

MANAJEMEN REPUTASI

Pertemuan 3

Presented by:

Fathiya Nur Rahmi, M.I.Kom
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Pembangunan Jaya





SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

Mahasiswa mampu memahami tentang paradigma reputasi, pentingnya reputasi, serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1).

LESSON PLAN

(Pertemuan 3)

**Penjelasan
pentingnya
reputasi
(melalui
valuing
reputation)**



Contoh Kasus



**Faktor-faktor
dalam Reputasi**



Manajemen Reputasi



VALUING REPUTATION

Pentingnya menjaga reputasi, salah satunya karena reputasi memiliki nilai yang tinggi bagi sebuah organisasi.

Salah satu cara untuk mengukur nilai reputasi organisasi / perusahaan salah satunya bisa dilihat dari beberapa indikator finansial perusahaan (contoh: saham perusahaan) yang bergantung pada reputasi.

VALUING REPUTATION



Berikut adalah beberapa cara lainnya dalam mengukur reputasi organisasi:

- Melakukan survey pada stakeholders organisasi.
- Analisis media coverage (Contoh: Edelman's Trust Barometer).
- Organisasi akan melihat index reputasi perusahaan apakah sedang turun / naik pada kondisi saat ini, lalu trend apa yang sedang digemari oleh publik.
- Dengan mengetahui posisi reputasi organisasi maka akan membantu membangun brand yang kuat, meluncurkan produk baru, dan kegiatan brand lainnya.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Eksternal Organisasi (Externally driven Issues)

Berikut adalah karakteristik isu eksternal yang dapat memengaruhi reputasi:

- Tidak dapat dikontrol oleh organisasi, narasi isu tersebut dikendalikan oleh berbagai kelompok publik.
- Dapat memengaruhi berbagai sektor dalam organisasi.
- Merupakan isu yang “fundamental” sulit untuk diselesaikan hanya dengan sebuah program PR sehingga membutuhkan serangkaian program PR yang konsisten.

FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Eksternal Organisasi (Externally driven Issues)

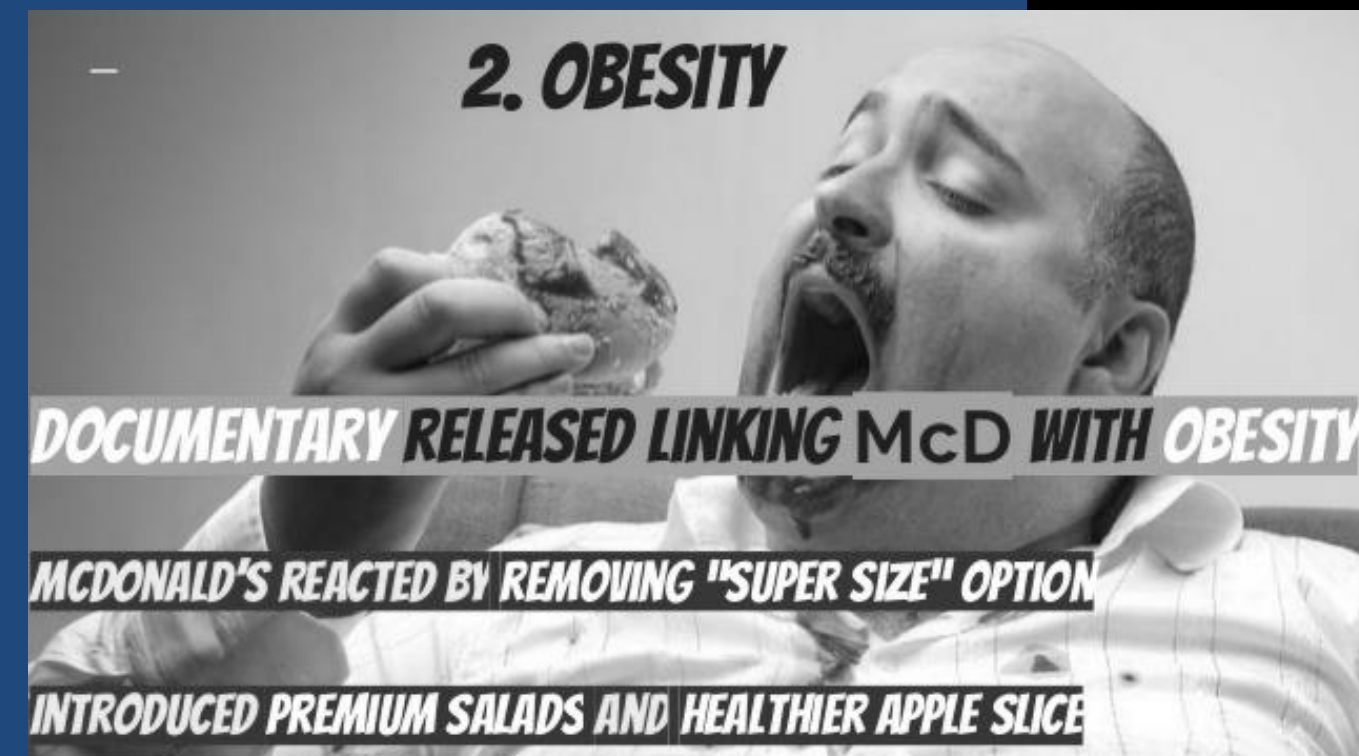
1. Societal and political attention on a broad problem

- Merupakan isu yang disuarakan oleh para politisi / LSM yang berkaitan dengan isu tsb.
- Mereka mengklaim jika perusahaan memiliki kontribusi dalam terjadinya masalah.

Contoh Kasus:

Isu obesitas yang menjadi isu besar dalam industri makanan & minuman. Isu ini merupakan isu yang sudah lama ada dan sulit untuk diselesaikan. Maka sekelompok orang yang aktif di bidang kesehatan juga politisi di bidang serupa akan mengklaim kondisi yang dialami publik merupakan kesalahan beberapa produk seperti McDonalld's, Coca Cola, Pepsi dll. Masalah ini sudah teridentifikasi oleh perusahaan namun sulit untuk diselesaikan selama pola industri belum berubah yakni hanya berfokus pada makanan yang masuk menyebabkan orang kelebihan kalori, bukan pada pola hidup bagaimana mengeluarkan kalori dalam tubuh seperti olah raga untuk mencegah isu obesitas.

2. OBESITY



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Eksternal Organisasi (Externally driven Issues)

2. Societal and political outrage at specific organizational behavior/ performance

- Menyasar pada organisasi yang spesifik dimana berkaitan dengan isu yang menjadi concern LSM / lembaga tertentu.

Contoh:

Isu tentang pekerja di bawah umur yang dipekerjakan oleh sebuah perusahaan. Isu ini di highlight oleh penggiat Hak Asasi Manusia juga asosiasi pekerja pada beberapa perusahaan, kritik tidak di berikan pada seluruh perusahaan di bidang tertentu.





TANTANGAN DALAM MENGELOLA ISU EKSTERNAL

- Memprediksi bagaimana, kapan dan dimana isu dapat memengaruhi reputasi organisasi.
- Memahami masalah / isu yang dihadapi, siapa yang mengendarai isu tersebut dan pihak yang terlibat dalam isu.
- Menentukan *positioning* organisasi dengan kompetitor dalam menghadapi isu serupa.

FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

Berikut adalah karakteristik isu internal yang dapat memengaruhi reputasi:

- Memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk ditanggulangi oleh organisasi.
- Hanya diketahui oleh internal organisasi (dapat diselesaikan sebelum pihak eksternal mengetahui). Namun jika gagal diselesaikan dalam skala internal organisasi, akan berpotensi untuk menimbulkan krisis yang lebih besar ketika isu sampai ke pihak eksternal, dan memiliki konsekuensi reputasi yang serius bagi organisasi.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

1. The 'proactive negative' internal issue

Berita buruk / sebuah kontroversi yang membutuhkan strategi komunikasi proaktif.

- Berita buruk yang hanya terjadi pada **satu** organisasi tertentu.
- Seringkali organisasi dipaksa untuk mengambil keputusan melalui realitas strategis (contoh kebijakan yang berkaitan dengan keuangan perusahaan).
- Ada beberapa pihak yang mengklaim dirinya sebagai "korban" dan "pahlawan" dalam sebuah masalah. Perusahaan / organisasi harus mengambil keputusan dan mengatasi rasa amarah dari pihak yang merasa dirugikan.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

1. The 'proactive negative' internal issue

Contoh Kasus:

Pada tahun 2012 sebuah Bank di Swiss melakukan efisiensi pekerja sebanyak 10.000 orang terpaksa diberhentikan. Isu ini terus berkembang dan mengancam reputasi perusahaan. Banyak dari karyawan yang menyuarakan pendapat mereka melalui Twitter mengenai berbagai kebijakan perusahaan sebelumnya di luar kebijakan pemberhentian karyawan.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

1. The 'proactive negative' internal issue

Penyelesaian Kasus:

Contoh kasus tsb sebenarnya dapat dicegah dengan melakukan strategi komunikasi proaktif (bersifat mencegah masalah terjadi). Diantaranya:

- Memahami posisi stakeholders, bagaimana respon mereka ketika menerima kebijakan sejak awal.
- Mengemas pesan dalam narasi yang positif meskipun yang diberitakan adalah bad news pada stakeholders. Upaya ini akan mencegah "playing victims" antara karyawan dan perusahaan.
- Mengutamakan stakeholders engagement & consultation, dengan cara mendengarkan kebutuhan serta keinginan karyawan.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

2. The 'proactive positive' internal issue

- Memiliki nilai kompleksitas yang tinggi dalam kebijakan yang diambil oleh organisasi.
- Membutuhkan kehati-hatian dalam melaksanakan kebijakan.
- Membutuhkan beberapa pihak dalam penyelesaian.
- Good news yang bisa berkembang menjadi bad news bagi organisasi.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

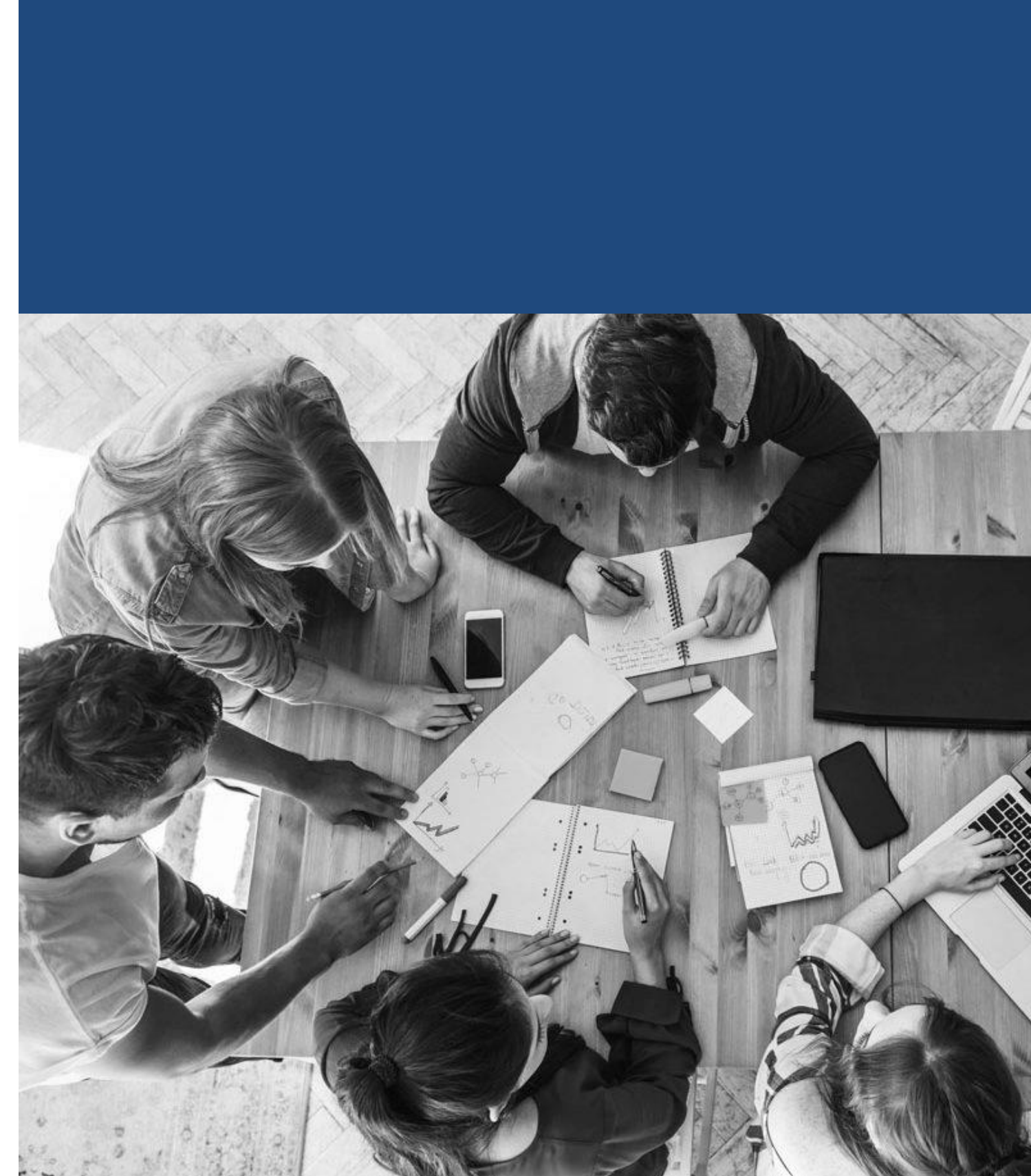
Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

2. The 'proactive positive' internal issue

Contoh Kasus:

Sebuah perusahaan membeli serangkaian teknologi baru untuk mengoptimalkan produksi produk. Namun ditengah launching teknologi baru tersebut, terdapat keraguan mengenai keamanan dan kualitas SDM yang dirasa tidak bisa memadai penggunaan teknologi tsb sehingga ada kekhawatiran akan ada efisiensi karyawan / PHK akibat adanya teknologi tersebut.

Sebelum melakukan launching teknologi baru, perusahaan harus bisa mengemas pesan secara positif dengan bantuan beberapa pihak terkait (bukan hanya PR) namun bidang lainnya seperti sarana & prasarana, finance (menjelaskan efisiensi penggunaan alat baru dari segi biaya) dan HRD yang memastikan kelangsungan jenjang karir karyawan.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

3. The 'reactive positive' internal issue

- Merupakan isu yang serius menimpa organisasi.
- Bukan hanya berdampak pada reputasi namun berpotensi menjadi sebuah krisis.
- Akan melibatkan beberapa pihak dalam penyelesaian isu.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

3. The 'reactive positive' internal issue

Contoh Kasus:

Cocal Cola pernah melakukan launching produk baru. Namun sayangnya produk tersebut memperoleh tanggapan negatif dari publik. Pemboikotan dilakukan dimana mana. Sebanyak 1.500 complain diterima oleh perusahaan setiap harinya.

Pada akhirnya setelah 3 bulan peluncuran produk baru, Executive Coca cola mengumumkan akan menarik seluruh produk baru dan mengembalikan formula Coca Cola seperti semula.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

3. The 'reactive positive' internal issue

Penyelesaian Kasus:

- Dari kasus Coca Cola kita bisa melihat jika kegiatan launching produk baru yang seharusnya menjadi kegiatan yang positif bagi perusahaan bisa menjadi isu negatif yang dapat merusak reputasi organisasi.
- Reaksi yang diberikan adalah mengakui jika terdapat kesalahan "accepting fallibility" pada kebijakan perusahaan.
- Dengan meminta maaf pada publik, bukan berarti sepenuhnya menanggung masalah yang menimpa organisasi. Setelah meminta maaf lebih lanjut lakukan investigasi, jika memang terdapat kesalahan organisasi, perbaiki segera. Namun jika ada pihak lain yang harus bertanggung jawab, maka segera urus hal sb dengan melibatkan pihak ketiga (seperti advokat, / konsultan)



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

4. The 'reactive negative' internal issue

- Memiliki peluang untuk diselesaikan.
- Isu mungkin memerlukan pengungkapan dari segi hukum / regulasi untuk memperbaiki reputasi.
- Erat kaitannya dengan kondisi emosional publik yang terdampak isu / masalah.



FAKTOR YANG MEMENGARUHI MANAJEMEN REPUTASI

Isu Internal Organisasi (Internally driven Issues)

4. The 'reactive negative' internal issue

Contoh Kasus:

Kasus korupsi yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan. Korupsi merupakan skandal yang sangat berbahaya dan memiliki potensi untuk merusak reputasi perusahaan.

Penyelesaian Kasus:

Skandal berasal dari kebiasaan buruk dan akan menghasilkan kinerja yang buruk pula. Maka yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah melindungi reputasi dan memenuhi janji pada publik.



REFERENCES

John Doorley and Helio Fred Garcia, Reputation Management 3rd Edition, The Key to Successful Public Relations and Communication, Routledge, 2015, New York

Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK

Any Question?

Don't forget to check Collaborator to get details for Task 1.

Goodluck!

