

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Perusahaan



*Gambar 2.1 Logo Fortuna  
(Sumber: Foru.co.id, 2021)*

Fortuna adalah *integrated communication agency* yang berdiri di bidang *communication industry* dan menyediakan layanan komunikasi terpadu. Bidang bisnis yang dikelola meliputi 5 bagian utama, yaitu spesialis media, periklanan, digital aktivasi, dan *public relations* (Foru, n.d.). Perusahaan PT Fortune Indonesia Tbk berdiri pada tahun 1970 oleh Mochtar Lubis bernama PT Fortune Indonesia Advertising Company, dan awalnya berafiliasi dengan Fortune International Australia. Fortuna saat ini melayani beberapa *client*, di bawah kepemimpinan CEO Sasa Ratna Puspita, menduduki peringkat ke-8 dalam *Indonesia's Hottest Agency* (Foru, n.d.).

Fortune Indonesia dikenal karena keunggulannya dalam pemasaran sosial karena pengalamannya dalam menjalankan kampanye pemerintah. Di tahun 2002, Fortune di Indonesia menjadi *public agency* yang masuk pasar saham dengan visi 100 tahun keberadannya dan slogan "Berubah atau Punah" (Foru, n.d.-b). Di tahun 2004, perusahaan ini diperoleh Karya Citra Prima, anak dari perusahaan Rajawali Corpora, dan mengalami perubahan besar pada tahun 2019 dengan menjadi Fortuna Network Indonesia. Perubahan ini mencakup manajemen dan struktur organisasi baru. Nama Fortuna yang berarti sumber kebahagiaan

dan mencerminkan kebanggaan suatu bangsa dengan perspektif global (Foru, n.d.).

Fortuna memegang nilai 4P + 1L, yakni pola pikir yang positif, sikap antusias, pendekatan proaktif, hasil progresif, dan karakter yang memiliki integritas tinggi sebagai dasar inspirasi. Perusahaan telah bekerja sama dengan Perusahaan ini antara lain, MayBank, Ultra Mimi Kids, Ultra Milk, Pertamina, dan Dua Kelinci (Foru, n.d.).

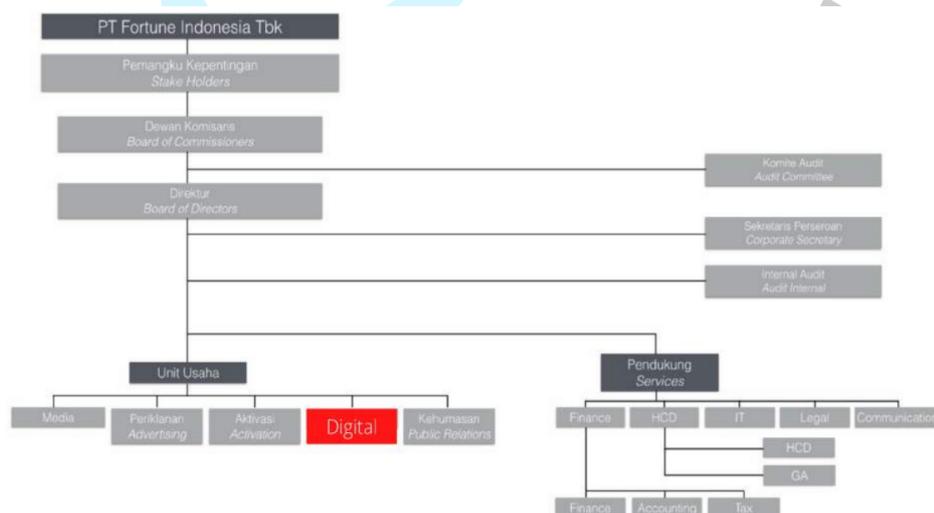
## 2.2 Visi Perusahaan

Visi Fortuna adalah menjadi jaringan komunikasi terkemuka di dunia, jaringan komunikasi yang berfokus pada bisnis dengan harapan agar dapat berkontribusi kepada dunia dan mencapai keunggulan melalui identitas yang positif dan nilai tambah yang diberikan.

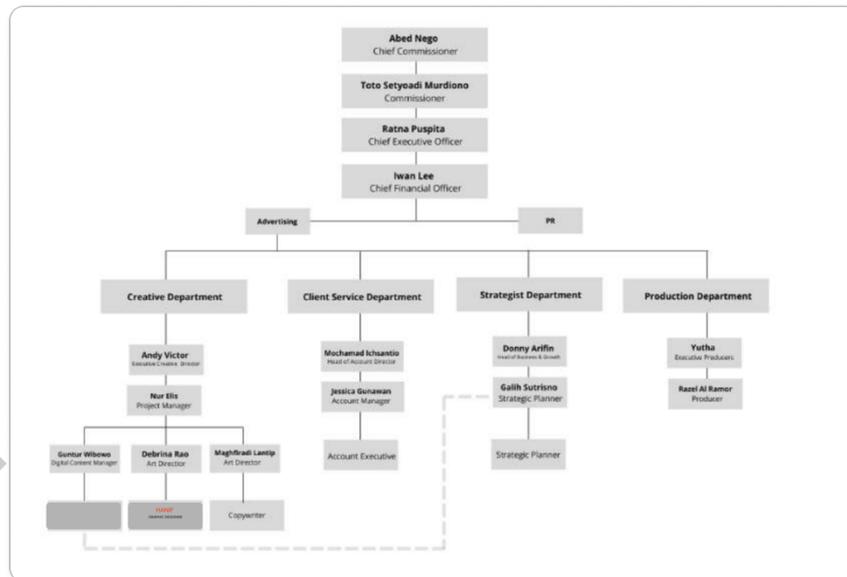
## 2.3 Misi Perusahaan

Fortuna memiliki dua misi. Misi ke-1 Fortuna adalah menciptakan nilai yang menarik bagi para pemangku kepentingan dan memungkinkan pertumbuhan yang lebih cepat. Misi ke-2 adalah membagikan keterangan nyata serta mengembangkan kisah yang sukses untuk mitra, *client*, komunitas serta negara.

## 2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan  
(Sumber: Foru.co.id, 2021)



**Gambar 2.3 Detail Struktur Organisasi Fortuna**

Pada struktur organisasi perusahaan Fortuna, setiap posisi memiliki tanggung jawab dan perannya sendiri. Praktikan ada di divisi digital sebagai *Graphic Designer* yang mempunyai tanggung jawab dalam membuat *content* untuk mempromosikan *brand* kepada *client* dengan sosial media, seperti Instagram. Ketika menjalankan magang, praktikan bekerjasama dengan *team* kreatif dalam proses membuat visualisasi konten, dan *team* AE untuk mencapai *approval* dari *client*.

## 2.5 Kegiatan Umum Perusahaan

### 2.5.1 *Shick and Shock*

*Shick and Shock* di Fortuna merupakan kegiatan umum yang melibatkan pemaparan atau presentasi materi tentang berbagai topik menarik. Sesi ini dirancang untuk ajang bertukar ilmu dan wawasan baru, dengan suasana santai yang mendorong kreativitas serta mempererat hubungan antar karyawan. Selain presentasi, kegiatan ini dilengkapi dengan sesi tanya jawab interaktif yang melibatkan seluruh peserta. Sebagai penutup, biasanya diadakan *bazaar* kecil yang menyediakan makanan dan minuman untuk dinikmati bersama, menciptakan momen kebersamaan yang menyenangkan dalam suasana kerja yang akrab.



Gambar 2.4 Suasana Shick and Shock

### 2.5.2 Work In Progress

Di Fortuna Network Indonesia, terdapat kegiatan umum bernama *Work in Progress*, yang merupakan sesi evaluasi kerja dan pemaparan terkait proyek-proyek yang sedang berjalan. Dalam kegiatan ini, *team* membahas *progress* pekerjaan, mengevaluasi hasil kerja yang telah dilakukan, dan merencanakan langkah-langkah untuk pekerjaan yang sudah mendekati tenggat waktu. *Work in Progress* bertujuan memastikan efisiensi dan kelancaran dalam pelaksanaan setiap proyek serta memfasilitasi koordinasi antar *team*. Kegiatan ini diadakan secara rutin setiap bulan untuk menjaga produktivitas dan memastikan semua target kerja dapat tercapai dengan baik.



**Gambar 2.5 Suasana Work In Progress**

