

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Fortune Indonesia Tbk

PT Fortune Indonesia Tbk merupakan sebuah agensi yang bergerak di bidang Public Relations dan Advertising. PT Fortune Indonesia Advertising Company pertama kali didirikan pada tahun 1970 oleh seorang penulis asal Indonesia. Pada awal pendiriannya, perusahaan ini menjalin kerja sama dengan Fortune International Australia. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 1978, kepemimpinan perusahaan diambil alih oleh Indra Abidin. Di bawah kepemimpinannya, Fortune berkembang pesat menjadi salah satu perusahaan periklanan terkemuka di Indonesia. Untuk memperluas layanan komunikasi pemasaran, Indra Abidin juga mengembangkan tiga anak perusahaan, yaitu Fortuna Network Indonesia, Fortune Adwicipta, dan Fortune Pramana Rancang.



Gambar 2.1 Logo PT Fortune Indonesia Tbk

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

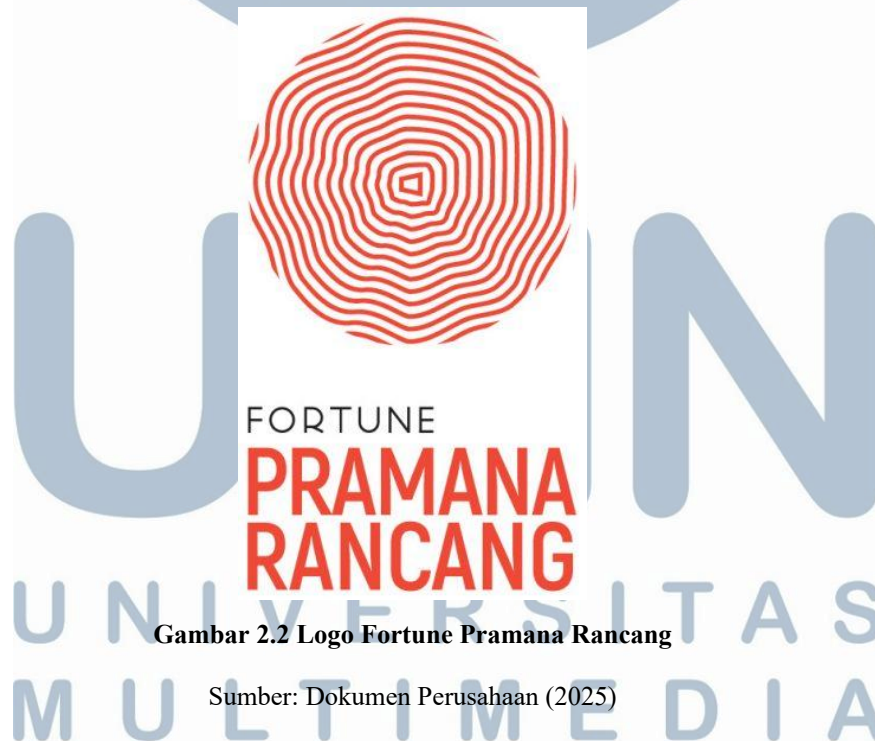
Pencapaian besar terjadi pada tahun 2002, ketika perusahaan ini menjadi perusahaan periklanan dalam negeri pertama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan nama PT Fortune Indonesia Tbk. Pada tahun 2019, perusahaan melakukan proses rebranding dan mengubah nama menjadi *Fortuna*, sebagai hasil sinergi dengan Rajawali Corpora. *Rebranding* ini bertujuan untuk memperkuat identitas Fortuna sebagai agensi public relations lokal yang autentik, inovatif, dan adaptif

terhadap perkembangan zaman. Perubahan nama ini bertujuan mencerminkan visi masa depan perusahaan, sekaligus tetap menghargai budaya serta nilai-nilai lokal yang menjadi pondasinya.

Meskipun nama induk perusahaan berubah, nama anak perusahaan seperti Fortune Pramana Rancang (Fortune PR) tetap dipertahankan. *Rebranding* ini juga menjadi strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan era digital serta untuk meningkatkan pemahaman terhadap tren pasar di Indonesia.

2.2. Tentang Fortune Pramana Rancang

Fortune Pramana Rancang adalah salah satu agensi *public relations* yang telah berdiri sejak tahun 1970 dan dikenal memiliki reputasi baik karena telah bekerja sama dengan berbagai klien dari berbagai sektor industri. Fortune PR selalu berkomitmen memberikan pelayanan optimal guna membantu klien membangun citra positif di mata publik. Kualitas layanan yang diberikan terbukti dari kepercayaan banyak klien yang menjadikan Fortune Pramana Rancang sebagai mitra dalam menjalankan berbagai aktivitas komunikasi di bidang *Public Relations*.



Gambar 2.2 Logo Fortune Pramana Rancang

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada tahun 2016, Fortune Pramana Rancang yang merupakan anak perusahaan dari Fortuna melakukan restrukturisasi dengan menyatukan seluruh unit

di bawahnya menjadi satu kesatuan tim. Langkah ini dilakukan agar memungkinkan setiap karyawan untuk memiliki tanggung jawab lintas divisi serta menangani beragam klien dari banyak segmen.

Dengan Fortune Pramana Rancang sebagai perusahaan yang bisa membantu para klien dalam menyampaikan pesannya yang dikemas secara kreatif, inovatif, dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh audiens. Hal itu dapat terlihat dari klien-klien yang telah mempercayakan Fortune Pramana Rancang sebagai perusahaan pilihan untuk layanan *public relations* mereka.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Suatu perusahaan tentu memiliki pijakan utama yang mendasari motonya, yakni visi dan misi. Fortune Pramana Rancang memiliki visi dan misi yang mencakup tujuan yang dilakukan serta memberikan pengertian kepada masyarakat mengenai maksud dan tujuan didirikannya perusahaan tersebut.

1) Visi

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

2) Misi

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

2.4 Nilai Perusahaan

Untuk mendukung kinerja dan pencapaian, Fortune memiliki nilai atau prinsip yang disebut dengan 4P + 1I. Nilai ini membentuk cara berpikir, bersikap, proses kerja dan hasil akhir yang ingin dicapai. Nilai-nilai ini juga harus diterapkan oleh seluruh karyawan sebagai prinsip positif dalam bekerja.

1. Cara Pandang - Positif

Selalu memiliki pandangan optimis dan terbuka terhadap berbagai kemungkinan yang ada.

2. Sikap - Antusias (*Passionate*)

Memiliki semangat penuh dalam berkreasi dan melibatkan hati dalam setiap pekerjaan.

3. Proses - Proaktif

Memberikan layanan yang melampaui standar umum dan memiliki inisiatif yang tinggi.

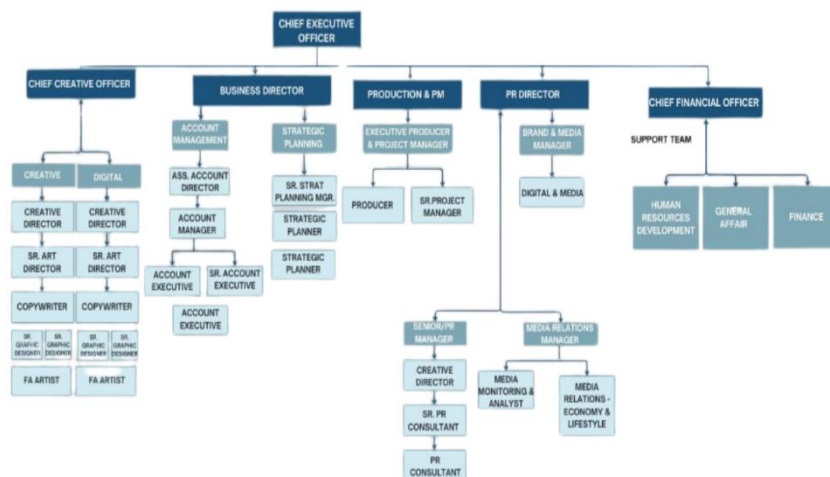
4. Hasil - Progresif

Meraih hasil yang melebihi ekspektasi dan terus meningkatkan standar industri.

5. Kepribadian – Integritas

Memiliki integritas sebagai syarat utama.

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Fortune Indonesia Tbk

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berdasarkan bagan struktur organisasi di atas, Fortune Pramana Rancang (Fortune PR) menjalankan operasionalnya di bawah kepemimpinan Chief Executive Officer (CEO), Chief Creative Officer (CCO), dan Chief Financial Officer (CFO) yang memiliki peranan penting dalam mengawasi dan mengarahkan kinerja Public Relations Director. Dalam struktur ini, terdapat dua *Manager* yang masing-masing bertanggung jawab atas sejumlah klien yang berbeda. Untuk mendukung tugas mereka, terdapat beberapa divisi seperti Creative Director, Senior PR Consultant, dan PR Consultant yang turut berperan dalam mengelola kebutuhan komunikasi klien.

Selain itu, PR Consultant turut didukung oleh tim Media Relations yang memiliki peranan krusial dalam menyukseskan berbagai kegiatan Public Relations, seperti *media gathering* dan aktivitas PR lainnya yang melibatkan media. Tim ini terdiri dari Business Support Officer yang berkoordinasi langsung dengan Brand and Media Manager, serta Media Relations Manager. Kedua manajer tersebut dibantu oleh tim mereka masing-masing yang berperan dalam memastikan kelancaran pelaksanaan tugas-tugas mereka. Berikut merupakan *job description* pada divisi *Public Relations Consultant*.

1. *PR Director*

Pada dasarnya *PR director* merupakan pemimpin dalam tim Fortune PR. Peran *PR director* berfokus pada penyusunan strategi komunikasi untuk klien, membangun reputasi mereka di mata publik, serta menjadi penghubung antara *brand* dan media. *PR director* bertanggung jawab mengembangkan narasi yang tepat sesuai dengan tujuan bisnis klien, merancang *campaign* PR dari perencanaan hingga eksekusi, serta menangani komunikasi krisis bila terjadi isu sensitif. Selain itu, *PR Director* juga memimpin tim konsultan untuk menjaga hubungan baik dengan jurnalis dan media serta memberikan arahan inovatif dan strategis agar setiap pesan yang disampaikan memiliki dampak diterima oleh audiens yang dituju.

2. *Media Relations*

Tim *media relations* bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan baik dengan media massa, seperti jurnalis dan editor. Tujuannya adalah memastikan pesan atau informasi dari brand/klien bisa dipublikasikan secara positif, akurat, dan strategis di berbagai platform media. Dalam pengerjaannya, *media relations* melakukan *jobdesc* seperti mengatur wawancara dengan narasumber dari klien, menjawab pertanyaan dari media, serta mengelola publikasi saat peluncuran *press release*. Hubungan yang kuat dengan media memungkinkan PR Consultant untuk lebih mudah mendapatkan *engagement* dari media, meminimalisir pemberitaan negatif, dan mengarahkan narasi yang ada di ruang publik sesuai kepentingan klien.

3. *Senior/public relations consultant*

PR consultant Fortune PR berperan untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra serta reputasi klien di mata publik. Peran utama seorang *PR consultant* adalah merancang strategi komunikasi yang efektif serta mengelola pesan yang ingin disampaikan ke publik melalui media. *PR consultant* juga membantu klien dalam membuat *press release*, menyusun narasi brand, menjalin hubungan dengan media (*media relations*), serta merancang *campaign* PR yang efektif dengan tujuan tertentu dari klien.

Selama masa magang di Fortune Pramana Rancang, peserta magang mendapatkan posisi sebagai *Public Relations Consultant Intern*. Dalam posisi ini, peserta magang memiliki tanggung jawab untuk merancang dan merealisasikan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan *media relations* untuk mendukung kebutuhan klien. Berbagai tugas yang dikerjakan antara lain adalah menyusun *pitch deck* sebagai materi presentasi, menulis *press release* untuk menyebarluaskan informasi penting klien, membuat *briefing book* sebagai panduan bagi *spokesperson* sebelum menghadapi media, menyiapkan konten untuk LinkedIn sebagai sarana komunikasi digital, serta menyusun laporan pasca-acara (*Post Event report*) yang merangkum jalannya kegiatan secara keseluruhan mulai dari tercapainya KPI hingga total *coverage* yang diperoleh. Laporan ini tidak hanya berperan sebagai bentuk dokumentasi, tetapi juga menjadi sarana untuk menarik perhatian media serta

meningkatkan keterlibatan audiens terhadap brand klien, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi klien di mata publik serta berpengaruh pada peningkatan publikasi setiap klien.

