



**Strategy Image Restoration
untuk Pemulihan Citra dan
Reputasi
(Dr.Manik Sunuantari, M.Si)**

CRISIS

Persepsi tentang peristiwa tidak terduga yang mengancam kepentingan stakeholder yang berdampak serius terhadap kinerja & outcome organisasi (Coombs)

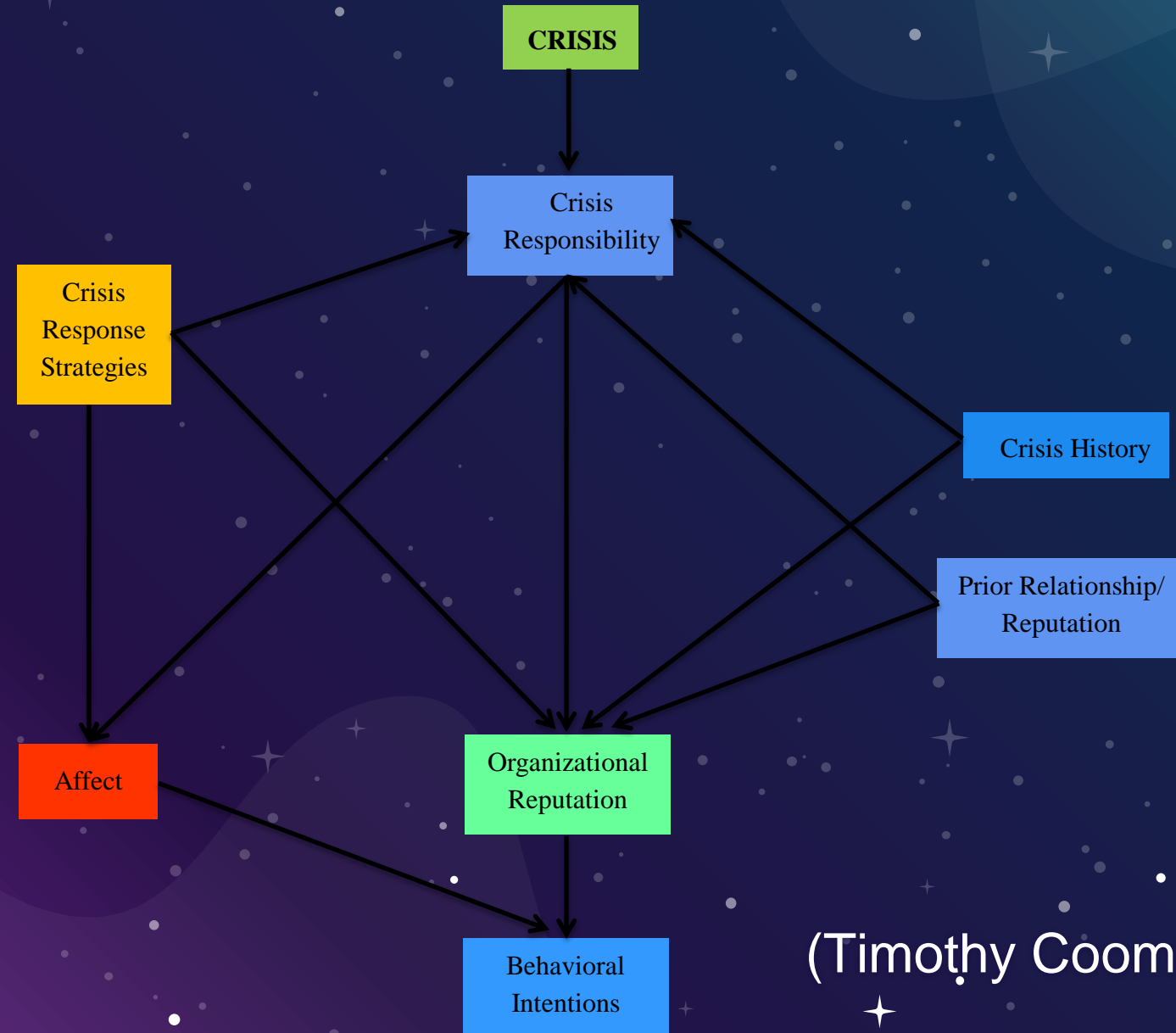
Akar Manajemen Krisis : kondisi darurat & bencana

Communication, crisis communication, and image repair



(Benoit, 2015)

Model for the situational crisis communication theory variables



(Timothy Coombs, 2010)

REPUTATION

konsep yang memiliki implikasi ekonomi dari kepercayaan yang diungkapkan konsumen, dan stakeholder bagi kelangsungan hidup organisasi (Horton, 1995)

REPUTASI KORPORAT : informasi yang disebarakan secara berulang-ulang tentang organisasi.

Strategy Image Restoration (Benoit, 2015)

Denial

Evasion of
Responsibility

Reducing
Offensiveness

Corrective
Action

Mortification

Coca-Cola



pepsi
stuff™

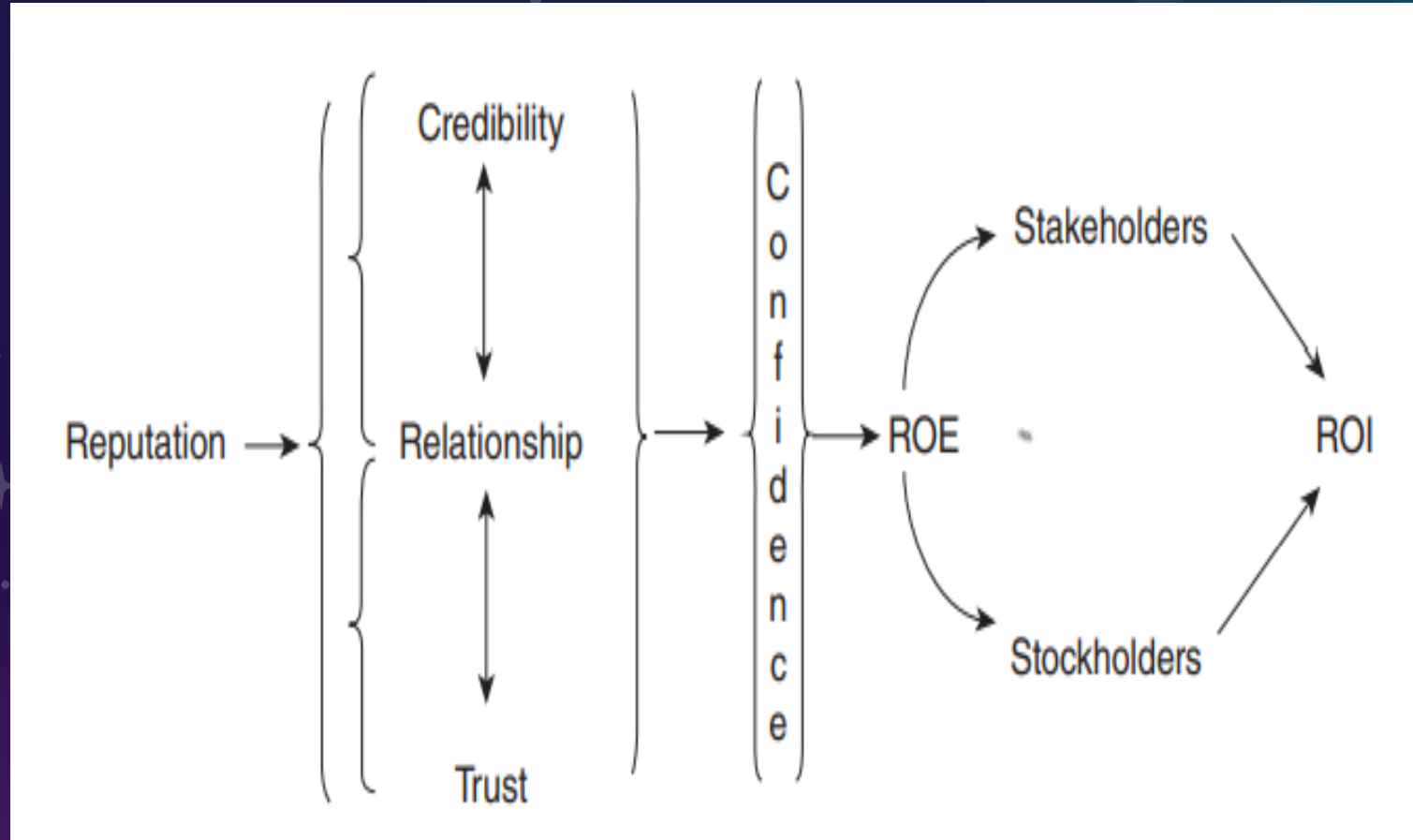


PT. PLN (PERSERO)



Conceptual Model of Reputation

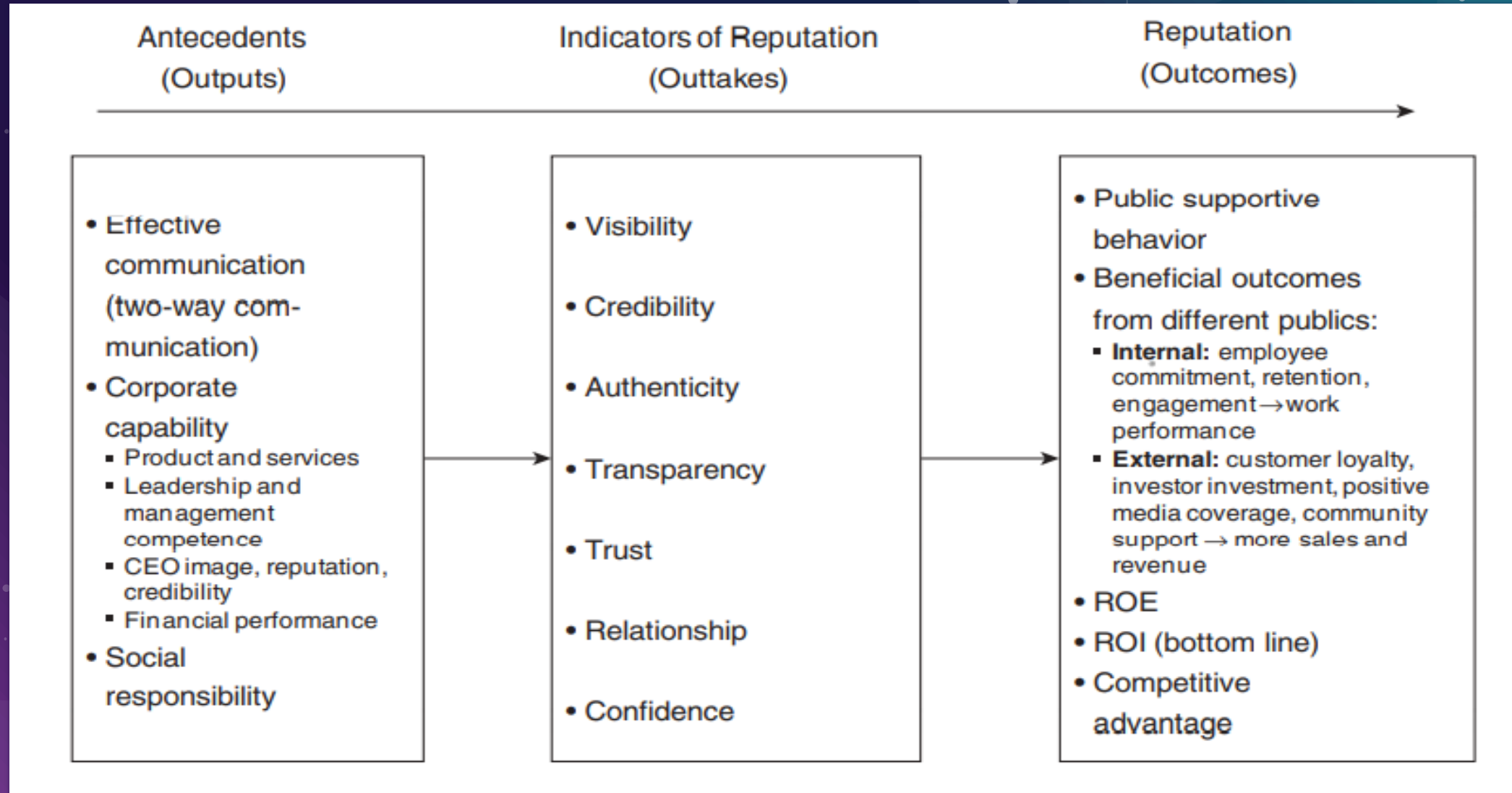
(Don W. Stacks, Melissa D. Dodd, and Linjuan Rita Men)



(Craig, 2013)

A process view of reputation

(Don W. Stacks, Melissa D. Dodd, and Linjuan Rita Men)



★ ***"Your online reputation is your reputation"*** ★
(Fertik and Thompson, 2010)

Digital PR membantu pemangku kepentingan dalam mendistribusikan informasi tentang perusahaan dengan cepat untuk mempengaruhi opini publik

Teori-teori Komunikasi dalam Riset PR

- ★ Image Repair Theory
- ★ Dramatism
- ★ Social Exchange Theory
- ★ Theory of Reasoned Action/TRA
- ★ Rhetoric
- ★ Situational Crisis Communication Theory/SCCT
- ★ Impression Management Agenda Setting
- ★ Excellence Theory
- ★ Theory of Social Capital
- ★ Intercultural Communication
- ★ Non Verbal Communication
- ★ Political Communication
- ★ Computer Mediated Communication

RISET MENDATANG

KESEHATAN

LINGKUNGAN

KOMUNIKASI

EKONOMI

ARSITEKTUR

SPORT

TEKNOLOGI
INFORMATIKA