MENGUKUR & MENGEVALUASI REPUTASI

1. Apa itu Reputasi

Reputasi adalah persepsi atau pandangan umum yang dimiliki orang lain tentang seseorang, kelompok, organisasi, atau entitas lain, berdasarkan perilaku dan tindakan mereka di masa lalu. Reputasi berkaitan dengan kesan yang terbentuk di benak publik tentang kualitas, karakter, dan kredibilitas entitas tersebut. Reputasi bisa positif atau negatif, dan dibangun dari waktu ke waktu melalui berbagai interaksi dan pengalaman. Reputasi tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses yang panjang dan berkelanjutan. Perilaku, tindakan, dan komunikasi yang konsisten dari waktu ke waktu membentuk persepsi publik.

* **Faktor yang Mempengaruhi:**Beberapa faktor yang dapat memengaruhi reputasi antara lain:
  + Kinerja dan kualitas produk atau layanan.
  + Etika dan integritas dalam menjalankan kegiatan.
  + Keterbukaan dan transparansi dalam berkomunikasi.
  + Responsivitas terhadap keluhan dan masalah.
  + Keterlibatan dalam kegiatan sosial dan lingkungan.
* **Jenis Reputasi:**
  + **Reputasi Individu:** Berdasarkan perilaku, karakter, dan pencapaian pribadi.
  + **Reputasi Organisasi/Bisnis:** Berdasarkan kinerja, produk/layanan, hubungan dengan pelanggan, dan praktik bisnis secara keseluruhan.
  + **Reputasi Negara:** Berdasarkan kebijakan, hubungan internasional, dan kondisi sosial ekonomi.
* **Pentingnya Reputasi:**Reputasi yang baik dapat memberikan berbagai manfaat, seperti:
  + Meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
  + Mendukung pertumbuhan bisnis dan nilai investasi.
  + Memfasilitasi hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan/stakeholders
  + Meningkatkan daya tarik bagi simpatisan ataupun potensial member
* **Kerusakan Reputasi**
* Kerusakan reputasi dapat terjadi akibat berbagai faktor, seperti skandal, pelanggaran etika, atau krisis serta tidak sesuainya antara pencitraan dengan realitas yang ditemui. Kerusakan reputasi dapat berdampak negatif pada berbagai aspek, seperti keuangan, hubungan bisnis, dan kepercayaan publik.

Singkatnya, reputasi adalah kesan yang melekat pada entitas tertentu, yang terbentuk dari perilaku dan interaksi mereka, serta memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan.

**Salah kunci sukses dalam membangun dan mempertahankan reputasi adalah jika semua aktifitas/kegiatan/perilaku lembaga bisa memuaskan/membanggakan publik internal dan disaat yang sama dapat menumbuhkan kekaguman bagi publik external.**

1. **Cara Mengukur dan Mengevaluasi Reputasi**

Mengukur reputasi perusahaan bisa dilakukan dengan beberapa cara, seperti melalui analisis sentimen di media sosial, survei kepuasan pelanggan, analisis ulasan online, dan pengukuran Net Promoter Score (NPS). Selain itu, perusahaan juga dapat mengukur reputasi melalui indikator keuangan, seperti pertumbuhan saham, dan pemantauan media coverage.

Berikut adalah cara-cara lebih detail untuk mengukur reputasi perusahaan:

**1. Analisis Sentimen Media Sosial:**

* **Sentimen Analisis:**Mengukur sentimen positif, negatif, atau netral terhadap lembaga berdasarkan postingan media sosial.

**Analisis Jangkauan dan Interaksi:**Memantau seberapa luas penyebaran informasi tentang lembaga dan seberapa aktif publik berinteraksi dengan konten yang dibagikan.

| **Tabel social media monitoring** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tanggal posting** | **tanggal monitoring** | **Topik postingan** | **like** | **share** | **comment** | **tones +** | **tone -** | **Ket** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Tugas 1: Lakukan media monitoring terhadap official account lembaga

**2. Survei Kepuasan Pelanggan dan Net Promoter Score (NPS):**

**Survei Online/Kuesioner:**Distribusikan survei online atau kuesioner kepada pelanggan untuk mendapatkan umpan balik langsung.

* **Pertanyaan Kualitas:**Tanyakan tentang kepuasan, kualitas produk/layanan, dan pengalaman secara umum.
* **Pertanyaan NPS:**Tanyakan kepada pelanggan seberapa besar kemungkinan mereka akan merekomendasikan perusahaan/produk/layanan kepada orang lain.
* **Peringkat:**Pelanggan memberi peringkat dari 0-10, dengan 10 sebagai promotor dan 0 sebagai detraktor.
* **Analisis:**Hitung NPS dengan mengurangkan persentase promotor dari persentase detraktor.

Tugas 2: Susun pertanyaan quesioner melalui google form untuk survey kepuasan pelangggan

| * **QUESIONER KEPUASAN PELANGGAN** | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * **NO** | * **Pertanyaan** | * **Skala Pilihan Jawaban** | | | | | | | | | |
| * 1 | * 2 | * 3 | * 4 | * 5 | * 6 | * 7 | * 8 | * 9 | * 10 |
| * 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * dst |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**3. Analisis Ulasan Online:**

* **Ulasan dan Peringkat:**Pantau ulasan dan peringkat online di platform seperti Google My Business, Yelp, dan situs ulasan lainnya.
* **Analisis Sentimen:**Periksa apakah ulasan positif atau negatif dan apa saja yang menjadi poin kuat dan lemah perusahaan.

Tugas 3: Lakukan analisis sentimen ulasan online dengan menggunakan google trend

| **ANALISIS SENTIMEN ULASAN PADA GOOGLE REVIEW** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Poin penting isi ulasan | Sentimen ulasan | | | Kekuatan/keunggulan | Kelemahan/kekurangan | Keterangan |
| Positif | Netral | Negatif |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**4. Pemantauan Media Coverage:**

* **Analisis Media:** Pantau bagaimana media melaporkan tentang perusahaan, produk, dan layanan.
* **Sentimen Analisis:** Periksa apakah pemberitaan positif atau negatif dan bagaimana perusahaan diwakili dalam media.

Tugas 4: Lakukan media monitoring yang memberitakan lembaga anda

| **Form Media Monitoring** | | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama Media | bentuk media | Judul berita | Tgl | poin-poin penting isis berita | Tone Pemberitaan | | | Nara sumber berita | Wartawan | Afiliasi media | KET |
| Pos | Neg | Net |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| dst |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**5. Analisis Umpan Balik Langsung dari Klien/Mitra:**

* **Survei:**Lakukan survei atau wawancara dengan stakeholders untuk mendapatkan umpan balik.
* **Analisis:**Identifikasi area yang perlu ditingkatkan berdasarkan umpan balik tersebut.
* Tugas 5: Susunlah quesioner atau draft pertanyaan wawancara untuk menggali umpan balik dari stakeholders

| **DRAFT PERTANYAAN UNTUK KEPUASAN  DAN UMPAN BALIK STAKEHOLDERS/MITRA** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | Skala pilihan jawaban | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |  |  |
| dst |  |  |  |  |  |  |
| KRITIK & SARAN | | | | | | |
|  | | | | | | |

**6. Penghargaan dan Sertifikasi:**

* **Penghargaan:**Perhatikan penghargaan yang diterima oleh perusahaan, yang dapat menjadi indikator reputasi.
* **Sertifikasi:**Periksa sertifikasi yang dipegang perusahaan, yang dapat menunjukkan komitmen pada standar tertentu.

Tugas 6: Identifikasi dan kodifikasi penghargaan yang pernah diterima

| **IDENTIFIKASI DAN KODIFIKASI PRESTASI LEMBAGA** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama penghargaan | Tahun | Bidang | Level/scope | Peringkat | Lembaga pemberi Penghargaan | Keterangan |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |  |
| dst |  |  |  |  |  |  |  |

**7. Budaya Perusahaan:**

* **Budaya Kerja:**Bangun budaya kerja yang positif, di mana karyawan merasa dihargai dan termotivasi.
* **Kesejahteraan Karyawan:**Prioritaskan kesejahteraan karyawan, seperti pelatihan, pengembangan karier, dan keseimbangan kerja-hidup.

Dengan menggunakan kombinasi dari metode-metode ini, perusahaan dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang reputasinya dan mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan citra positif di mata publik. Cara mengevaluasi reputasi