



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dita Annisawati
44213010017

Manajemen Reputasi Kementerian Pariwisata Negara Republik Indonesia
(Penelitian Berdasarkan Program Humas Kemenpar 2017-2018)
Bibliografi : 5 Bab 74 Halaman + Lampiran + 23 Buku + 4 Internet

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 Pemerintahan, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia salah satu kementerian dengan reputasi terbaik di Indonesia. Reputasi yang diperoleh Kemenpar dimata khalayak dan masyarakat sudah dipercaya mampu membuat masyarakat tahu akan peningkatan pariwisata yang ada di 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 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia menjadi leading sector core economy di Indonesia berdasarkan pendekatan pertama dalam manajemen reputasi yaitu berdasarkan *Analisis Reputasi, Perencanaan Strategis, Stakeholders Relations, Media Relations, Government Relations, dan juga manajemen isu dan krisis* membuat kemenpar dapat mempertahankan reputasinya dengan baik..

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 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sudah berjalan dengan baik sesuai dengan konsep manajemen reputasi berdasarkan progra kemenpar periode 2017-2018 melalui *tahap analisis reputasi, perencanaan strategis, stakeholder relations, media relations, government relations, manajemen isu dan tahap evaluasi*

Keywords : Manajemen Reputasi, Public Relations, dan Komunikasi Organisasi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dita Annisawati
44213010017

Manajemen Reputasi Kementerian Pariwisata Negara Republik Indonesia
(Penelitian Berdasarkan Program Humas Kemenpar 2017-2018)
Bibliografi : 5 Bab 74 Halaman + Lampiran + 23 Buku + 4 Internet

ABSTRACT

Reputation is a good name for the company. Reputation is formed from images, images are formed from many things such as company history. As a company engaged in the Government sector, the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia is one of the best reputable ministries in Indonesia.

The reputation that has been gained, has been trusted by the Indonesian people to be able to make people know about the increase in tourism in Indonesia. Not to be separated from a good reputation in the external environment, management is the main element in maintaining and managing a good reputation and making the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia becoming the leading core economy sector in Indonesia based on the first approach in reputation management, which is based on *Reputation Analysis, Strategic Planning, Stakeholders Relations, Media Relations, Government Relations, and also issue management and crisis*, making the Ministry of Foreign Affairs maintain its reputation well ..

This study uses a qualitative approach with descriptive research types. The research was conducted intensively, in detail and deeply on an organization. The research method used was a case study conducting interviews with informants and documentation.

The results of reputation management have gone well in accordance with the concept of reputation management based on the Indonesian Ministry of Tourism program 2017-2018 through stages of *reputation analysis, planning strategies, stakeholder relations, media relations, government relations, management and evaluation issues*.

Keywords: *Reputation Management, Public Relations, and Organizational Communication*