

Pengaruh Pendapat Pemirsa TPI Tentang Perubahan Identitas Terhadap Keputusan Perusahaan

Suska Dianingka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285181&lokasi=lokal>

Abstrak

Identitas perusahaan yang merupakan representasi dari perusahaan, memiliki pengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan. Penampakan dari identitas perusahaan, yaitu simbol, perilaku serta cara perusahaan menyampaikan informasi dapat membentuk suatu persepsi yang pada akhirnya akan membentuk reputasi mengenai perusahaan. Identitas perusahaan dapat diganti jika perusahaan mengalami merger, akuisisi, atau penggantian manajemen sehingga identitas yang lama dirasakan tidak lagi sesuai dengan keadaan perusahaan yang baru. TPI, salah satu televisi swasta yang berskala nasional di Indonesia melakukan analisa SWOT pada tahun 2001 dengan hasil bahwa citra perusahaan saat ini kurang dapat mendukung perusahaan dalam memenangkan persaingan industri pertelevisian. Oleh karena itu TPI memutuskan untuk membawa citra perusahaan kearah yang lebih positif, salah satunya dengan mengubah identitas perusahaannya pada tahun 2002. Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk melihat bagaimana pendapat pemirsa terhadap reputasi TPI setelah diadakannya perubahan identitas serta melihat terdapat atau tidaknya pengaruh pendapat pemirsa tentang perubahan identitas terhadap reputasi perusahaan. Peneliti menetapkan pemirsa TPI yang tinggal di daerah Jakarta, Bekasi, Bogor dan Tangerang sebagai populasi dengan sampel sebanyak 100 orang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya pemirsa menilai identitas dan reputasi TPI sedang atau biasa saja. Selain itu juga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang cukup kuat (sebesar 47,6%) dari pendapat pemirsa TPI tentang perubahan identitas terhadap reputasi perusahaan.