

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Sagacita PR atau yang dulu dikenal dengan PT. Sinergi Reputasi Anak Bangsa (Fabulo PR) dulu nya merupakan salah satu agensi dibawah naungan FAB Indonesia yang sudah berdiri selama 8 Tahun. Awal nya pada tahun 2015, Surti Sunanto Co - Founder & business director Fabulo PR bersama dua rekan kerjanya mendirikan Fabulo PR dan Setahun kemudian Fabulo bergabung dengan FAB Indonesia, FAB Indonesia merupakan sebuah perusahaan kreatif berbasis teknologi yang terdiri dari gabungan beberapa agensi kreatif dan digital dengan visi memfantasikan anak bangsa. FAB Indonesia sebuah induk perusahaan yang menaungi lebih dari 40 agensi kreatif dan melibatkan lebih dari 1.000 tenaga profesional.

Salah satu tujuan utama Fabulo bergabung dengan FAB Indonesia adalah ingin mengembangkan talenta lokal, menjadi tuan rumah di dalam negeri yang ikut serta membangun perekonomian bangsa. dengan kombinasi agensi - agensi lokal yang hebat FAB Indonesia dan Fabulo PR dapat berkembang secara pesat bahkan saat pandemi *Covid-19*. Fabulo sendiri merupakan konsultan PR dengan pendekatan berbasis “ *Human Centric*” dengan konsep yang memiliki tujuan utama fokus pada strategi komunikasi yang relevan dengan mitra-mitra nya.\

Setelah bekerja sama kurang lebih 7 tahun pada April 2025 Fabulo PR memutuskan untuk melepaskan diri dari FAB Indonesia sebab FAB Indonesia sedang mengalami krisis yang disebabkan oleh pihak internal.

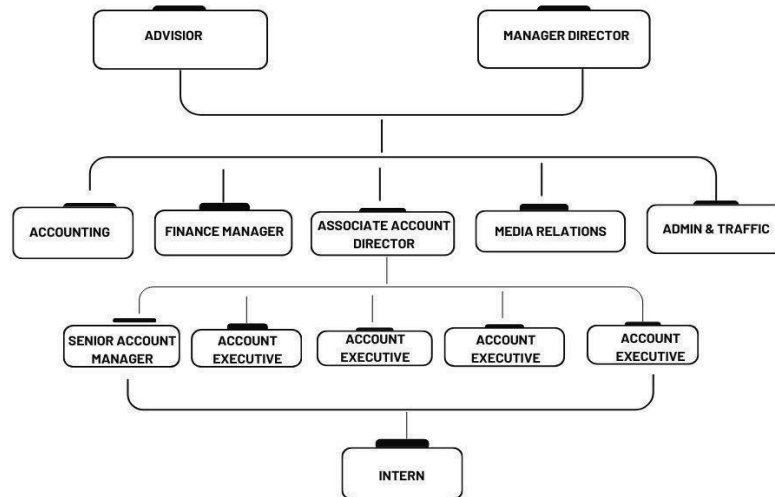
Pada pertengahan April Fabulo PR resmi melakukan re-branding mulai dari nama, logo dan PT. Yang sebelumnya merupakan PT. Sinergi Reputasi Anak Bangsa dengan nama perusahaan Fabulo PR berubah menjadi PT. Sinergi Reputasi Indonesia dengan nama agensi Sagacita PR. Selain itu Sagacita juga melakukan penggabungan perusahaan dengan agensi digital yaitu kerling hingga saat ini Sagacita PR memiliki dua divisi yaitu agensi PR dan juga digital.

2.1.1 Visi Misi

Secara gamblang Sagacita PR tidak memiliki visi misi tertentu namun, berdasarkan hasil analisis saya yang saya dapatkan dari website Sagacita PR, Sagacita PR memiliki nilai perusahaan yang melekat sebagai branding Sagacita yaitu, konsultan PR dengan pendekatan berbasis “ *Human Centric*”. *Human Centric* yang dimaksud dalam website Sagacita adalah “ pendekatan komunikasi progresif berbasis manusia merupakan DNA bagi kami. Kami hadir untuk membantu anda membuat merek Anda lebih manusiawi dan relevan. Kami bangga dengan kekuatan kami dalam berpikir strategis, yang memungkinkan kami menghadirkan ide-ide segar dan pendekatan komunikasi yang modern. Ketika dunia komunikasi korporat dan konsumen bertemu, di situlah keajaiban terjadi.” inti dari kalimat tersebut adalah fabulo menekankan nilai utama berbasis manusia atau *Human Centric* kepada publik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Sagacita PR
Sumber Dokumen Internal perusahaan

Pada gambar 2.1 terdapat bagan struktur organisasi di Sagacita PR berikut merupakan rincian jobdesk yang dikerjakan oleh masing-masing jabatan

1. Advisor

Sebagai penasihat strategis, peran ini bertanggung jawab dalam memberikan arahan komunikasi dan pengelolaan reputasi klien, menyusun rekomendasi untuk menangani isu krisis maupun komunikasi sensitif, serta turut menentukan strategi PR jangka panjang dan arah kreatif yang selaras dengan tujuan bisnis klien

2. Manager/Director

Peran ini mencakup pengawasan menyeluruh terhadap seluruh aktivitas agensi PR, memastikan setiap tim bekerja selaras dengan visi perusahaan. Selain itu, bertanggung jawab atas akuisisi klien, retensi, serta pengembangan relasi strategis, dan memberikan persetujuan akhir terhadap strategi komunikasi serta kampanye PR utama.

3. Accounting

Peran ini bertanggung jawab dalam mengelola keuangan internal agensi, termasuk pengelolaan invoice klien, pembayaran kepada vendor, serta pelaporan anggaran kampanye. Selain itu, menyusun laporan pengeluaran terkait aktivitas PR seperti event, media placement, dan produksi materi kampanye, serta memastikan efisiensi keuangan dalam setiap proyek klien

4. Finance Manager

Peran ini mencakup penyusunan anggaran untuk proyek PR dan pengawasan pelaksanaannya agar sesuai dengan perencanaan. Bertugas juga untuk berkoordinasi dengan tim account dalam mengatur alokasi dana untuk kebutuhan media, event, dan konten, serta memastikan laporan keuangan kampanye disampaikan tepat waktu kepada klien.

5. Associate Account Director

Peran ini bertanggung jawab dalam mengelola beberapa tim account dan menjadi penanggung jawab utama atas keberhasilan kampanye PR. Selain itu, mengembangkan strategi komunikasi untuk klien serta memberikan supervisi terhadap pelaksanaannya, sekaligus berperan sebagai jembatan antara klien strategis dan tim internal agensi..

6. Media Relations

.Peran ini bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan jurnalis, editor, dan media partner, serta menyusun dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan PR yang berkaitan dengan media, seperti media visit dan media gathering.

7. Admin & Traffic

Berperan dalam mengatur alur kerja proyek lintas divisi (creative, media, content) agar berjalan sesuai timeline, serta bertanggung jawab dalam mengelola jadwal pitching, revisi dari klien, dan deadline internal. Juga menyimpan serta mendistribusikan dokumen, kontrak, dan formulir persetujuan (approval form) dari klien.

8. Senior Account Manager

Mengelola hubungan dengan klien utama serta memberikan solusi strategis untuk kebutuhan PR mereka, sekaligus membimbing tim Account Executive dan mengarahkan jalannya kampanye. Juga bertanggung jawab atas keberhasilan eksekusi serta evaluasi hasil kampanye..

9. Account Executive

Menangani kebutuhan operasional harian klien, termasuk koordinasi konten, penyusunan laporan, dan pengaturan meeting. Juga terlibat dalam penyusunan strategi PR, penulisan press release, serta mendukung pelaksanaan campaign. Berinteraksi langsung dengan media, vendor, dan klien untuk memastikan eksekusi kampanye berjalan lancar.

10. Intern

Membantu berbagai kebutuhan yang diminta oleh PIC dari divisi Account Executive, Associate Account Director, dan Media Relations. Turut serta dalam proses briefing, pitching, hingga eksekusi kampanye sebagai bagian dari pembelajaran langsung. Juga berperan dalam pengumpulan laporan dan analisis hasil media monitoring.

