



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 PT. PRASASTA CIPTA ARTHA

2.1 Profil

Bermula dari keinginan menjembatani kesenjangan antara dunia bisnis dan akademis, munculah ide untuk membangun korporasi komunikasi yang akhirnya tertuang dalam proses pembentukan PT Prasasta Cipta Artha pada tahun 2004.

Sejak awal Prasasta berupaya untuk memfokuskan diri pada langkah-langkah pengembangan dan penerapan komunikasi strategis di bidang manajemen reputasi. Hal inilah yang membedakan Prasasta dari korporasi komunikasi lain yakni memiliki komitmen tinggi dalam melakukan segala aktivitas terutama penyediaan layanan untuk manajemen reputasi yang senantiasa berlandaskan pada kegiatan penelitian secara akademis. Komitmen ini menjadi hal yang penting dalam upaya memadukan dunia bisnis dengan dunia akademis yang memiliki sinergis yang bersifat timbal balik dan saling mendukung.

Dalam berbisnis, Prasasta terus bertekad untuk menjadi sumber informasi yang kompeten bagi berbagai hal yang berkaitan dengan Indonesia. Termasuk didalamnya, menjadi *centre of excellence* baik dalam pelatihan maupun layanan komunikasi strategis di Indonesia. Hal ini merupakan upaya Prasasta dalam berkontribusi bagi kemajuan bangsa Indonesia.

Didirikan oleh tiga orang kakak beradik dari keluarga H. Soenarno Riptohardjono, Prasasta Cipta Artha kini telah memiliki 5 unit usaha yang mendukung keahlian dalam bidang *Reputation Management*, yakni sebagai berikut.

1. Prasasta Reputation Management

Prasasta Reputation Management yang berdiri pada tanggal 10 September 2007 merupakan konsultan kehumasan dibawah Prasasta Cipta Artha sebagai *legal entity*.

2. Prasasta Institute

Prasasta Institute 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 & Analysis*, mulai dari penyusunan Modul/Term Of Reference sesuai keinginan klien sampai dengan pemilihan responden, peneliti.

3. 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.

e-Prasasta memberikan hasil liputan berdasarkan hasil kegiatan *media monitoring* yang dilakukan setiap harinya. Kegiatan *media monitoring* ini merupakan salah satu kegiatan PR yang paling penting dan mendasar karena pada gilirannya semua kumpulan berita yang terkait mampu membentuk informasi yang berguna bagi klien. Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan Prasasta dilakukan secara rutin dan berkala berdasarkan tipe dan karate media massa yang dimonitor.

4. Prasasta CSR

Prasasta telah berkecimpung di bidang strategi CSR dan lebih dari 10 tahun telah 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 Prasasta dan dapat meningkatkan performa. Tujuan utama Prasasta CSR adalah untuk merancang program-program yang proaktif dan berkesinambungan agar dapat menunjukkan bahwa posisi klien Prasasta CSR sebagai pemimpin industri yang bertanggung jawab secara sosial.

5. Prasasta Daya Mata

Prasasta Daya Mata 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 Mangement*.

2.2.1 Logo, Visi dan Misi Prasasta Reputation Management



Gambar 2.1 : Logo Prasasta Reputation Management

Nama Prasasta merupakan nama anak dari Minar Yuliawati yang diambil dari bahasa Sansekerta. Selain nama, warna logo Prasasta Reputation Management juga memiliki arti khusus yakni sebagai berikut.

- a. Warna merah bata merupakan warna tanah yang menunjukkan kerendahan hati.
- b. Warna abu-abu diibaratkan sebagai perpaduan antara hitam (jahat) dan putih (baik) dalam kehidupan.

Perpaduan dua warna inilah yang kemudian menjadi filosofi yang dianut Prasasta Reputation Management dalam menjalankan tugas-tugasnya. Dikelola oleh Minar Yuliawati selaku *Senior Advisor* (komunikasi publik), Taranto Adji selaku *Finance Director dan CSR Director* serta Ananto Aji Prasetyo selaku *President Director* sekaligus IT dan *Media Tracking dan Analisis*, perusahaan ini memiliki visi sebagai berikut.

1. Menjadi pusat *database* tentang Indonesia
2. Menjembatani kesenjangan antara dunia bisnis dengan dunia akademis
3. Menjadi *centre of excellence* bagi layanan manajemen reputasi di Indonesia.

Sedangkan misi yang dimiliki oleh Prasasta Reputation Management ialah sebagai berikut.

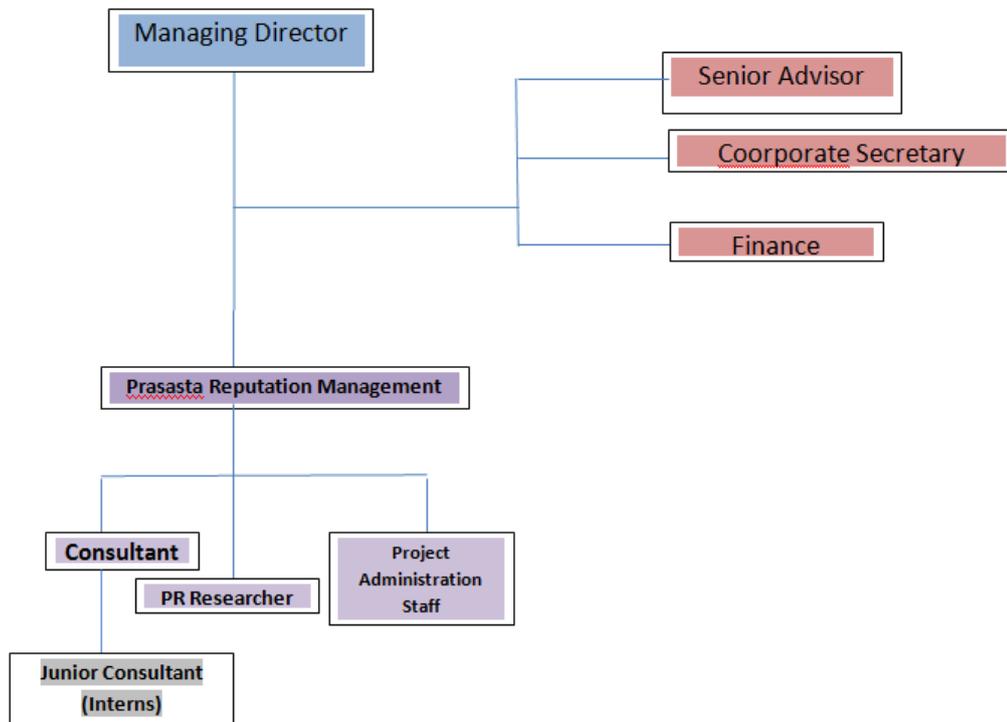
1. Memberikan layanan komunikasi strategis dalam wujud persepsi audit, peringatan dini, relasi dengan *stakeholders* dan media serta manajemen krisis yang dapat membantu mempertahankan dan meningkatkan reputasi manajemen korporasi dan pemerintah.
2. Menjadi pusat pelatihan ternama di bidang pengembangan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

2.2 Prasasta Reputation Management

Prasasta Reputation Management (PRM) merupakan salah satu unit usaha yang bergerak di bidang jasa konsultan PR (*Public Relations*) yang mampu membantu klien-kliennya dalam kegiatan pengelolaan reputasi. Sebagai perusahaan lokal independen, PRM memiliki kelebihan dalam pengetahuan tentang kondisi lokal Indonesia yang mampu mempermudah klien dalam menentukan kegiatan-kegiatan terkait guna membangun reputasi di mata para pemangku kepentingannya.

Didukung oleh konsultan-konsultan yang mampu menjadi *strategic partner* bagi para kliennya, PRM mampu memberikan masukan strategis terkait dengan cara berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan klien dan pesan utama yang ingin disampaikan oleh klien berdasarkan riset pemberitaan, riset kepustakaan dan riset lapangan.

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Prasasta Reputation Management



Berdasarkan bagan di atas, berikut *job description* masing-masing jabatan.

1. *Managing Director*

Bertugas untuk mengelola semua bagian divisi demi berjalannya perusahaan serta melakukan prospek terhadap calon klien-klien potensial.

2. *Senior Advisor*

Bertugas untuk memeriksa kembali semua tugas yang telah dikerjakan oleh bagian Konsultan dan *PR Researcher*.

3. *Corporate Secretary*

Corporate Secretary atau yang disebut juga sebagai *office manager* bertugas dalam memberikan pelayanan yang berkaitan dengan kegiatan di dalam kantor seperti membuat peraturan kantor guna menunjang berjalannya perusahaan, merancang sistem kantor yang berkaitan dengan

prosedur kerja, filing, mengelola peralatan kantor seperti kamera, *recorder*, *handphone*, *laptop*, dan lain-lain, mengontrol dan melakukan pengadaan *supply* kebutuhan kantor, membantu mencari vendor. Selain itu, *corporate secretary* di PRM juga bertugas melakukan supervisi karyawan seperti membantu proses rekrutmen, pengawakan karyawan serta mengevaluasi *performance* karyawan.

4. *Consultant*

Consultant di PRM bertugas untuk melakukan analisa, menyusun strategi komunikasi serta melakukan supervisi terkait aktivitas komunikasi yang merupakan implementasi dari strategi komunikasi. Setelah mempersiapkan semuanya, *consultant* harus melakukan evaluasi terkait setiap pelaksanaan aktivitas komunikasi.

5. *PR Researcher*

PR Researcher bertugas mempersiapkan *research* yang dibutuhkan terkait *project* yang akan atau sedang berlangsung, serta mengelola semua hal mengenai *event* dan *press release* yang dibutuhkan oleh klien. Sewaktu-waktu, *PR Researcher* bisa bertugas mendukung proses kerja tim konsultan pada saat dibutuhkan dalam sumber daya ekstra.

6. *Project Administration Staff*

Project Administration Staff bertugas untuk membuat *payment request*, *advance settlement*, *budgeting*, form cuti karyawan dan membantu proses administrasi karyawan baru.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Perusahaan

Prasasta Reputation Management sebagai perusahaan yang menawarkan jasa konsultan PR guna mengelola reputasi korporasi kliennya menawarkan jasa-jasa sebagai berikut.

1. *Media Relations*

Berpengalaman luas dalam bekerjasama dengan media lokal, nasional dan internasional membuat Prasasta Reputation Management mengetahui kinerja media di Indonesia. Pemahaman tersebut memungkinkan Prasasta Reputation Management dalam membantu pengemasan isu-isu yang berkaitan dengan klien sehingga memiliki *news worthy* di mata media. Jasa-jasa yang ditawarkan meliputi beberapa hal sebagai berikut.

- a. *Media Events: Press Conference, Media Briefing, Media Tour, Media Luncheon, Media Visit, Media Gathering*
- b. *Media Writings: Press Release, Ghost Writing, Communication Kit*
- c. *Media Events Evaluation: Content Analysis, Media Audit.*

2. *Media Training*

Pemberitaan non-stop selama 24 jam mendorong kesiapan diri staf dan manajemen di sebuah organisasi menjadi penting terutama jika paparan media yang muncul berkaitan dengan krisis yang ada. satu komentar yang tidak sesuai dapat berakibat fatal.

Pembicara yang terlatih, penuh percaya diri dan efektif berperan penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan yang positif, professional dan bertanggung jawab.

Prasasta Reputation Management memberikan layanan pelatihan untuk dapat berbicara dengan baik di depan media. Prasasta Reputation Management merupakan satu dari sedikit perusahaan konsultansi yang mampu menawarkan pelatihan di tingkat lokal, nasional dan internasional untuk dapat memenuhi kebutuhan organisasi. bentuk layanan yang ditawarkan berupa paket *full day Key Messaging Workshop* dan *hal-day Media Handling Skills Training*.

3. *Media Monitoring*

Alasan utama Prasasta Reputation Management mengerahkan tim khusus yang professional dalam memantau media ialah karena Prasasta

Reputation Management percaya bahwa klien harus mengubah berita menjadi *knowledge*. Oleh karena itu, Prasasta Reputation Management menawarkan berbagai pelayanan seperti *media tracking, content analysis, executive dashboard, company profile and issue analysis, competitor analysis* dan *media and industry outlook*.

4. *Public Affairs*

Dalam hal konsultasi mengenai *stakeholder engagement* atau kampanye mengenai kesadaran publik, pengetahuan dasar kami mengenai komunitas lokal, proses pengembangan kebijakan dan politik dapat membantu klien berkomunikasi dengan siapapun.

Ide awal dari setiap program hubungan masyarakat, baik itu murni hubungan pemerintahan maupun lebih luas ke arah kampanye hubungan masyarakat ialah mencari tahu tentang individu-individu yang memegang kendali atas isu yang dialami klien, individu-individu yang berpengaruh dan individu-individu dari pihak lain dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan organisasi.

Dalam hal ini yang dilakukan Prasasta Reputation Management ialah mengasah pendekatan dengan melakukan pemetaan dan *audit stakeholder* yang kemudian ditawarkan kepada klien dalam paket produk berbasis *stand alone* dan sudah menjadi bagian yang menyeluruh dari biaya *Public Affairs* yang ditawarkan.

5. *Crisis Communication*

Dalam menangani sebuah krisis, reaksi yang salah, *statement* yang keliru, kurang persiapan atau kesalahpahaman dalam mengartikan keadaan atau situasi dapat berakibat fatal terhadap reputasi suatu organisasi berikut *bottom line* organisasi itu sendiri.

Untuk itu, klien memerlukan persiapan yang cermat dalam menghadapi situasi yang sudah diperkirakan sebelumnya serta melakukan respon yang cepat dan cerdas terhadap situasi yang muncul secara tiba-tiba, baik itu sudah diperkirakan maupun tidak.

Dalam hal ini, layanan yang ditawarkan Prasasta Reputation Management berupa sebagai berikut.

1. Mengembangkan *protocol*/buku panduan krisis
2. Mendampingi klien selama krisis (investigasi, advokasi, evaluasi)
3. Bekerja sama dengan klien (*hand-in-hand*) dalam proses pemulihan dari krisis

6. *Litigation Communication*

Litigasi/Proses Peradilan merupakan tantangan yang nyata bagi reputasi perusahaan, dan pengacara sering disalahkan karena membatasi tindakan *Public Relation* terhadap tantangan tersebut untuk melindungi posisi secara hukum. Strategi komunikasi publik yang efektif harus dikoordinasikan dengan strategi hukum.

Ahli komunikasi litigasi yang dimiliki oleh Prasasta Reputation sangat sensitif pada proses perundingan baik ke pihak dalam dan luar serta mengembangkan strategi komunikasi untuk mendukung dan meningkatkan strategi hukum yang dilakukan perusahaan.

Di area-area yang sensitif ini, semua hubungan dengan klien kami bersifat rahasia dan banyak hasil dari sukses besar kami dari masalah-masalah tersebut yang sampai saat ini berhasil dikendalikan dan luput dari perhatian media.

7. *Corporate Social Responsibility*

Prasasta Reputation Management telah berkecimpung dalam bidang strategi CSR lebih dari 10 tahun, bermitra untuk meningkatkan usaha bisnis klien. Prasasta Reputation Management percaya bahwa program CSR yang sukses dan berkesinambungan merupakan nilai tambah (*added value*) dalam sebuah bisnis atau organisasi klien dan dapat meningkatkan performa.

Tujuan utama Prasasta Reputation Management dalam merancang program-program yang pro-aktif dan berkesinambungan adalah agar

dapat menunjukkan bahwa posisi klien Prasasta Reputation Management sebagai pemimpin industri yang bertanggungjawab secara sosial. Tujuan ini dapat dicapai dengan cara-cara sebagai berikut.

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.

8. *Viral Marketing & Online PR*

Dengan mengetahui bisnis klien dan bekerjasama dengan klien dalam perancangan strategi yang terbaik, Prasasta Reputation Management mampu menciptakan dan menumbuhkan serta mengelola viral marketing klien. Berikut merupakan beberapa yang ditawarkan Prasasta Reputation Management.

1. Guerilla Marketing
2. Flash Games dan Animation.
3. Adverts dan Short Films

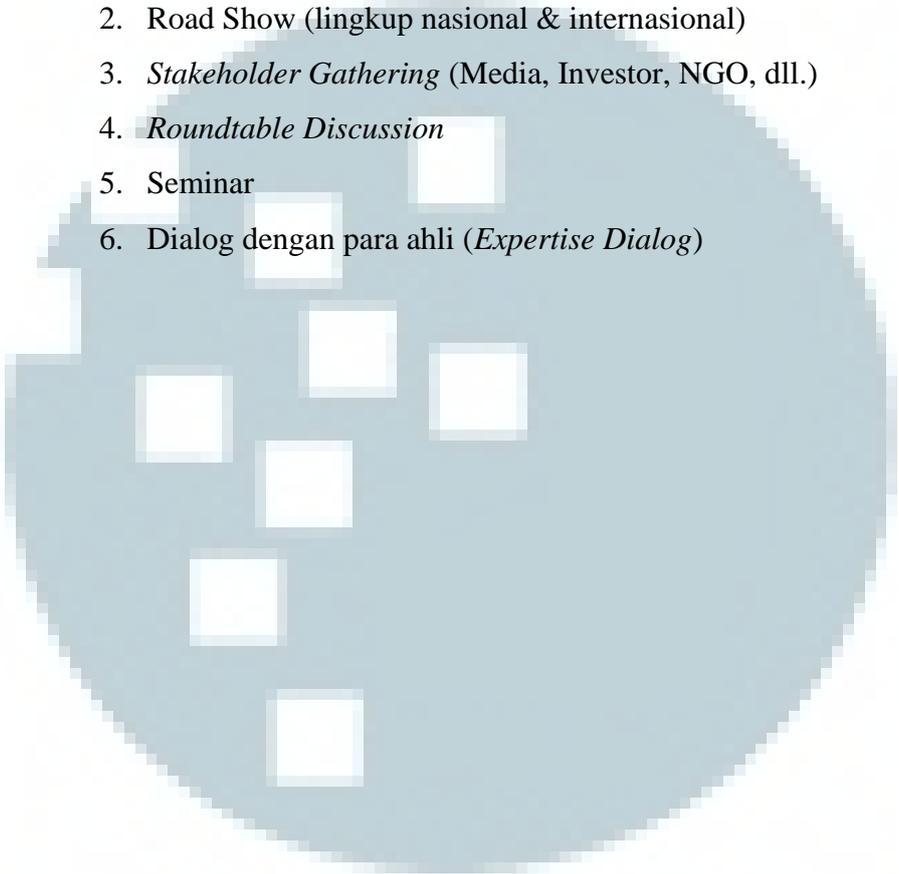
9. *Events*

PR Events adalah cara bagus untuk menunjukkan loncatan perusahaan klien dengan menciptakan inisiatif baru atau sebagai tanda suatu perubahan. Bila hal tersebut terjadi secara bersamaan, maka akan terlihat mudah, namun demikian seseorang harus mengurus detilnya.

Prasasta Reputation Management telah mengadakan berbagai program komunikasi untuk acara-acara besar (*high-profile event*). Kami berkolaborasi dengan klien untuk mengembangkan program *outreach*,

berupa *media relation* dan *interactive strategies*, yang menarik perhatian dan meraih audiens utama.

1. MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*): lokal, nasional, internasional
2. Road Show (lingkup nasional & internasional)
3. *Stakeholder Gathering* (Media, Investor, NGO, dll.)
4. *Roundtable Discussion*
5. Seminar
6. Dialog dengan para ahli (*Expertise Dialog*)



U M N