

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Fabulo PR

Fabulo PR adalah salah satu unit bisnis di bawah naungan FAB Indonesia, sebuah perusahaan induk yang bergerak di bidang komunikasi, industri kreatif, aktivasi, dan teknologi. FAB Indonesia juga telah menjadi bagian dari P3I (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia). Sebagai bagian dari FAB Indonesia, Fabulo PR bekerja untuk berbagai industri, seperti teknologi, kesehatan, gaya hidup, dan korporasi, dengan menyediakan solusi komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan klien. FAB Indonesia menaungi lebih dari 40 lebih *agency* kreatif dan lebih dari 1.000 pegawai (FAB Indonesia, 2025), Fabulo PR adalah salah satunya.

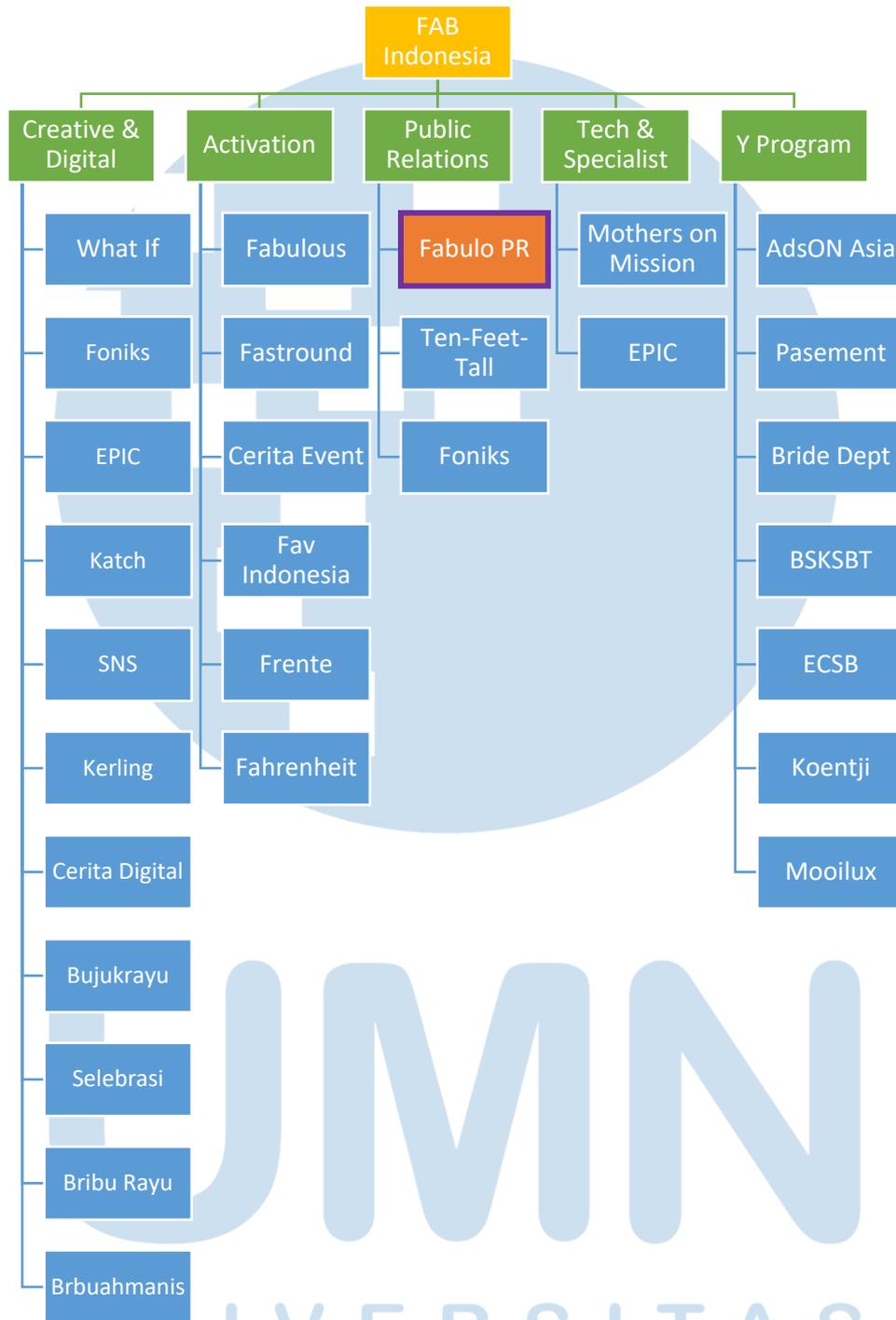


Gambar 2.1 Logo Fabulo PR

Sumber: fabulo-pr.com (2025)

Fabulo PR didirikan sejak 2017 oleh Surti Sunanto. Kini FAB Indonesia terdiri dari 15 *creative & digital agency*, 6 *activation agency*, 3 *public relations agency*, 2 *tech & specialist agency*, dan 7 *agency* di bawah naungan Y program.





Gambar 2.2 Struktur Perusahaan FAB Indonesia

Sumber: fabindonesia.com (2025)

Fabulo PR sebagai salah satu agency yang dimiliki FAB Indonesia pernah meraih penghargaan Bronze Award for Best PR Campaign: FMCG pada PR

Awards Singapore 2025. Fabulo PR sudah menangani banyak klien dari berbagai industri meliputi AQUA, AWS, McDonald's, Samsung, POCO, DANA, Vaseline, P&G, Perfect Corp, dan masih banyak lainnya.

2.2 Visi Misi Fabulo PR

Setelah melakukan research mendalam, diketahui bahwa FAB Indonesia dan Fabulo PR tidak memiliki visi misi yang dipublikasi dengan jelas, baik secara internal maupun eksternal. Karena itu *disclaimer* untuk bagian ini, karena tidak ditemukan visi misi jelas dari Fabulo PR maka isi dari bagian ini adalah hasil analisis penulis dari berbagai sumber seperti artikel dan media sosial. FAB Indonesia merupakan pioneer bisnis teknologi kreatif di Indonesia yang menyangkut media, komunikasi, komunitas, dan teknologi. FAB Indonesia menyebut para pekerjanya sebagai *fearless people*, karena berkaitan erat dengan karya yang dihasilkan. FAB Indonesia ingin para pekerjanya menjadi orang-orang yang tidak kenal takut dalam mengeksplorasi ide dan berkarya sehingga akan menghasilkan hasil yang maksimal.

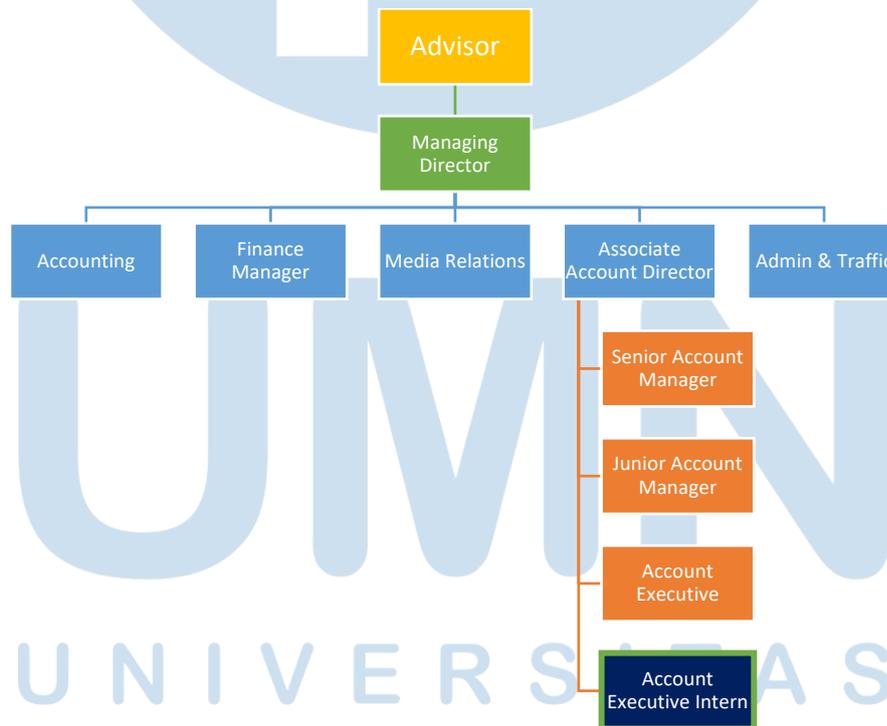
Fabulo PR sendiri menekankan pada konsep “*Empathy as Core, Intellegence as Key*”. Dengan pendekatan ini, Fabulo PR mampu menciptakan strategi komunikasi yang tidak hanya relevan, tetapi juga menyentuh pada tingkat yang lebih mendalam. Fabulo juga berharap karyawannya memiliki semangat abadi untuk belajar dan mengikuti tren, teknologi, dan pengetahuan terbaru. Tim *public relations* Fabulo selalu beradaptasi dan berinovasi untuk tetap berada di garis depan industri dengan kecerdasan sebagai kunci. Fabulo PR menerapkan pendekatan strategis yang berakar pada enam pilar utama sebagai nilai mereka, yaitu:

- *Context*: Memahami peran dan signifikansi dari setiap informasi, memastikan bahwa strategi komunikasi dibangun di atas fondasi yang kuat.
- *Culture*: Menyelami nilai-nilai dan keyakinan budaya yang membentuk audiens, sehingga setiap strategi yang dirancang selaras dengan latar belakang mereka.

- *Custom/Habit*: Mengungkap kebiasaan unik audiens yang berdampak langsung pada bisnis klien, memastikan komunikasi yang lebih tepat sasaran.
- *Closeness/Proximity*: Mengeksplorasi tidak hanya kedekatan fisik, tetapi juga hubungan emosional dan interaksi digital yang membentuk koneksi audiens.
- *Community*: Mengidentifikasi audiens sebagai inti dari strategi, memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki daya tarik dan relevansi tinggi.
- *Channel*: Menganalisis jalur informasi yang digunakan audiens untuk menemukan cara komunikasi yang paling efektif dan berdampak.

2.3 Struktur Organisasi Fabulo PR

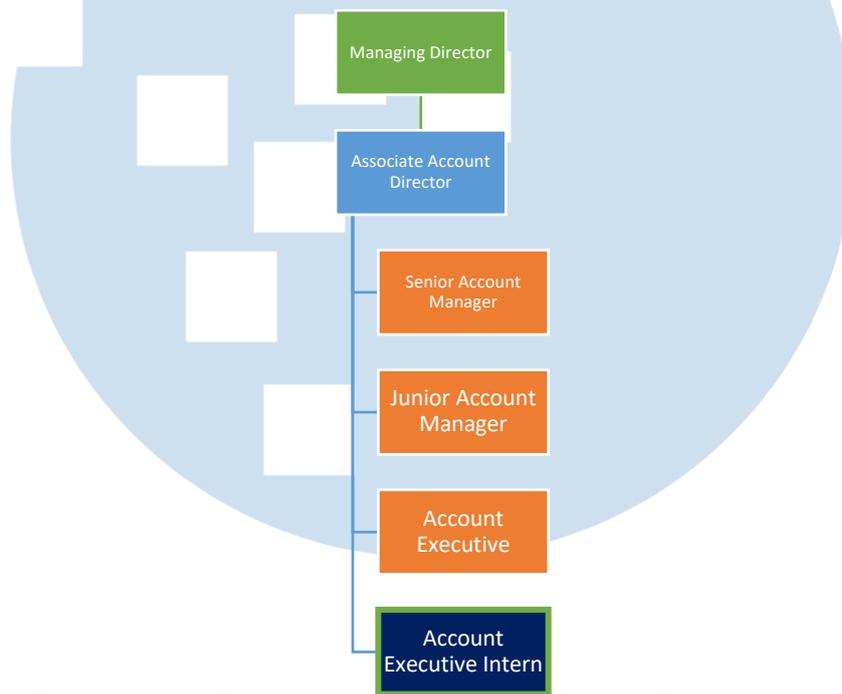
Fabulo PR mulai beroperasi di Indonesia sejak tahun 2017 dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Fabulo PR

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar di atas merupakan struktur organisasi Fabulo PR yang dipimpin oleh seorang *Advisor* dan dibantu oleh satu orang *Managing Director*, yang di bawahnya terdapat *Accounting*, *Finance Manager*, *Media Relations*, *Associate Account Director*, dan *Admin & Traffic*. Di bawah *Associate Account Director* terdapat *Senior Account Manager*, *Junior Account Manager*, *Account Executive*, dan *Account Executive Intern*. Berikut penjelasan lebih mendalam:



Gambar 2.4 Struktur Departemen *Account Management*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen *Account Management* bertanggung jawab terhadap pembuatan materi publikasi, pelaksanaan kegiatan PR seperti *press conference*, *press release*, *press launching*, membangun hubungan kerja sama dengan klien, hingga kegiatan kolaborasi dengan KOL maupun Media. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Strategi dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. *Managing Director*

Bertanggung jawab atas arah bisnis secara *general*, termasuk mencari klien baru, pengembangan strategi dengan klien, menjaga hubungan dengan *stakeholder* penting, memastikan pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas agensi, serta menjadi supervisor bagi posisi *Account Executive Intern*.

B. Associate Account Director

Memimpin proses penyusunan strategi komunikasi klien, mencari klien baru, melakukan riset pasar, mengembangkan pesan utama, memastikan bahwa setiap *PR campaign* memiliki arah strategis yang kuat dan relevan dengan tujuan bisnis klien serta membantu *Managing Director* dalam membimbing *Account Executive Intern*.

C. Senior Account Manager

Berperan sebagai *main consultant lead* bagi klien, mengelola proyek dengan kompleksitas tinggi, menyusun rencana komunikasi, memastikan kualitas output tim sesuai dengan ekspektasi klien dan standar agensi serta memberikan penugasan spesifik dan membimbing pekerjaan *Account Executive Intern*.

D. Junior Account Manager

Berperan sebagai *supporting consultant lead* bagi klien, mengelola proyek dengan kompleksitas tinggi, menyusun rencana komunikasi, memastikan kualitas output tim sesuai dengan ekspektasi klien dan standar agensi serta memberikan penugasan spesifik dan membimbing pekerjaan *Account Executive Intern*.

E. Account Executive

Menangani kegiatan operasional *daily* klien, mulai dari pembuatan *press release*, menyaring media yang sesuai dengan kebutuhan dan KPI klien, monitoring coverage, hingga mendukung pelaksanaan event dan aktivitas *campaign*, serta memberi penugasan secara langsung kepada peserta magang.

F. Account Executive Intern

Mendukung tim dengan tugas-tugas administratif dan pelaksanaan teknis seperti media monitoring, membuat *report*, riset ringan, serta membantu kegiatan kampanye agar berjalan lancar sambil belajar langsung dari tim profesional.