**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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

# BAB II

# GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

## 2.1 Gambaran Umum Prasasta Reputation Management

### 2.1.1 Identitas

| | |
|---|---|
| Nama | : Prasasta Reputation Management |
| Alamat Kantor | : Wisma Pondok Indah II 17th floor Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V-TA Pondok Indah – Jakarta 12310 |
| Nomor Telepon | : +62 21 7592 2934 |
| Nomor Fax | : +62 21 7592 2935 |
| Website | : www.prasasta.com |
| Jenis Bisnis | : *Public Relations* |

### 2.1.2 Profil Singkat

PT Prasasta Cipta Artha yang berdiri pada tahun 2004 di Jakarta, merupakan sebuah korporasi komunikasi yang menyediakan layanan untuk manajemen reputasi. Bermula dari keprihatinan tiga kakak beradik dari keluarga H. Soenarno Riptohardjono, yaitu Minar Yuliawati, Taranto Adji dan Ananto Adji Prasetyo terhadap kesenjangan antara dunia bisnis dan dunia akademis, maka lahirlah ide untuk membangun PT Prasasta Cipta Artha sebagai korporasi komunikasi untuk menyatukan keduanya.

Pembeda Prasasta dengan korporasi komunikasi lainnya adalah komitmen Prasasta dalam melakukan segala aktivitas, terutama dalam penyediaan layanan untuk manajemen reputasi yang dilandasi pada penelitian akademis. Komitmen tersebut penting adanya untuk memadukan dunia bisnis dengan dunia akademis yang bersifat timbal balik dan saling mendukung.



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

Sejak awal, fokus Prasasta adalah pada langkah-langkah pengembangan dan penerapan komunikasi strategis di bidang manajemen reputasi. Selain itu, Prasasta juga terus bertekad untuk menjadi sumber informasi yang kompeten untuk berbagai hal yang erat kaitannya dengan Indonesia. Termasuk sebagai *centre of excellence* dalam pelatihan dan layanan komunikasi strategis di Indonesia.

PT Prasasta Cipta Artha memiliki enam unit usaha, yaitu:

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
5. Prasasta CSR berdiri pada tahun 2011

### 2.1.3 Logo

prasasta
REPUTATION MANAGEMENT

**Gambar 2.1 Logo 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.



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

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.

### 2.1.4 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.

### 2.1.5 Jasa Pelayanan

PT Prasasta Cipta Artha adalah perusahaan yang bergerak di bidang Public Relations (PR), adapun unit usaha dari Prasasta Cipta Artha adalah sebagai berikut:



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

a. Prasasta Reputation Management

Bediri pada 10 September 2007. Prasasta Reputation Management adalah Konsultan kehumasan yang berada dibawah PT Prasasta Cipta Artha sebagai *legal entity*. Memiliki 20 staff dalam melaksanaan kegiatan pengelolaan reputasi dengan cara membina hubungan baik antar pemangku kepentingan terkait.

Jasa pengelolaan reputasi yang disediakan oleh PRM terdiri atas tiga bagian besar yaitu:

- *Reputation Building* (Pembangunan Reputasi): *Research (Perception Audit, Media Audit, Need Assessment Research), Training (Media Handling skills, Negotiation skills, Internal Communication, Public Speaking), Stakeholder Mapping & Analysis, Media Tracking & Analysis*
- *Reputation Enhancement* (Penguatan/Pengokohan Reputasi): *Media Activities (Press Conference, Media Briefing, Media Visit, Media Tour, Media Workshop, Release Distribution, Exclusive Interview, Story Pitching, Ghostwriting), Brand Activation (Event management, audio Video Presentation, Creative Concept)*
- *Reputation Recovery* (Perbaikan Reputasi): *Crisis Management Protocol, Litigation Communication, Coalition Building, Third Party Endorsement/advocacy, Strategic Profiling*

b. Prasasta Daya Mata

Berdiri pada tahun 2008, Prasasta Daya Mata mempersiapkan dan melaksanakan event-event yang berasal dari media activities yang telah disetujui oleh klien seperti *Media Briefing, Media visit, Press Conference, Media Tour, Media Workshop*, mulai dari penyusunan *Log Book Presentation* sampai dengan *Loading, Gladi Bersih*, dan *Show Mangement*.



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

c. Prasasta Institute

Berdiri pada tahun 2009, 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, Negotation 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

Berdirinya e-Prasasta bersamaan dengan Prasasta Reputation Management. 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 yang merupakan salah satu kegiatan penunjang utama dalam suatu perusahan Public Relations. Kegiatannya meliputi pengumpulan berita yang ada kaitannya dengan suatu klien. Proses kegiatannya dilakukan secara rutin dan berkala.

e. Prasasta CSR

Prasasta percaya bahwa program CSR yang sukses dan berkesinambungan merupakan nilai tambah *(added value)* dalam bisnis dan dapat meningkatkan performa. Prasasta CSR sendiri sudah berdiri sejak tahun 2011. Tujuan utama dari Prasasta CSR adalah dalam merancang program-program yang pro-aktif dan berkesinambungan agar dapat menujukkan posisi klien Prasasta sebagai suatu perusahaan atau organisasi yang memiliki concern terhadap tanggungjawab sosial. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan cara:



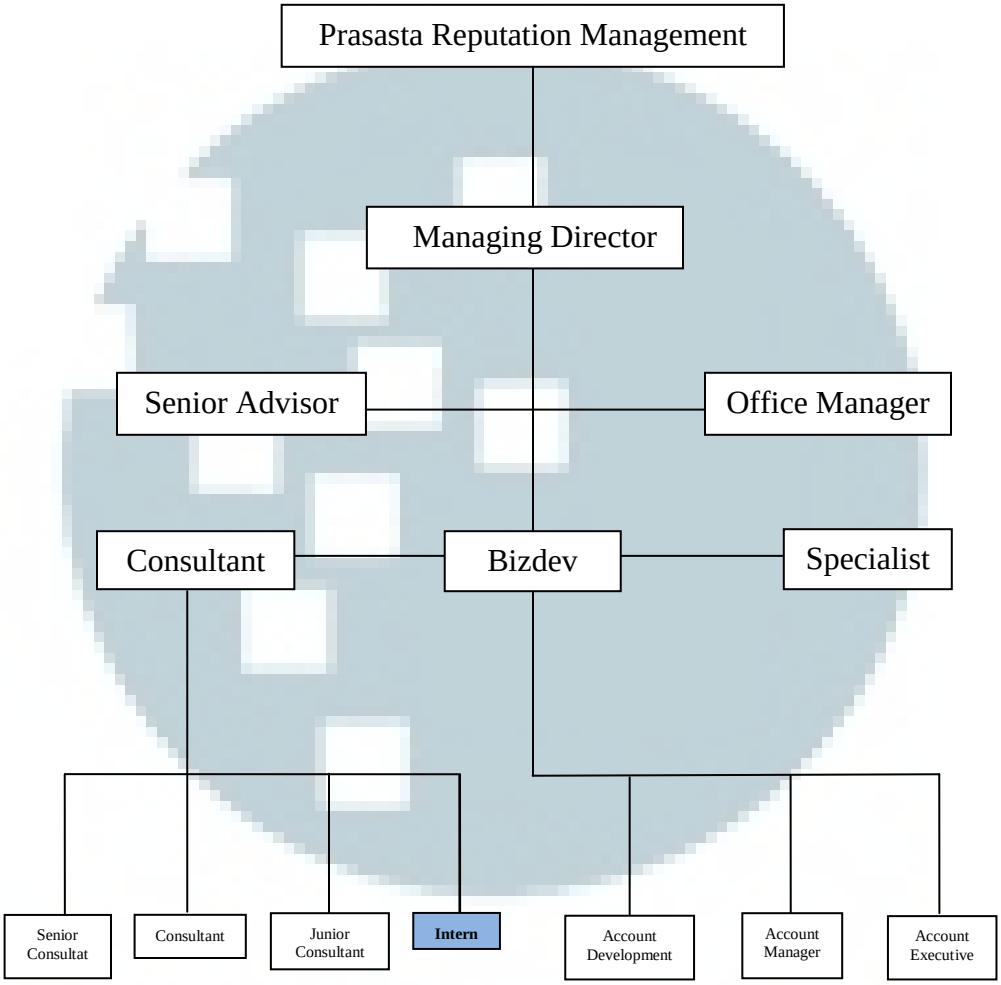
Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

1. Melakukan *Need Assessment Research (NAR)*, untuk memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan para stakeholder dari klien Prasasta.
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



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

## 2.2 Struktur Organisasi Prasasta Reputation Management




**Gambar 2.2 Struktur Organisasi Prasasta Reputation Managament**

Sumber: Prasasta Reputation Management (2012)

## 2.3 *Job Description*

Berikut adalah keterangan mengenai pekerjaan yang dilaksanakan menurut jabatan sesuai dengan yang tertera pada struktur organisasi diatas:

a. Managing Director

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

b. Senior Advisor

Bertugas untuk memeriksa mengenai berbagai 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, merancang system di kantor, mengelola peralatan kantor, mengontrol berbagai surat yang masuk dan melakukan pengadaan supply kebutuhan kantor, melakukan supervisi karyawan dan membantu mencari vendor.

d. Bizdev

Terdiri dari Account Manager, Account Development, dan Account Executive. Tugasnya adalah 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

Terdiri dari Senior Consultant, Consultant dan Junior Consultant.Tugasnya adalah untuk melakukan analisa, membuat strategi komunikasi serta mersupervisi aktivitas komunikasi yang merupakan implementasi dari strategi komunikasi, juga melakukan evaluasi pada setiap pelaksanaan aktivitas komunikasi.



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015

f. Specialist

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

Selama tiga bulan, penulis yang merupakan *intern* ditempatkan sejajar dan diberikan pekerjaan yang sama dengan *Junior Consultant*. Adapun tanggungjawabnya adalah sebagai berikut:

a. Melakukan *media monitoring* untuk beberapa klien, seperti *tracking* pemberitaan dan klipping pers
b. Membuat *media mapping*
c. Membuat dan merapikan *media database*
d. Menyusun *media list* untuk setiap *event*
e. Menghubungi media untuk *follow up* pemberitaan
f. Menghubungi media untuk memastikan kehadiran mereka pada suatu *event*
g. Memastikan bahwa media menulis pemberitaan suatu *event* dimana mereka hadir
h. Membantu pelaksanaan *event*
i. Mengirimkan *press release* dan *invitation* kepada rekan-rekan media
j. Menjaga hubungan baik antara Prasasta Reputation Management dengan rekan-rekan media
k. Mengikuti *meeting* dengan klien

.



Kegiatan media relations..., Nindya Putri Erlyta, FIKOM UMN, 2015