IMAGE

REPUTATION

Goals:

Public Relations:
Create a positive image of organization and prevent spreading unfavorable rumors and information

Marketing:
Have the highest consumption, highest consumer satisfaction, and widest choice.

IMAGE = REPUTATION

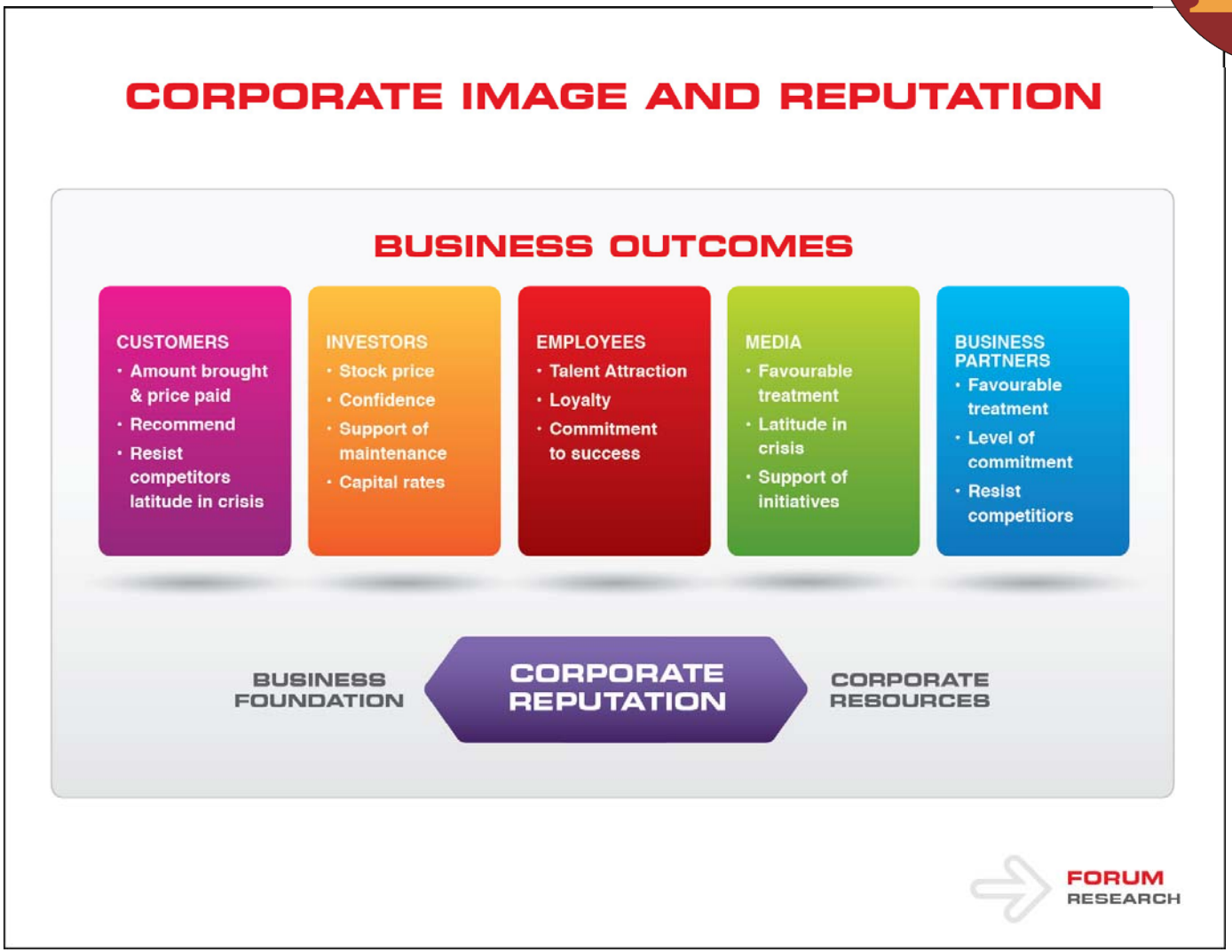

IMAGE = REPUTATION

Citra

- Merupakan kesan atau impresi sesorang terhadap sesuatu.
- Merupakan persepsi yang terbentuk dalam benak manusia
- Dalam ilmu psikologi komunikasi, citra diartikan sebagai penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas.
- Menurut Frank Jefkin, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamanya.

JENIS CITRA

Frank Jefkins (1996:17-20)

Jenis Citra atau image

- **Citra Bayangan**

  Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang-orang dalam (biasanya pimpinan) mengenai pandangan orang luar terhadap organisasi/perusahaannya.

  Citra ini cenderung positif dan bersifat fantasi. Namun karena ketiadaan informasi yang lengkap, maka citra yang diperoleh itu belum tentu tepat.

- **Citra yang berlaku**

  Citra yang berlaku adalah citra yang melekat pada orang lain terhadap organisasi/perusahaan. Citra ini sering tidak sesuai kenyataan, karena semata terbentuk karena pengalaman atau pengetahuan orang lain yang belum tentu memadai. Citra ini cenderung negatif.

JENIS CITRA (2)

- **Citra yang diharapkan**

  Adalah citra yang diinginkan oleh manajemen namun tidak selalu sama dengan citra sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan adalah lebih baik dari citra sebenarnya.

- **Citra perusahaan**

  Citra perusahaan juga sering disebut sebagai citra lembaga yaitu citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya

- **Citra majemuk**

  Citra majemuk adalah citra yang dibentuk oleh masing-masing orang di dalam suatu perusahaan yang berbeda-beda satu dengan lainnya dan juga tidak sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

CITRA TERBENTUK

- K**emampuan (tingkat dasar dan lanjut) pemimpin** dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh;
- **Praktek berorganisasi (job design,** reward system, komunikasi dan pengambilan keputusan)
- **Manajemen waktu/** perubahan dalam mengelola sumberdaya (materi, modal dan SDM) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang;
- **Penguasaan identitas diri** yang mencakup aspek fisik, personil, kultur, hubungan organisasi dengan pihak luar, respons dan mentalitas

Lama Citra Terbentuk

- Kualitas presentasi
- Aktifitas komunikasi
- Konsistensi
- Komitmen

CORPORATE REPUTATION

- Reputasi, suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara.
- Reputasi mencerminkan persepsi publik terkait mengenai tindakan-tindakan organisasi yang telah berlalu dan prospek organisasi di masa datang, tentunya dibandingkan dengan organisasi sejenis atau pesaing.
- Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik (investasi yang memerlukan waktu dan proses)
- Reputasi juga baru bertahan dan sustainable apabila konsisten antara perkataan dan perbuatan.

Prasyarat Reputasi

- Identitas organisasi
- Citra organisasi

Sisi Reputasi

- Citra kredibilitas
- Terpercaya
- Keterandalan
- Tanggung jawab sosial

Tingkat Reputasi

- Daya saing organisasi
- Kesanggupan organisasi merekrut dan mempertahankan pegawai yg berkualitas
- Mendapat rekomendasi positif dari publik
- Keberpihakan publik ketika terjadi masalah atau krisis\