



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Vira Geulis Nadita

44213010009

Manajemen Reputasi PT. Garuda Indonesia (PERSERO) Tbk. Dalam Mempertahankan Predikat “*World’s Best Economy Class*” Ditingkat Internasional

ABSTRAK

Reputasi sendiri diartikan sebagai nama baik, nama baik tersebut bukan kita yang menyematkan namun orang lain yang telah memberikan penilaian tentang kita. Dengan kata lain, ‘reputasi kita baik’ bukan kita yang menilai tapi orang lain yang menilai setelah melihat perbuatan kita. Reputasi terbentuk dari citra, citra terbentuk dari banyak hal seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa , PT. Garuda Indonesia salah satu perusahaan penerbangan dengan reputasi terbaik di Indonesia. Reputasi yang diperoleh PT. Garuda Indonesia dimata khalayak dan masyarakat sudah dipercaya mampu membuat masyarakat nyaman, aman selama penerbangan dalam menggunakan jasa penerbangan kelas ekonomi Garuda Indonesia. Tidak lepas dari reputasi yang baik dimata eksternal disitulah pihak internal atau pihak manajemen menjadi elemen pokok dalam mempertahankan dan mengelola reputasi yang baik dan menjadikan PT. Garuda Indonesia satu satunya jasa penerbangan yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia.

Masalah penelitian ini adalah bagaimana PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dalam mempertahankan predikat “*World’s Best Economy Class*” ditingkat internasional berdasarkan konsep mempertahankan reputasi yang dikemukakan oleh John Doorley dan Fred Garcia dalam pemetaan reputasi yaitu pemahaman performance atau kinerja dan perilaku dan konsisten dengan kegiatan komunikasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus melakukan wawancara kepada narasumber dan dokumentasi.

Hasil penelitian pengelolaan reputasi yang dilakukan oleh manajemen PT. Garuda Indonesia dalam mempertahankan predikat “*World’s Best Economy Class*” sudah berjalan dengan baik sesuai dengan konsep manajemen repuasi melalui tahap analisis, perencanaan strategis, stakeholder relations, media relations, government relations, manajemen isu dan tahap evaluasi

Keywords : Manajemen Reputasi, *Public Relations*, dan Komunikasi Organisasi