



CORPORATE IDENTITY

Manajemen Reputasi

Presented by: Fathiya Nur Rahmi, M.I.Kom

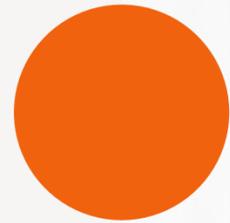




Sub-Capaian Pembelajaran

- Mahasiswa mampu memahami pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1)





DEFINISI CORPORATE IDENTITY

- Upaya untuk mengkomunikasikan filosofi perusahaan pada publik melalui pengemasan pesan, design logo, hingga pemilihan warna yang menjadi ciri perusahaan.
- Corporate identity mencerminkan bagaimana perusahaan memposisikan dirinya di mata publik, bagaimana perusahaan ingin dilihat oleh publik, dan bagaimana perusahaan ingin diingat oleh publik.

CORPORATE IDENTITY & REPUTATION



✓ **Corporate Identity
ditampilkan melalui ‘sensory-
experience’**

Sensory-experience diantaranya seperti gedung, dekorasi, logo, nama, seragam karyawan, dll. Hal ini tidak dipengaruhi oleh capaian kinerja atau kualitas keuangan perusahaan.

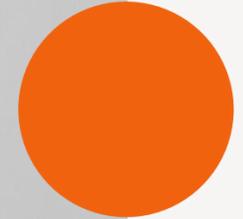
✓ **Perbedaan Corporate Identity
& Reputasi**

Tidak ada istilah baik / buruk dalam corporate identity, berbeda dengan reputasi dimana publik menilai kualitas produk & jasa berdasarkan komitmen perusahaan.

Contoh: Nike merupakan brand sepatu yang memiliki kualitas yang baik, namun brand identity dari brand tersebut tidak bisa dinilai baik / buruk, selama memiliki nilai filosofis perusahaan maka dapat dikatakan sebagai corporate identity.

PENTINGNYA CORPORATE IDENTITY DI DUNIA BISNIS

1. Menjawab tantangan globalisasi: menyampaikan nilai perusahaan ke ranah global.
2. Merespons perubahan pasar, perilaku konsumen.
3. Menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, misalnya munculnya media baru dan perubahan paradigma di dunia bisnis
4. Untuk menunjukkan diferensiasi produk, positioning produk dan memenangkan persaingan.
5. Kebutuhan organisasi: untuk sosialisasi nilai-nilai perusahaan, memotivasi karyawan, dll.
6. Tuntutan lainnya seperti perusahaan melakukan merger, akuisisi.

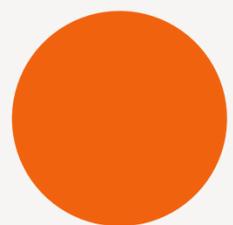




ELEMEN YANG DIGAMBARKAN DALAM CORPORATE IDENTITY

1. Keunggulan Perusahaan

Dalam corporate identity menggambarkan keunggulan perusahaan yang menarik bagi stakeholders, untuk itu perlu adanya analisis yang dilakukan mengenai needs (kebutuhan) serta interest (minat) dari masing-masing stakeholders.



ELEMEN YANG DIGAMBARAKAN DALAM CORPORATE IDENTITY

2. Relasi Perusahaan

Cara perusahaan dalam membangun hubungan yang baik dengan stakeholders. Contoh, melakukan dialog dan mengutamakan rasa respek (menghargai) dalam kebijakan yang dilakukan.





ELEMEN YANG DIGAMBARKAN DALAM CORPORATE IDENTITY



3. Posisi perusahaan

Perusahaan mampu menjelaskan posisi perusahaan di benak stakeholders. Apakah termasuk top of mind atau tidak dimata publik. Contoh: Yamaha memposisikan perusahaannya sebagai brand otomotif unggulan dan termasuk top of mind. Hal ini diperlihatkan dari slogan Yamaha yakni "Semakin di Depan".

ELEMEN YANG DIGAMBARAKAN DALAM CORPORATE IDENTITY



4. Visi & Misi, serta Kultur Perusahaan

Dalam corporate identity harus menggambarkan sikap, perilaku kerja & etika dalam kegiatan operasional perusahaan.

Contoh, brand identity Innisfree menjelaskan makna logo yang menjadi pegangan dalam kegiatan perusahaan yakni "healty beauty".



innisfree Green
Deep green shades
of Jeju Bija forest

Our logo represents innisfree's sincere endeavor to deliver healthy beauty with a typography that embodies our dear promise and strong commitments and a color inspired by bold green shades of Jeju bija forest that symbolizes nature's vitality.

Source: https://www.innisfree.com/id/en/BrandPage.do?pageName=brand_concept



Thank You!

Any Question?
Let's Discuss at Collabor.