



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Sejarah Singkat Prasasta Reputation Management**

Dibandingkan dengan masa lalunya di Indonesia, dewasa ini peran *Public Relations* ataupun divisi *Public Relations* mudah ditemukan di dalam berbagai perusahaan, asosiasi maupun instansi Pemerintah. Meskipun begitu, jika diperhatikan lebih dalam lagi lingkup komunikasi serta aktivitasnya, bidang ini seringkali dipandang sebelah mata. Masih banyak organisasi baik dari perusahaan maupun instansi pemerintah yang belum berhasil memaksimalkan peran *PR* dalam setiap kegiatannya.

Hal tersebut diperparah dengan anggapan bahwa *Public Relations* perannya baru terlihat ketika perusahaan didera oleh krisis, akibatnya muncul anggapan bahwa tugas utama *PR* hanyalah sebagai juru bicara (*spokeperson*) organisasi, dimana perannya hanya sebatas penyampaian informasi kepada publik serta sebagai “pemadam kebakaran”, yang dipanggil ketika masalah telah terjadi dan mengancam reputasi.

Berangkat dari pandangan tersebut, Minar Yuliawati putri dari keluarga H. Soenarno Riptohardjono bersama dengan kedua adiknya yakni Taranto Adji dan Ananto Adji Prasetyo membentuk sebuah badan usaha pengelolaan reputasi perusahaan ataupun organisasi, yaitu PT Prasasta Cipta Artha pada tahun 2004 di Jakarta.

PT Prasasta Cipta Artha terdiri dari unit bisnis yang mencakup:

1. Prasasta Reputation Management didirikan pada tanggal 10 September 2007
2. Prasasta Daya Mata berdiri pada tahun 2008
3. Prasasta Institute berdiri pada tahun 2009
4. e-Prasasta berdiri pada 10 September 2007 bersamaan dengan Prasasta Reputation Management
5. Prasasta CSR berdiri pada tahun 2011

Hal lain yang menjadi pendukung terbentuknya PT Prasasta Cipta Artha adalah *basic knowledge*, pengalaman dan kemampuan mereka yang berlatarbelakang sebagai praktisi PR. PT Prasasta Cipta Artha percaya bahwa luasnya jaringan (*networking*) dengan media, pengalaman sebagai praktisi dan tokoh lain (Pemerintah, dsb) menjadi kunci dalam *business running PR consultant*. Tujuan dibentuknya PT Prasasta Cipta Artha bukan hanya berorientasi pada rupiah, PT Prasasta Cipta Artha bertekad untuk menjadi sumber informasi yang kompeten bagi berbagai hal yang berkaitan dengan layanan komunikasi strategis di Indonesia.

Keunikan PT Prasasta Cipta Artha melalui Prasata Reputation Management adalah tim konsultan di Prasata Reputation Management yang dimilikinya berasal dari beragam bidang studi(hukum, psikologi, manajemen), hal ini dijalankan dengan alasan bahwa dalam menghadapi sebuah permasalahan (khususnya yang dihadapi klien) diperlukan pandangan serta pola pikir yang komprehensif, agar solusi yang ditawarkan dapat efektif. Keunikan ini dapat dikatakan mengubah paradigma di mana umumnya sebuah perusahaan penyedia layanan komunikasi strategis, memiliki tim yang berasal dari satu ragam bidang studi.

Prasata Reputation Management hadir untuk mengakomodasi hal tersebut. Pada akhirnya Prasata Reputation Management memberikan kesempatan bagi setiap karyawannya untuk saling bertukar ilmu dan berbagi pengalaman antara satu dengan lainnya.

Kontak :

Prasata Reputation Management  
Wisma Pondok Indah II 17<sup>th</sup> floor  
Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V-TA  
Pondok Indah – Jakarta 12310

Phone: 62 21 7592 2934

Fax: 62 21 7592 2935

[www.prasasta.com](http://www.prasasta.com)

### 2.1.1 Visi dan Misi

Visi :

- a. Menjadi pusat database tentang Indonesia.
- b. Menjembatani kesenjangan antara dunia bisnis dengan dunia akademis.
- c. Menjadi *centre of excellence* bagi layanan manajemen reputasi di Indonesia.

Misi :

- a. Memberikan layanan komunikasi strategis dalam wujud persepsi audit, peringatan dini, relasi dengan stakeholders dan media serta manajemen krisis yang dapat membantu mempertahankan dan meningkatkan reputasi manajemen korporasi dan pemerintah.
- b. Menjadi pusat pelatihan ternama di bidang pengembangan komunikasi strategis bagi korporasi dan pemerintah.
- c. Membangun sinergi antara kegiatan bisnis dengan kegiatan akademis bagi kepentingan manajemen reputasi korporasi dan pemerintah.

### 2.1.2 Logo



**Gambar 2.1 Logo PT Prasasta Cipta Artha**  
Sumber : PT Prasasta Cipta Artha (2012)

Filosofi Logo :

- a. Nama Prasasta merupakan nama anak dari Minar Yuliawati yang diambil dari bahasa Sansekerta

- b. Warna merah bata merupakan warna tanah, menunjukkan kerendahan hati.
- c. Warna abu-abu diibaratkan sebagai perpaduan antara hitam (jahat) dan putih (baik) dalam kehidupan, hal tersebut menjadi filosofi yang dianut Prasasta Reputation Management dalam menjalankan tugasnya.

### 2.1.3 Bidang Jasa

PT Prasasta Cipta Artha adalah perusahaan yang bergerak di bidang Public Relations (PR) atau kehumasan. Adapun bidang usaha dari PT Prasasta Cipta Artha adalah sebagai berikut:

#### a. Prasasta Reputation Management

Prasasta Reputation Management ini berdiri pada tanggal 10 September 2007. Prasasta Reputation Management adalah Konsultan kehumasan dibawah PT Prasasta Cipta Artha sebagai *legal entity*. Prasasta Reputation Management ini dikelola oleh kombinasi profesional agen dan mereka yang telah mengumpulkan cukup pengalaman dunia nyata dalam menghadapi krisis. Mereka membawa dengan jaringan yang kuat dari media, pemerintah, LSM dan tokoh masyarakat yang dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan.

#### b. Prasasta Daya Mata

Prasasta Daya Mata ini yang mempersiapkan dan melaksanakan event-event yang berasal dari media activities yang telah disetujui oleh klien seperti *Press Conference, Media Briefing, Media Visit, Media Tour, Media Workshop*, mulai dari penyusunan *Log Book Presentation* sampai dengan *Loading, Gladi Bersih* dan *Show Management*.

#### c. Prasasta Institute

Prasasta Institute ini mempersiapkan dan melaksanakan riset dan training yang dibutuhkan oleh klien yang berasal dari *research* (*Perception Audit, Media Audit, Need Assessment Research*), *training* (*Media Handling skills, Negotiation skills, Internal Communication, Public Speaking*), *Stakeholder mapping* dan *analysis*, mulai dari penyusunan modula atau tor sesuai keinginan klien sampai dengan pemilihan responden, peneliti.

#### d.e-Prasasta

e-Prasasta memasok hasil liputan yang muncul di berbagai media (cetak, online, radio, TV) yang merupakan hasil kerja tim konsultan yang telah melakukan media activities (*Press Conference, Media Briefing, Media Visit, Media Tour, Media Workshop, Release Distribution, Exclusive Interview, Story Pitching, Ghostwriting*) dalam bentuk laporan harian dengan PR Value.

Di dalam e-Prasasta terdapat *media monitoring*. *Media Monitoring* adalah merupakan salah satu kegiatan penunjang utama dalam sebuah perusahaan Public Relations. Kegiatan media monitoring meliputi pengumpulan berita yang terkait dengan informasi atau message dari suatu klien. Kegiatan media monitoring dilakukan secara rutin dan berkala berdasarkan tipe dan karakter media massa yang dimonitor.

#### e. Prasasta CSR

Prasasta telah berkecimpung di bidang strategi CSR dan lebih dari 10 tahun, bermitra untuk meningkatkan usaha bisnis klien. Prasasta

percaya bahwa program CSR yang sukses dan berkesinambungan merupakan nilai tambah (*added value*) dalam bisnis atau organisasi klien kami dan dapat meningkatkan performa.

Tujuan utama kami dalam merancang program-program yang pro-aktif dan berkesinambungan adalah agar dapat menunjukkan bahwa posisi klien kami sebagai pemimpin industri yang bertanggung jawab secara sosial. Tujuan ini dapat dicapai dengan cara:

1. Melakukan *Need Assessment Research (NAR)*, untuk memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan para stakeholder dari klien kami.
2. Merancang cetak biru (*Blue Print*) CSR berdasarkan NAR dan penelitian-penelitian lain yang mendukung.
3. Melaksanakan dan mengevaluasi *Pilot Project* dan keseluruhan program.
4. Membuat laporan berkesinambungan untuk profil perusahaan, laporan tahunan dan laporan lain yang diperlukan.

#### **2.1.4 Klien Prasasta Reputation Management**

Berikut adalah beberapa klien yang pernah ditangani oleh Prasasta Reputation Management :

1. Standard Chartered Bank
2. BRI Syariah
3. KSEI
4. Hutchison 3
5. Pertamina
6. Total Indonesia

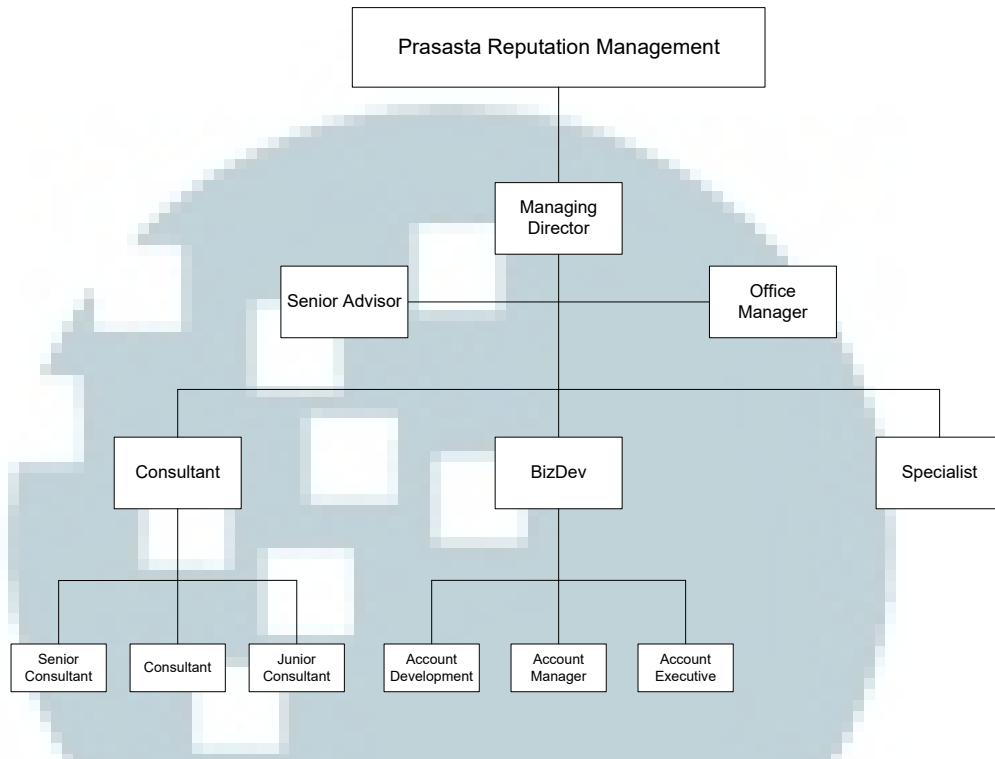
7. Croplife Indonesia
8. Ramsay Healthcare Indonesia
9. Extra Joss
10. Toshiba Visual Media Network
11. Hero
12. Sampoerna Kretek
13. Pasta Gigi Upin Ipin
14. Finding Srimulat The Movies
15. Daikin
16. PSMS Soccer Club
17. Pro Duta Soccer Club
18. PALYJA
19. JAMSOSTEK
20. Pizza Hut
21. Woodland Park Residence
22. Apartemen Senopati Residence
23. VivaNews
24. M-150
25. Hino

## **2.2. Struktur Organisasi Prasasta Reputation Management**

Prasasta Reputation Management memiliki beberapa divisi untuk menunjang aktivitas pekerjaannya dalam melayani klien. Hierarki disusun agar setiap *project* yang ada bisa diselesaikan dengan optimal dengan kontribusi dari berbagai divisi yang ada. Berikut adalah struktur organisasi beserta pemangku jabatan di Prasasta Reputation Management.



## Struktur Organisasi Prasasta Reputation Management



**Gambar 1.2 Struktur Organisasi Prasasta Reputation Management**

Sumber : Prasasta Reputation Management (2012)

UMMN

### **2.3. Job Description**

Berikut penjelasan mengenai tugas-tugas karyawan menurut jabatan di Busines Unit Prasasta Reputation Management:

a. Managing Director

Bertugas untuk mengelola semua bagian divisi ini demi berjalannya perusahaan dengan klien yang telah bekerja sama dengan Prasasta.

b. Senior Advisor

Bertugas untuk memeriksa mengenai tugas-tugas yang telah dikerjakan oleh bagian Consultan, BizDev, dan Specialist.

c. Office Manager

Bertugas dalam memberikan pelayanan yang berkaitan dengan kegiatan di dalam kantor seperti: membuat suatu peraturan di dalam kantor agar demi menunjangnya suatu perusahaan, merancang system di kantor yang berkaitan dengan prosedur kerja, filing dan sebagainya, mengelola peralatan kantor seperti camera, recorder, infokus, laptop, handycam dan lain-lain, mengontrol surat-surat yang telah masuk di kantor, mengontrol dan melakukan pengadaan supply kebutuhan kantor, membantu mencari vendor.

Melakukan supervisi karyawan seperti: membantu dalam proses rekrutmen, melakukan pengawasan terhadap karyawan, mengevaluasi performance karyawan.

d. BizDev

BizDev ini terdiri dari Account Manager, Account Development, dan Account Executive. BizDev ini memiliki tugas untuk mencari klien-klien baru yang dapat bekerja sama dengan Perusahaan. Dengan melakukan referensi, cold call, maintain client serta mempresentasikan mengenai Public Relations yang ada di Prasasta Reputation Management.

e. Consultant

Consultant ini terdiri dari Senior Consultant, Consultant dan Junior Consultant. Consultant ini bertugas untuk melakukan analisa, membuat strategi komunikasi serta mensupervisi aktivitas komunikasi yang merupakan implementasi dari strategi komunikasi. Selain itu juga melakukan evaluasi dalam setiap pelaksanaan aktivitas komunikasi.

f. Specialist

Specialist adalah orang yang mendukung proses kerja tim konsultan pada saat dibutuhkan dalam sumber daya ekstra. Specialist ini bertugas mempersiapkan *research* yang berupa (*Perception Audit, Media Audit, Need Assessment Research*), serta mengurus segala sesuatu mengenai event dan *press release* yang dibutuhkan oleh klien.

Selama menjalankan praktik magang, penulis ditempatkan dalam unit *consultant* sebagai *junior consultant* dengan tanggungjawab sebagai berikut:

- a. Menyusun *media list* dari setiap *event* yang diajukan
- b. Menyiapkan *media kit* untuk setiap *event*
- c. Menghubungi media untuk memastikan kehadiran mereka saat *event*

- d. Memastikan bahwa media menulis pemberitaan untuk *event* dimana mereka diundang
- e. Mengkoordinasikan pertemuan antara *senior advisor* dengan perwakilan wartawan (korlip) demi menjaga hubungan baik antara Prasasta Reputation Management dengan rekan media.
- f. Membantu penyusunan proposal untuk *pitching* klien.
- g. Membantu penyusunan proposal sesuai dengan *brief* dari klien.
- h. Mengikuti pertemuan dengan *klien* sebagai bagian dalam menyiapkan *event*.
- i. Menyusun *client kit* bagi klien saat akan melaksanakan *event*.
- j. Membantu pelaksanaan atau eksekusi *event*.

UMMN