Muhammadiyah
GERAKAN ISLAM BERKEMAJUAN

Mengukur & Mengevaluasi REPUTASI DIGITAL

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 tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses yang panjang dan berkelanjutan. Perilaku, tindakan, dan komunikasi yang konsisten dari waktu ke waktu membentuk persepsi publik.

Reputasi bisa positif atau negatif, dan dibangun dari waktu ke waktu melalui berbagai interaksi dan pengalaman

Cara Mengukur Reputasi

Mengukur reputasi perusahaan atau lembaga bisa dilakukan dengan beberapa cara, seperti melalui analisis sentimen di media sosial, survei kepuasan pelanggan, analisis ulasan online, dan pengukuran Net Promoter Score (NPS)

Analisis Sentimen Media Sosial:

Mengukur sentimen positif, negatif, atau netral terhadap lembaga berdasarkan postingan media sosial

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 -	Keterangan

Survei Kepuasan Pelanggan

dan Net Promoter Score (NPS):

- Survei online atau kuesioner kepada pelanggan untuk mendapatkan umpan balik langsung
- Tanyakan tentang kepuasan, kualitas produk/layanan, dan pengalaman secara umum
- Pelanggan memberi peringkat dari 0-10, dengan 10 sebagai promotor dan 0 sebagai detraktor.
- Tanyakan kepada pelanggan seberapa besar kemungkinan mereka akan merekomendasikan perusahaan/produk/layanan kepada orang lain.

QUESIONER KEPUASAN PELANGGAN											
No	Pertanyaan	Skala pilihan jawaban									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Analisis Ulasan Online

Pantau ulasan dan peringkat online di platform seperti Google review, Yelp, dan situs ulasan lainnya.

Periksa apakah ulasan positif atau negatif dan apa saja yang menjadi poin kuat dan lemah perusahaan.

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

Pemantauan Media Coverage

- Pantau bagaimana media melaporkan tentang lembaga/perusahaan, produk, dan layanan.
- Periksa apakah pemberitaan positif atau negatif dan bagaimana lembaga diwakili dalam media.

Form Media Monitoring												
No	Nama Media	bentuk media	judul berita	tanggal	poin-poin penting isis berita	Tone Pemberitaan			narasumber berita	Wartawan	Afiliasi media	KET
						Positif	Negatif	Netral				

Analisis Umpan Balik Langsung dari Klien/Mitra

Lakukan survei atau wawancara dengan stakeholders untuk mendapatkan umpan balik

Identifikasi area yang perlu ditingkatkan berdasarkan umpan balik tersebut

DRAFT PERTANYAAN UNTUK KEPUASAN DAN UMPAN BALIK STAKEHOLDERS/MITRA						
No	Pertanyaan	Skala pilihan jawaban				
		1	2	3	4	5
KRITIK & SARAN						

Penghargaan dan Sertifikasi

Perhatikan penghargaan yang diterima oleh perusahaan, yang dapat menjadi indikator reputasi.

Periksa sertifikasi yang dipegang perusahaan, yang dapat menunjukkan komitmen pada standar tertentu

IDENTIFIKASI DAN KODIFIKASI PRESTASI LEMBAGA							
No	Nama penghargaan	Tahun	Bidang	Level/scope	Peringkat	Lembaga pemberi Penghargaan	Keterangan

Pesan komunikasi yang efektif adalah pesan yang disusun berdasarkan **POV KEBUTUHAN AUDIEN,** bukan **KEINGINAN KOMUNIKATOR.**

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 eksternal.