

Corporate Branding & Reputation Management

Deskripsi Pelatihan

Di tengah kompetisi bisnis yang semakin terbuka dan transparan, reputasi perusahaan menjadi aset strategis yang nilainya sering kali melampaui aset finansial. Banyak organisasi memiliki produk yang kuat, namun belum mampu membangun persepsi publik yang konsisten dan kredibel. Ketidaksinkronan antara pesan perusahaan, perilaku organisasi, dan pengalaman stakeholder sering memunculkan kesenjangan reputasi yang berdampak pada kepercayaan pasar, loyalitas pelanggan, serta daya tarik perusahaan sebagai tempat bekerja.

Pelatihan ini dirancang untuk membantu peserta memahami bagaimana corporate branding dan manajemen reputasi dikelola secara strategis dalam organisasi modern. Peserta akan mempelajari kerangka kerja praktis dalam membangun identitas perusahaan, menyusun narasi korporasi yang kuat, serta mengelola persepsi stakeholder melalui komunikasi yang terintegrasi. Materi tidak hanya berfokus pada konsep, tetapi juga pada praktik manajerial yang digunakan oleh perusahaan dalam menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik.

Melalui kombinasi pemaparan konsep, studi kasus, diskusi strategis, serta simulasi praktik komunikasi korporasi, pelatihan ini akan membekali peserta dengan kemampuan untuk merancang strategi corporate branding yang relevan dengan konteks organisasi. Peserta diharapkan mampu

Trainer: Dr. Ujang Rusdianto, S.I.Kom., M.IKom.

WAKTU PELAKSANAAN

20 - 21 Januari 2027

09:00 - 17:00 WIB

TEMPAT PELATIHAN

Location: Kuretakeso Hotel - Kemang / Best Western Premier - Cawang / The Aryaduta Hotel Semanggi

Harga

Group Price: Rp 5.350.000
Full Fare: Rp 5.950.000

**) Harga di atas tidak dikenakan PPN 11%, sudah termasuk makan siang, snack, sertifikat, dan modul.*

memahami bagaimana reputasi terbentuk, bagaimana risiko reputasi dapat dikelola, serta bagaimana komunikasi strategis berperan dalam memperkuat posisi perusahaan di mata stakeholder.

Sasaran Pelatihan

Pelatihan ini ditujukan bagi karyawan perusahaan yang memiliki peran dalam pengelolaan komunikasi, citra organisasi, maupun hubungan dengan stakeholder, antara lain:

- Tim Corporate Communication
- Tim Public Relations / Media Relations
- Tim Marketing Communication
- Tim Brand Management
- Tim Human Capital / Employer Branding
- Manajer atau supervisor yang terlibat dalam komunikasi organisasi
- Profesional yang ingin memahami strategi pengelolaan reputasi perusahaan

Tujuan Pelatihan

Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta diharapkan mampu:

1. Memahami konsep dasar dan peran strategis corporate branding dalam organisasi modern.
2. Menjelaskan bagaimana reputasi perusahaan terbentuk dan dipengaruhi oleh komunikasi organisasi.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi stakeholder terhadap perusahaan.
4. Menyusun narasi corporate brand yang konsisten dengan nilai, visi, dan strategi bisnis perusahaan.
5. Mengembangkan strategi komunikasi yang mendukung penguatan reputasi organisasi.
6. Mengidentifikasi potensi risiko reputasi serta pendekatan manajemen reputasi yang efektif.
7. Mengintegrasikan komunikasi internal dan eksternal dalam pengelolaan citra perusahaan.
8. Mengaplikasikan kerangka kerja praktis dalam merancang strategi corporate branding.

Outline Materi Pelatihan

Hari Pertama

09.00 – 17.00 WIB

Sesi 1 – Lanskap Corporate Branding dalam Organisasi Modern

- Perubahan paradigma brand dari product branding ke corporate branding
- Peran brand dalam menciptakan kepercayaan dan diferensiasi perusahaan
- Hubungan antara brand, reputasi, dan kepercayaan stakeholder
- Studi kasus perusahaan dengan reputasi kuat dan reputasi yang mengalami krisis

Sesi 2 – Memahami Struktur Corporate Brand

- Identitas perusahaan (corporate identity)
- Nilai inti perusahaan (core values)
- Positioning perusahaan di pasar
- Arsitektur brand dalam organisasi

Sesi 3 – Stakeholder Perception & Reputation Formation

- Bagaimana reputasi terbentuk
- Peran media, publik, dan pengalaman stakeholder
- Faktor internal dan eksternal dalam pembentukan reputasi
- Analisis stakeholder mapping

Sesi 4 – Corporate Narrative & Strategic Messaging

- Menyusun narasi perusahaan yang kuat
- Menjaga konsistensi pesan organisasi
- Integrasi komunikasi internal dan eksternal
- Latihan menyusun corporate narrative

Hari Kedua

09.00 – 17.00 WIB

Sesi 5 – Strategic Corporate Communication Framework

- Model komunikasi korporasi strategis
- Sinkronisasi antara strategi bisnis dan komunikasi
- Peran corporate communication dalam pengelolaan reputasi

Sesi 6 – Reputation Risk Management

- Risiko reputasi dalam organisasi
- Identifikasi isu dan potensi krisis reputasi
- Pendekatan komunikasi dalam mitigasi risiko reputasi
- Studi kasus reputasi perusahaan

Sesi 7 – Corporate Branding Implementation

- Integrasi corporate branding dalam aktivitas perusahaan

- Employer branding dan internal branding
- Konsistensi brand dalam berbagai kanal komunikasi
- Simulasi perancangan strategi corporate branding

Sesi 8 – Workshop: Merancang Strategi Corporate Branding

- Analisis reputasi perusahaan
- Penyusunan strategi corporate branding
- Presentasi hasil kerja kelompok
- Umpan balik dan evaluasi strategi

Outcome Pelatihan :

Setelah mengikuti pelatihan Corporate Branding & Reputation Management, peserta diharapkan :

- Memahami hubungan strategis antara brand perusahaan, reputasi, dan kepercayaan stakeholder.
- Mampu menjelaskan peran corporate branding dalam mendukung strategi bisnis perusahaan.
- Memahami bagaimana persepsi stakeholder terbentuk dan memengaruhi reputasi organisasi.
- Mampu melakukan analisis stakeholder yang memengaruhi citra perusahaan.
- Mampu menyusun narasi corporate brand yang konsisten dengan visi dan nilai perusahaan.
- Memahami pendekatan strategic corporate communication dalam penguatan reputasi perusahaan.
- Mampu mengidentifikasi potensi risiko reputasi serta pendekatan mitigasinya.
- Memahami integrasi komunikasi internal, eksternal, dan media dalam pengelolaan reputasi.
- Mampu merancang kerangka strategi corporate branding yang relevan dengan konteks organisasi.
- Memiliki perspektif praktis mengenai pengelolaan reputasi perusahaan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Metode Pelatihan

Pelatihan ini menggunakan pendekatan pembelajaran yang interaktif dan aplikatif, meliputi:

- Presentasi Konseptual: Pemaparan kerangka konseptual, model, serta praktik terbaik dalam corporate branding dan manajemen reputasi.
- Diskusi Kasus: Pembahasan studi kasus perusahaan yang berhasil maupun gagal dalam mengelola reputasi organisasi.
- Simulasi dan Praktik: Latihan penyusunan strategi corporate branding, analisis stakeholder, serta perancangan narasi perusahaan.

Metode ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam konteks organisasi masing-masing.

Instruktur Pelatihan

Dr. Ujang Rusdianto, S.I.Kom., M.IKom.

Ujang Rusdianto adalah akademisi, praktisi, dan konsultan komunikasi dengan pengalaman lebih dari 12 tahun di bidang komunikasi korporasi dan strategic communication. Saat ini, ia merupakan mahasiswa Program Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Sahid Jakarta dengan fokus kajian pada Komunikasi Korporasi.

Secara profesional, Ia telah berpengalaman sebagai konsultan komunikasi di sejumlah lembaga konsultan terkemuka di Jakarta, termasuk Cinggarindo Galba dan Link. Selain itu, ia juga aktif sebagai Corporate Trainer yang memberikan pelatihan bagi berbagai perusahaan, baik nasional maupun multinasional, dalam pengembangan strategi komunikasi, penguatan reputasi organisasi dan keterampilan komunikasi.

Di bidang akademik, ia merupakan dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Strategic Communication, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang. Ia aktif melakukan riset, menulis, serta menjadi narasumber dalam berbagai forum publik, khususnya terkait isu komunikasi bisnis, reputasi perusahaan, dan keberlanjutan (sustainability).

Sebagai penulis, ia telah menghasilkan berbagai buku yang membahas bisnis dan sustainability, yang menjadi referensi praktis maupun akademik. Diantaranya berjudul: Digital Customer, Marketing Communication, CSR Communication, Employee Branding, Online Community Relations, dan Brand Communication.

Selain berkarier di dunia akademik dan konsultasi, ia juga merupakan Business Owner dari Kasa 1 Group, sebuah grup usaha yang bergerak di berbagai sektor, meliputi Perkebunan, Online Retail, Logistik, Kuliner, dan Education.

Fokus Keahlian:

- Strategic Communication
- Brand and Corporate Reputation
- Digital & Marketing Communication
- Customer Relationship Management (CRM)
- Investor Relations
- Media Relations
- Crisis Communication
- Corporate Social Responsibility (CSR)

Sertifikasi Profesional:

- Training of Trainer (TOT) Level 6
- Sertifikasi Pekerti
- Digital Marketing Manager
- Public Relations Specialist
- GRI Standard (Sustainability Reporting)
- MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)

Dengan kombinasi pengalaman akademik, praktis, dan kewirausahaan, Ujang Rusdianto berkomitmen untuk mendorong pengembangan komunikasi korporasi yang strategis, berkelanjutan, dan berdampak.

CONTACT US

Operational Office

ILP CENTER 2nd Floor R19, Jl. Raya Pasar Minggu 39A, Jakarta Selatan

Phone

+62 813-8834-2078

Email

regtraining@valueconsulttraining.com

Website

www.valueconsulttraining.com