



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

PRASASTA REPUTATION MANAGEMENT

2.2.1 Profil Perusahaan

Prasasta Reputation Management berdiri sejak 10 September 2007, berlokasi di Pondok Indah Office Tower 2 Lantai 17, Jakarta.

Konsultan PR yang didirikan oleh Minar Yuliani ini berfokus pada layanan jasa pengelolaan reputasi. Layanan pengelolaan reputasi ditempuh dengan cara membina hubungan baik dengan para pemangku kepentingan terkait.

Prasasta Reputation Management memberikan layanan jasa yang terdiri dari tiga tahapan:

- 1) *Reputation Building*
- 2) *Reputation Enhancement*
- 3) *Reputation Recovery*

Prasasta Reputation Management memiliki keunggulan dengan berperan sebagai pemberi masukan atau advis strategis pada para klien yang didasarkan pada riset pemberitaan, riset kepustakaan dan riset lapangan.

Memiliki pengalaman selama tujuh tahun sebagai konsultan lokal di Indonesia, Prasasta Reputation Management memiliki pengetahuan mendalam tentang kondisi lokal Indonesia sehingga memberikan kemudahan bagi klien dalam menentukan kegiatan-kegiatan apa saja yang sesuai dan dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan.

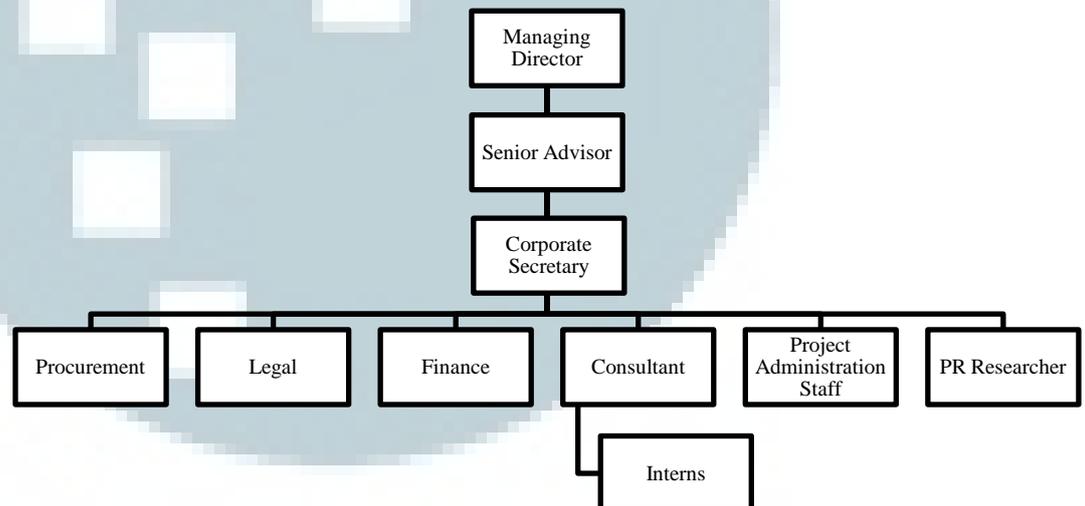
Prasasta Reputation Management telah menangani klien dari beragam latar belakang, antara lain korporasi dan produk (rokok, perbankan, rumah

sakit, FMCG, retailer, perminyakan, film, dll), pemerintahan dan BUMN, hingga LSM/NGO.

Prasasta Reputation Management menawarkan fleksibilitas dalam menjalin kerja sama dengan *in-house* konsultan, terdiri dari pengembangan konsep dari *in-house* team yang dieksekusi oleh Prasasta atau Prasasta mengusulkan konsep kegiatan PR yang di presentasikan di depan *in-house* untuk disesuaikan dengan iklim perusahaan.

2.2.2 Struktur Perusahaan

Bagan 2.1 Struktur Perusahaan



Sumber: Data Internal Prasasta Reputation Management

1) *Managing Director* – Ananto Adji Prasetyo

Bertugas untuk mengelola semua unit bisnis Prasasta Cipta Artha agar dapat berjalan beriringan dan memastikan semua unit bisnis dapat bekerja sama dalam menangani klien. Ananto Adji Prasetyo juga berperan dalam bidang pengembangan IT dan media monitoring.

2) *Senior Advisor* – Minar Yuliawati

Bertugas untuk memberikan masukan kepada managing director serta berperan sekaligus sebagai *senior consultant* di

Prasasta Reputation Management. Minar selaku senior *consultant* memiliki tanggung jawab untuk memantau *consultant* dan memastikan permintaan klien terpenuhi sesuai *deadline*.

3) *Corporate Secretary* – Valbona Raissa Tuwankotta

Bertugas untuk sebagai perwakilan *senior advisor* di kantor dalam menangani urusan dan keperluan kantor.

4) *Procurement* – Valbona Raissa Tuwankotta

Bertugas sebagai HRD yang menangani bagian ketenagakerjaan.

5) *Legal* – Aris

Bertugas pada bagian perizinan dan hal-hal yang bersangkutan dengan hukum.

6) *Finance* – Taranto Adji Prasetyo

Bertugas pada bagian keuangan.

7) *Consultant* – Anisa, Tia, Iqbal, Billy dan Aldo

Bertugas menangani klien.

8) *Project Administration Staff* – Yenni

Bertugas mengurus data dan administrasi kantor.

9) *PR Researcher* – Eka dan Tuti

Bertugas untuk mencari data yang dibutuhkan konsultan (diantaranya *media monitoring*).

10) *Interns*

Bertugas untuk membantu *consultant* dalam menangani klien yang sudah dibagi berdasarkan tim.

2.2.3 Ruang Lingkup Divisi Konsultan Prasasta Reputation Management

Jasa yang ditawarkan Prasasta Reputation Management terdiri dari tiga tahapan, *reputation building*, *reputation enhancement* dan *reputation recovery*. Tahapan tersebut dibedakan berdasarkan keinginan yang hendak dicapai klien dari pemangku kepentingannya.

Secara lebih spesifik Prasasta Reputation Management mengklasifikasikan jasa sesuai kebutuhan klien yang terdiri dari,

1) *Media Relations*

Prasasta Reputation Management telah berpengalaman dalam berhubungan dengan media baik regional, nasional hingga internasional sehingga dapat memetakan media yang sesuai dengan target klien serta mengemas berita agar menarik dan memiliki *news value* yang tinggi.

Jasa media relations yang tersedia mencakup:

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

2) *Media Training*

Media memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap reputasi perusahaan. Untuk itu, sangat penting bagi pihak internal perusahaan untuk familiar dan memahami media sehingga dapat memproyeksikan citra yang positif.

Memahami kecanggungan perusahaan dalam berinteraksi dengan media, Prasasta Reputation Management memberikan layanan jasa berupa pelatihan *Full Day Key Messaging Workshop* dan *Half Day Media Skills Training*. Pelatihan ini dimaksudkan agar para tokoh sentral perusahaan dapat menjadi *spokesperson* yang akrab dengan media dan mengetahui cara mengemas pesan yang efektif sehingga pada gilirannya dapat berpengaruh pada reputasi perusahaan.

3) *Media Monitoring*

Untuk mengukur reputasi sebuah perusahaan salah satu indikator yang dapat digunakan adalah dengan melihat pemberitaan di media. Tidak hanya sebagai indikator, pemberitaan di media juga dapat dijadikan sarana untuk menjangkau target perusahaan, sehingga perlu dilakukan media monitoring secara rutin.

Prasasta Reputation Management mengerahkan tim-tim khusus untuk memantau media baik cetak, online maupun digital di dalam dan luar negeri.

4) *Public Affairs*

Dalam merancang program PR bagi klien baik yang berkaitan langsung dengan masyarakat atau pemerintah, sangat penting dengan diawali pemetaan *stakeholder*. Upaya ini dilakukan untuk mengetahui pihak yang akan memegang kendali untuk berjalannya program tersebut, siapa yang dapat menjadi corong pesan, isu apa yang mungkin timbul, pihak mana saja yang berpengaruh.

Prasasta Reputation Management membantu klien dengan melakukan audit stakeholder untuk menjawab pertanyaan tersebut, sehingga diharapkan program yang dijalankan dapat berjalan lancar dan menyentuh hingga lapisan masyarakat.

5) *Crisis Communication*

Setiap perusahaan dalam segala industri memiliki potensi untuk terkena krisis. Krisis yang tidak ditangani dengan baik dapat menimbulkan dampak yang sangat buruk bagi reputasi perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam melewati

krisis, dipengaruhi oleh cara perusahaan dalam mengkomunikasikan krisis tersebut. Kesalahan komunikasi saat krisis berlangsung akan menimbulkan krisis yang lebih parah. Untuk menghindari hal tersebut, Prasasta Reputation Management memiliki beberapa layanan berupa *crisis protocol* sebagai upaya pra-krisis, investigasi, advokasi dan evaluasi saat krisis berlangsung serta sebagai partner klien dalam proses pemulihan krisis.

6) *Litigation Communication*

Litigasi atau proses peradilan merupakan masalah yang krusial sekaligus sensitif bagi perusahaan. Strategi komunikasi yang cermat dan tepat dapat memberikan pengaruh dalam proses perundingan. Prasasta Reputation Management memiliki tim khusus yang telah berpengalaman dan sukses dalam menangani proses litigasi klien. Area sensitif ini juga dijaga ketat oleh Prasasta Reputation Management sebagai bagian dari kode etik dengan klien.

7) *Corporate Social Responsibility*

Prasasta Reputation Management memiliki keyakinan yang tinggi akan strategi proaktif dapat berpengaruh pada reputasi klien. Setelah berkecimpung dalam strategi CSR selama lebih dari 10 tahun, Prasasta Reputation Management meneguhkan keyakinan itu kedalam aksi nyata, dengan mengajak klien untuk berperan serta dalam kegiatan yang memberikan manfaat untuk masyarakat dan alam. Program CSR juga menjadikan perusahaan klien sebagai pemimpin industri dalam aksi sosial. Hal ini dapat dicapai dengan cara melakukan *Need Assesment Research* (NAR) untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan

target program, merancang blue print program CSR, melaksanakan program serta membuat laporan berkala untuk mengevaluasi program yang dijalankan dan dampaknya.

8) *Viral Marketing & Online PR*

Prasasta Reputation Management memberikan layanan jasa dalam bentuk viral marketing dan online PR untuk menjawab kebutuhan klien akan kondisi pasar saat ini. Dengan mengakomodasi aplikasi serta konvergensi media lainnya, Prasasta senantiasa mengembangkan ide yang segar dan mampu mengaplikasikannya untuk mendukung program klien.

9) *Events*

Event merupakan cara yang efektif dalam mengelola maupun meningkatkan reputasi perusahaan. Event juga memiliki implementasi yang luas. Dengan beragamnya klien yang telah ditangani, Prasasta menawarkan beragam ide events serta fasilitas penyelenggaraan event untuk berbagai kegiatan dengan bantuan dari vendor-vendor yang mumpuni.

UMMN