



Universitas Mercu buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Wina Veronica
44213120015

Manajamen Reputasi Dalam Mempertahankan Reputasi PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk

Edisi 7 Januari 2017

Bibliografi 103 Halaman + 5 BAB + 16 buku + Data Pribadi

ABSTRAK

Reputasi perusahaan sangat penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dibenak masyarakat tentang perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, mengelola dan menjaga reputasi lebih kompleks daripada sekedar menjual produk atau jasa kepada konsumen. Perusahaan perlu membutuhkan waktu yang lama untuk membentuk reputasi dan ketika reputasi sudah kokoh, maka akan sulit juga untuk mempertahankannya, karena pasti banyak persaingan-persaingan yang juga menggeluti di bidang yang sama. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen reputasi PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen reputasi yang dikembangkan oleh Lamotta (2004). Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menemukan bahwa pendekatan manajemen reputasi yang digunakan PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk adalah pendekatan dimana pendekatan ini menguraikan langkah-langkah yang lebih praktis dalam menjaga reputasi perusahaan melalui beberapa langkah, yaitu: melakukan penelitian untuk mengetahui persepsi dan sikap khalayak terhadap organisasi atau perusahaan, membangun konsensus tentang nilai dasar (core values) dan tujuan organisasi antara manajemen dan karyawan dan mengidentifikasi janji penjualan dan pengonsepan yang unik.

Peneliti menyimpulkan bahwa Garuda Indonesia sebagai perusahaan yang bertaraf internasional harus mampu memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila keinginan dan kebutuhan konsumen sudah terpenuhi, service yang diberikan kepada konsumen akan menjadi suatu usaha yang berhasil karena perusahaan telah mempunyai keunggulan dalam bersaing dengan kompetitor lain.