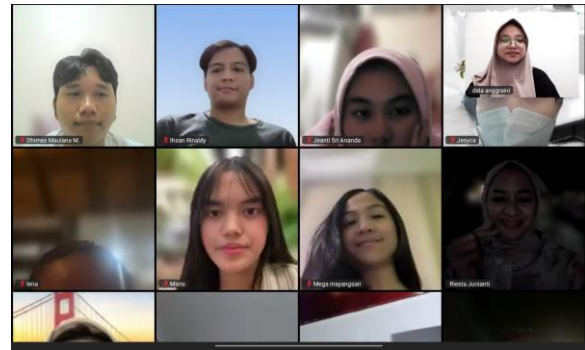
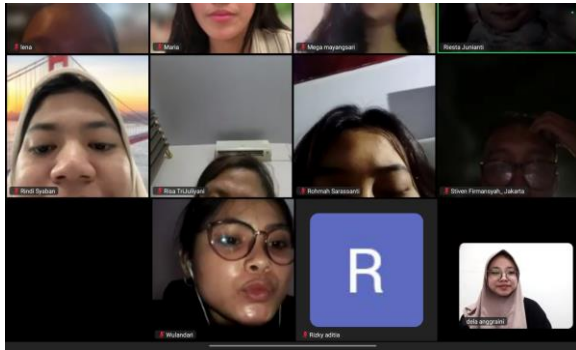


BUKTI PEMBELAJARAN PERTEMUAN KE-2

MATKUL IMAGE BUILDING

Jumat 03 Oktober 2025



Perbedaan Image Building dan Reputasi

Aspek	Image Building	Reputasi
Definisi	Proses membangun citra yang ingin ditampilkan kepada publik	Pemsepsi publik yang terbentuk dari pengalaman nyata dan konsisten
Sifat	Strategis, terencana, dapat dikendalikan	Terbentuk alami, hasil jangka Panjang
Fokus	Bagaimana ingin dilihat publik	Bagaimana publik benar benar menilai
Kendali	Dapat dikendalikan melalui kampanye & komunikasi	Sulit dikendalikan, bergantung pada opini publik
Waktu	Dapat dibentuk dalam jangka pendek	Terbentuk dalam jangka Panjang
Contoh	Iklan Perusahaan energi dengan tema ramah lingkungan	Publik menilai konsistensi praktik ramah lingkungan

Definisi Image

Image atau citra adalah gambaran, kesan, atau persepsi yang muncul dalam benak seseorang atau masyarakat terhadap suatu objek, individu, organisasi, produk, atau merek. Image bukan sekadar gambar visual, tetapi juga mencakup keseluruhan asosiasi, pengalaman, dan informasi yang diterima yang membentuk pandangan atau impresi. Dalam konteks komunikasi, image merupakan representasi mental yang dapat memengaruhi bagaimana seseorang atau publik menilai dan merespons suatu entitas. Image seringkali menjadi kesan awal yang membentuk persepsi dan berperan dalam membangun hubungan maupun reputasi jangka panjang.

Tiga Komponen Reputasi

Menurut John Diering dan Hans-Peter Gans, reputasi terdiri dari tiga komponen utama:

- I. Performance (Kinerja)**
Bagaimana hasil kerja nyata suatu organisasi atau individu
- II. Behaviour (Kebiasaan)**
Sikap dan tindakan yang konsisten yang dilakukan dalam berbagai situasi
- III. Communication (Komunikasi)**
Bagaimana organisasi atau individu mengkomunikasikan nilai, kinerja, dan pertanyaannya kepada publik