang di Fortune PR sebagai *public relations consultant intern* yang bertanggung jawab dalam segala perancangan *event media* yang diadakan oleh klien, seperti membuat *pitch deck*, *press release*, *briefing book*, serta Menyusun *post-event report* yang memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan program yang dilakukan oleh klien dan menarik perhatian dari media ataupun khalayak untuk mendapat peliputan atau *coverage* dari media tersebut sehingga dapat meningkatkan jumlah *engagement*.

U I M N  
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