

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Kolej Teknologi Pulau

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang Akademik 2001/2002

Februari/Mac 2002

Program Ijazah Luaran
Sarjana Muda Pengurusan (Kepujian)

YBP 326 – KOMUNIKASI KORPORAT

Masa : 3 jam

Arahan Kepada Calon:

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA (2)** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **TIGA (3)** soalan.

Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Sila rujuk pada lampiran A dan jawab soalan-soalan berikut:
 - (i) Apakah langkah yang perlu diambil oleh PTPTN untuk membersihkan imejnya?
 - (ii) Dengan menggunakan model berkomunikasi secara strategik jelaskan perkara yang perlu dilakukan oleh PTPTN untuk mengelakkan isu ini dari berulang.
2. Jelaskan faktor-faktor dan pertimbangan-pertimbangan yang boleh dilaksanakan untuk memastikan keberkesanan program komunikasi kakitangan (*employee relations*). Anda boleh menggunakan contoh-contoh yang sesuai untuk menyokong jawapan anda.
3. Argenti (1998) mendefinisikan imej sebagai "gambaran realiti organisasi. Organisasi dilihat melalui kaca mata konstituen. Berbagai imej boleh wujud bergantung kepada konstituen mana yang terlibat". Imej boleh dibentuk menggunakan kaedah pengurusan tanggapan. Dengan menggunakan kajian kes yang relevan, perihalkan dimensi-dimensi pengurusan tanggapan yang digunakan untuk membentuk imej sesuatu organisasi.
4. Berpandukan satu krisis organisasi yang anda tahu, gariskan persediaan menghadapi krisis tersebut dan perihalkan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh organisasi itu untuk berkomunikasi semasa krisis.

Lampiran A

Perbadanan Tabung Pendidikan Tinggi Nasional (PTPTN) ditubuhkan di bawah akta Tabung Pendidikan Tinggi (AKTA 566) yang beroperasi pada 1 November 1997. Matlamat utamanya ialah untuk menguruskan pinjaman pelajaran bagi pelajar-pelajar Institut Pengajian Tinggi Awam dan Swasta. Ia memperkenalkan dan menguruskan skim simpanan pelajar serta menguruskan dana bagi meningkatkan keupayaan kewangan perbadanan.

PTPTN mempunyai jabatan komunikasi korporat yang menjalankan berbagai program komunikasi korporat yang mempunyai matlamat antara lain mewujudkan dan mengekalkan persefahaman serta muhibbah di antara PTPTN dengan orang ramai. Misi syarikat ini ialah "Meningkatkan keupayaan pembiayaan pembelajaran ke tahap maksima."

Semenjak penubuhannya, PTPTN tidak pernah mengetahui apakah tanggapan orang ramai terhadap organisasi. Satu penyelidikan tanggapan media (media impression) telah dijalankan sepanjang tahun 2001. Hasil tinjauan tersebut mendapati bahawa pemaparan PTPTN di dalam media tempatan adalah tidak menggalakkan kerana lebih dari 80% laporan, berita dan surat pembaca adalah negatif. Tiada jawapan atau maklum balas dari pihak PTPTN mengenai pemaparan yang negatif itu.

Dari kajian yang dijalankan didapati pemaparan yang negatif itu boleh dibahagikan kepada beberapa kategori seperti berikut:

- (i) Perkhidmatan kakitangan yang tidak memuaskan
- (ii) Kelewatan pembayaran pinjaman
- (iii) Masalah pinjaman
- (iv) Ketidakperhatian PTPTN terhadap pelanggannya
- (v) Masalah penyelidikan dan pembangunan
- (vi) Masalah birokrasi
- (vii) Masalah akademik peminjam
- (viii) Masalah kemasyarakatan dan kebajikan
- (ix) Pengiktirafan
- (x) Masalah faedah pinjaman

Hasil tinjauan ini menunjukkan bahawa PTPTN menghadapi masalah imej yang terjejas akibat pemaparan negatif dalam media tempatan.