Strategi Humas PT Indomarco Prismatama (Indomaret) Dalam Mempertahankan Reputasi

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

Rinayuani

44206110054

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi	:	Strategi Humas PT Indomarco Prismatama Dalam Mempertahankan Reputasi
Nama	:	Rinayuani
NIM	:	44206110054
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Program Studi	:	*Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Jakarta, Juli 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(Irmulan Sati Tomohardjo SH, M.Si.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SKRIPSI

Judul Skripsi	:	Strategi Humas PT Indomarco Prismatama Dalam Mempertahankan Reputasi
Nama	:	Rinayuani
NIM	:	44206110054
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Program Studi	:	*Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Jakarta, Juli 2011

Ketua Sidang,
(Drs. A.Rahman, M.Si) (.....)

Penguji Ahli,
(Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si.) (.....)

Dosen Pembimbing,
(Irmulan Sati Tomohardjo SH, M.Si) (.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi	:	Strategi Humas PT Indomarco Prismatama Dalam Mempertahankan Reputasi
Nama	:	Rinayuani
NIM	:	44206110054
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Program Studi	:	*Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Jakarta, Juli 2011

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

(Irmulan Sati Tomohardjo SH, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,	Ketua Bidang Studi,
(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)	(Juwono Tri Atmodjo, S.sos, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamudillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul " **Strategi Humas PT Indomarco Prismatama (Indomaret) Dalam Mempertahankan Reputasi".**

Penulisan skripsi ini adalah tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi khususnya Hubungan Masyarakat di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna masih banyak kekurangan, maka penulis berusaha memperbaiki agar dapat melakukan sesuatu dengan baik kepada kesempatan yang akan datang.

Pada kesempatan ini, penulis bermaksud menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas bantuan dan bimbingan yang diberikan sehinga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Irmulan Sati Tomohardjo, SH, M.Si, selaku pembimbing pertama, terima kasih atas kesediaan membantu penelis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan telah bersedia ditemui kapan saja dan terima kasih atas saran-saran,
2. Seluruh dosen Fakultas komunikasi Jurusan Public Relation Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Anna Nenny selaku Manager Humas Indomaret yang selalu memberikan support kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Bapak Gan Budi Santosa, selaku Senior Manager Finance Indomaret yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
5. Kepada Orang tua ku terima kasih tas doa dan dukungannya. Penulis bisa menyelesaikan skripsi atas doa yang kalian berikan.

6. Adik-adik ku tersayang, Indra Pratomo, Satria Gorby Iskandar, Dini Harini, Melani Sri Lestari dan Rinda Hindasari, makasi yaa. Dua keponakan kecil ku Darell Imam Pratomo dan Rafiansyah Rayyan Pratomo.
7. Kepada keluarga besarku. Eyang, Om, tante dan sepupuku.
8. Teman-teman di Finance Indomaret dan Teman-teman di Public Relations Indomaret, terima kasih sudah mendukung yaa..
9. Teman-teman di angkatan 9 Public Relation Mercu Buana, akhirnya perjuangan kita selesai. Terima kasih atas semua doa dan dukungannya.
10. Ady Sutrisno, sebagai orang terdekatku yang banyak sekali membantuku dan mendukung ku.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk segala kekurangan itu saya mohon maaf. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan .

Jakarta, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI i

TANDA LULUS SKRIPSI ii

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI iii

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR LAMPIRAN..... xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Perumusan Masalah 13

1.3. Tujuan Penelitian 13

1.4. Manfaat Penelitian 14

1.4.1. Manfaat Penelitian Akademis 14

1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15

2.1. Pengertian Komunikasi 15

2.2. Definisi Humas 18

2.3. Fungsi Humas 22

2.4. Peran Humas..... 25

2.5. Strategi Humas 27

2.5.1 Aspek – aspek/pendekatan Strategi Public Relations..... 28

2.6. Manajemen Humas 31

2.6. Khalayak Humas 36
2.6.1. Khalayak atau Publik 36
2.6.2. Sepuluh Khalayak Utama 37
2.7. Aktifitas Humas 38
2.8. Reputasi 41

BAB III METODE PENELITIAN 49
3.1. Tipe Penelitian 49
3.2.Metode Penelitian 50
3.3. Subjek Penelitian 52
3.4. Teknik Pengumpulan Data 53
3.4.1. Data Primer 53
3.4.2. Data Sekunder 54
3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian 55
3.5.1. Definisi Konsep 55
3.5.2. Fokus Penelitian 55
a. Strategi Humas 56
b. Reputasi 57
3.6. Teknik Analis Data 58
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1. Gambaran Umum Perusahaan 62
4.2. Hasil Penelitian 73
4.2.1. Strategi Humas 73
a. Tahap Pencarian Data 74
b. Tahap Perencanaan 78
c. Tahap Pelaksanaan 82
d. Evaluasi 92
4.2.2. Reputasi 94
4.3. Pembahasan 95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 101

5.2. Saran..... 103

DAFTAR PUSTAKA

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Bapak Ady Sutrisno (Konsumen)

1. Apakah anda termasuk salah satu pelanggan setia Indomaret?
   Ya

2. Sebagai pelanggan setia, bagaimana pendapat anda mengenai Indomaret selama ini?
   a. Sangat membantu krn letaknya dekat rumah, jadi kalo ada kebutuhan mendadak dpt segera teratasi.
   b. Produk yang dijual sudah bisa mewakili kebutuhan kita sehari-hari.

3. Menurut anda, dimana letak kekuatan dan kelemahan Indomaret?
   Kekuatan :
   a. Indomaret ada dimana-mana, gampang mendapatkannya
   b. Produknya relatif komplit, termasuk pulsa HP, tiket Kereta Api, Kirim uang melalui Western Union, Laundry, tiket busway, dll
   c. Produk yg dijual fresh
   d. Beberapa tempat terdapat ATM BCA, Mandiri, CIMB Niaga dan DKI

   Kelemahan :
   a. Kadang ada produk tertentu yang tidak tersedia, contohnya susu Ensure dan Certainty pempers
   b. Banyak produk yang sering kosong seperti gas elpiji dan aqua gallon
   c. Harga buah relatif lebih mahal dibandingkan pasar tradisional
   d. Beberapa tempat dikenakan bayar parkir untuk mobil dan motor
   e. Pelayanan masih kurang di beberapa personil

4. Melalui media apa anda mengikuti perkembangan Indomaret?
   a. Leaflet

b. Banner
c. Internet

5. Apkah anda pernah mengikuti event-event yang diselenggarakan oleh Indomaret?

   Pernah, antara lain :

   a. Lomba Vocal Group Indomaret dengan skala Nasional
   b. Launching Indomaret Card bekerja sama dengan Bank Mandiri dalam acara Mandiri Fiesta di Teater Tanah Airku TMII yg disiarkan secara live di RCTI
   c. Donor Darah secara rutin setiap 3 bulan sekali

6. Bagaimana pendapat anda mengenai event-event yang diselenggarakan oleh Indomaret?

   Bagus, terbukti :

   a. Dari peserta lomba vokal grup tsb ada yang manjadi juara pertama di tingkat dunia, yaitu sebagai the best choir di Shanghai, China.
   b. PMI mengakui bahwa kegiatan Donor Darah di Indomaret termasuk salah satu event kemanusiaan dengan jumlah peserta yg banyak dan rutin, sehingga darah yang terkumpul juga banyak.
   c. Bea siswa yang diberikan Indomaret jumlahnya cukup besar yang dapat dimanfaatkan oleh banyak siswa yang kurang beruntung yang bertempat tinggal di sekitar gerai2 Indomaret.

7. Menurut penilaian anda, apakah Indomaret dalam menjalankan usahanya berkaitan dengan nilai-nilai kepercayaan dan kejujuran? Contohnya?

   Ya

   Contohnya :

   a. Produk yang dijual adalah produk yang layak pakai, tidak ada yang sudah expired

8. Apakah Indomaret telah memberikan pelayanan yang baik pada setiap pelanggannya? Contohnya?

   Ya

   Contohnya :

   a. Indomaret dapat memenuhi kebutuhan para pelanggannya
   b. Umumnya para personil toko Indomaret dapat mengenal nama serta alamat para pelanggan tersebut

9. Apakah Indomaret dapat berkomunikasi dan memberikan pelayanannya sesuai dengan janji-janji yang telah ditawarkan perusahaan?

   Ya

   a. Indomaret tetap konsisten dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan moto Indomaret, yaitu “mudah dan hemat”.
   b. Indomaret mempunyai SOP (Standard Operating Procedure) yang seragam secara nasional.
   c. Esensi Indomaret adalah “pendekatan dengan senyuman yang tulus untuk membangun hidup lebih baik”

10. Apa saran anda bagi perkembangan Indomaret?

    - Membuka sebanyak mungkin gerai di tempat2 yang belum ada kompetitor

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Bapak Panji Agape Ginzel (Konsumen)

1. Apakah anda termasuk salah satu pelanggan setia Indomaret?

   Ya, saya memang mengutamakan indomaret, tapi saya tidak terlalu memaksakan untuk ke indomaret jika itu menyulitkan saya. Saya hanya mendatangi toko yang lebih mudah saya jangkau saja.

2. Sebagai pelanggan setia, bagaimana pendapat anda mengenai Indomaret selama ini?

   Tidak jauh berbeda dengan competitor lain, hanya saja dibeberapa tempat Indomaret produk yang dijual Indomaret terkadang lebih lengkap dari competitor.

3. Menurut anda, dimana letak kekuatan dan kelemahan Indomaret?

   Kekuatan indomaret, jumlah gerai paling banyak dibandingkan dengan competitor, kelengkapan produk. Kelemahan, desain warna indomaret cenderung gelap dibandingkan dengan competitor, sehingga terkesan semua tokonya sudah lama dan perlu direnovasi.

4. Melalui media apa anda mengikuti perkembangan Indomaret?

   Leaflet atau brosur- brosur prommosi yang disebar oleh Indomaret dilingkungan sekitar.

5. Apkah anda pernah mengikuti event-event yang diselenggarakan oleh Indomaret?

   Tidak pernah aktif, hanya menjadi penonton VOGI saja.

6. Bagaimana pendapat anda mengenai event-event yang diselenggarakan oleh Indomaret?

   Cukup baik untuk menanamkan brand image kepada konsumen.

7. Menurut penilaian anda, apakah Indomaret dalam menjalankan usahanya berkaitan dengan nilai-nilai kepercayaan dan kejujuran?contohnya?

   Nilai kepercayaan iya, karena konsumen dapat mengambil barang2 keperluannya sendiri tanpa harus diikuti oleh petugas toko. Untuk kejujuran iya, indomaret transparan dalam soal harga, harga yang tercantum di rak sama dengan harga yang yang akan dibayarkan oleh konsumen.

8. Apakah Indomaret telah memberikan pelayanan yang baik pada setiap pelanggannya?contohnya?

   Jika dijalankan sesuai dengan SOP, iya. COntohnya dengan menyapa konsumen, membantu konsumen, dll.

9. Apakah Indomaret dapat berkomunikasi dan memberikan pelayanannya sesuai dengan janji-janji yang telah ditawarkan perusahaan?

   Secara keseluruhan sudah, namun tidak ada yang berbeda dibandingkan dengan competitor. Semua terasa sama saja, tidak ada yang istimewa.

10. Apa saran anda bagi perkembangan Indomaret?

    Sebaiknya untuk desain warna perlu diberi sedikit penyegaran, warna biru Indomaret menurut saya malah “mematikan” Indomaret sendiri. Perlu juga diatur mengenai radius pembukaan gerai jangan membuka gerai dengan jarak yang terlalu dekat dalam jumlah yang banyak, karena hal tersebut akan membuat masyarakat menjadi “jenuh” dengan keberadaan minimarket.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Ibu Anna Nenny (Humas Manager Indomaret)

1. Apa yang mendasari humas Indomaret untuk menyusun strategi dalam mempertahankan reputasi sebagi perusahaan retail terbesar di Indonesia?

   Persaingan global yang semakin meluas membuat Indomaret harus berbenah dan mengikuti perkembangan, begitu juga reputasi pelayanan tidak hanya dari segi kualitas harga dan barang, tetapi kualitas pelayanan dari SDM nya. Indomaret harus membuat reputasi yang positif agar menjaga citranya ke konsumen. Sehingga ke depannya Indomaret tidak hanya dipandang sebagai minimarket tempat belanja sehari-hari, tetapi tempat yang menyediakan apapun yang dibutuhkan konsumen.

2. Didalam mengatasi permasalahan apakah pihak manajemen Indomaret melakukan analisa SWOT dalam mengatasi masalah yang dihadapi tersebut? Tentu saja

   jelaskan? Setiap permasalahan tentu ada sebab dan akibat, Indomaret tentu harus mencari Titik kekuatan (Strenghts) Indomaret itu sendiri dalam mengatasi masalah untuk menutupi kelemahan (Weakness) yang ada, serta mengatasi kelemahan tersebut dan mencari peluang (Oppurtunities) agar setiap permasalah tidak menjatuhkan melainkan membuat Indomaret lebih percaya diri dan tidak mengulangi kesalahan yang sama sehingga ancaman (Threats)tidak kembali datang.

3. Apa yang menjadi kekuatan Indomaret dan bagaimana mempertahankan kekuatan tersebut?

   Indomaret merupakan minimarket dengan jaringan gerai yang sangat banyak (5500 gerai) dari gerai sebanyak itu kita dapat memanfaatkan relasi Indomaret yang ingin bekerjasama dari segi promosi dan pengadaan

barang. Selain tiu produk yang dijual merupakan kebutuhan sehari-hari yang akan terus dicari oleh masyarakat. waralaba Indomaret pun sudah mendapat penghargaan dari presiden Megawati sebagai waralaba terbaik di Indonesia.

4. Apa kelemahan yang dimiliki oleh Indomaret dan bagaimana mengcover kelemahan yang ada?

   Kelemahan dari perusahaan ritel yang memiliki gerai yang sangat banyak dan tersebar tentunya pelayanan yang terkadang masih belum maksimal, serta promosi yang terkadang masih belum dipahami jelas aplikasinya.

   Cara mengatasinya : peningkatan training untuk karyawan toko agar lebih matang dalam pekerjaannya

5. Peluang apa yang dapat dimanfaatkan Indomaret dan bagaimana caranya?

   Peluang yang dimanfaatkan dapat berupa event2 yang bersifat incidental, contoh (FIFA) penjualan terompet vuvusela ketika kejuaraan AFF kemarin, facebook, twitter, serta peluang bisnis dari segi waralaba dan sewa teras.

6. Ancaman apa yang diterima oleh Indomaret dan bagaimana mengatasainya?

   Ancaman :

   a. pesaing yang semakin berkembang dan kapan saja bisa menjadi pioneer.
   b. Komplain atau keluhan yang dapat mengakibatkan perusahaan terancam reputasinya.
   c. Inovasi yang semakin berkembang, jika tidak diikuti maka Indomaret akan ketinggalan.

   Cara mengatasi :

a. Berusaha meningkatkan kinerja dari pelayanan karyawan, inovasi, promosi sampai strategi pembukaan gerai agar konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan.
b. Membuat program yang mempertahankan reputasi atau image salah satunya dengan memperbanyak program CSR atau kepemerintahan (anggota Aprindo)
c. Mengembangkan kreatifitas inovasi dari segi program hingga peningkatan pelayanan yang mengikuti perkembangan life style

7. Apa saja yang menjadi pertimbangan dalam menyusun rencana strategi?
    a. Program yang akan dijalankan setiap tahunnya (beda acara beda strategi)
    b. Event2 insidental yang terjadi sesekali dan booming (FIFA, AFF,Bencana alam)

8. Apa yang menjadi dasar perencanaan strategi humas Indomaret?
    a. Lingkungan
    b. Acara social yang digerakkan untuk kepeduliaan sesame
    c. Trend acara yang sedang dibicarakan (Go Green)
    d. CSR rutin untuk merayakan hari raya atau hari penting kenegaraan

9. Apa tujuan dari strategi humas yang dilakukan oleh Indomaret?
    a. Mempertahankan citra positif Indomaret ke masyarakat luas
    b. Mengembangkan misi social yang membantu sesama di lingkungan sekitar Indomaret
    c. Membantu promosi Indomaret jangka panjang

10. Strategi apa yang dilakukan oleh humas Indomaret dalam mempertahankan reputasi?
    a. Kegiatan CSR rutin

b. Kegiatan social di lingkungan yang terkena bencana baik ketika bencana atau pasca bencana
c. Call centre untuk menangani keluhan konsumen
d. Memberikan solusi kepada setiap permasalahan yang dihadapi masyarakat sekitar

11. Siapa saja khalayak sasarannya?
    Konsumen Indomaret, baik keluarga, remaja ataupun anak-anak

12. Media apa yang digunakan untuk mengkomunikasikan strategi humas Indomaret dalam mempertahankan reputasi?
    Semua media, lebih ditekankan kepada media Koran dan radio kerja sama dengan instansi lain ketika mengadakan acara

13. Apakah Indomaret melakukan evaluasi pada strategi humas yang tekah dilaksanakan?
    Ya

14. Bagaimana humas melakukan evaluasi terhadap setiap stategi humas dalam mempertahankan reputasi?
    Evaluasi dilakukan dari laporan-laporan yang dilaporkan ketika acara selesai, apakah ada kekurangan ataupun kelebihan.

15. Bagaimana caranya dan apa hasil dari evaluasi pelaksanaan strategi Humas Indomaret, baik untuk pihak internal maupun pihak ekternal, yang mencakup identitas perusahaan dan reputasi perusahaan?
    Perbaikan kinerja setiap divisi yang melakukan kegiatan tersebut, sehingga tidak mengulangi kesalahn yang sama.
    Sebagai pembelajaran bagi tim yang akan melaksanakan acara serupa agar ada perkembangan significant setiap tahunnya

16. Frekuensi evaluasi berapa kali dalam setahun?

    Setiap melakukan acara, pasti ada evaluasi

17. Apakah indikator keberhasilan strategi yang telah ditetapkan?

    Kepuasan konsumen tinggi, komplain sedikit

18. Bagaimana reputasi Indomaret selama ini?

    Baik

19. Penghargaan apa sajakah yang telah diterima oleh Indomaret?

    a. Sparkling Indomaret juara dunia di World Choir Games, Shanghai
    b. Best New Comer dari Western Union
    c. Fastest Expanding Network
    d. Perusahaan waralaba terbaik di Indonesia 2003
    e. Top 250 original Brand, majalah SWA 2009-2010
    f. Superbrands
    g. Green Company dari Gubernur Jakarta, Fauzi Bowo, 2010
    h. TOP Franchise ASEAN 2009
    i. Rekor MURI untuk kegiatan peduli lingkungan “lomba membuat mainan anak dari sampah plastik”

20. Apakah humas memiliki kemampuan berkomunikasi dengan khalayaknya dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji-janji yang ditawarkan?

    Tentu saja. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus dapat dipertanggungjawabkan. Humas Indomaret pun selalu menginformasikan hal yang menjadi hak masyarakat dan konsumen dengan baik. Terbukti jika ada komplain konsumen, Humas dengan baik dapat mengatasi agar tidak meluas.

21. Apakah humas mempunyai program khusus yang berkaitan dengan tanggung jawab social?

    Ya. Seperti pembiayaan PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) Tentu saja, contohnya Go Green Indomaret, penggunaan kantong plastik ramah lingkungan, melakukan penanaman pohon di berbagai daerah, total pohon yang sudah ditanam mencapai 50.000 pohon, ditambah program yang akan datang “1 untuk 100” setiap pembukaan 1 toko diwajibkan untuk menanam 100 pohon di lingkungan sekitar, Beasiswa setiap tahun di SD 16 kota untuk anak berprestasi namun kurang mampu

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Bapak Surya Darma (Wartawan Majalah Suara Merdeka)

1. Apakah anda tahu mengenai Indomaret?
   Tentu saja

2. Apakah anda pernah sering mendengar atau membaca berita-berita mengenai Indomaret? Pernah

3. Jadi menurut anda bagaiman sesungguhnya posisi Indomaret dibandingkan dengan perusahaan retail lainnya?
   Indomaret berada sebagai pioneer ritel minimarket yang pertama dan terbesar dibandingkan dengan ritel minimarket lainnya

4. Bagaimana menurut anda tentang reputasi Indomaret?
   Cukup baik dan belum pernah mengalami masalah yang significant.

5. Menurut anda apakah strategi yang dilakukan humas Indomaret sudah cukup menunjang di tengah tingginya persaingan di dunia bisnis retail dewasa ini, dimana masing-masing peretail gencar melakukan kegiatan dan program-program yang inovatif?
   Baik, Indomaret selalu berusaha memberikan yang terbaik dengan kegiatan dan promosi yang dilakukan. Salah satu kegiatan yang mendukung CSR mereka adalah Go Green Indomaret, serta pioneer dalam penggunaan kantong plastik ramah lingkungan berbahan oxium.

6. Di setiap tahunnya, Indomaret banyak menyelenggarakan event-event, apakah anda dari pihak media pernah dilibatkan dan diundang pada event-vent tersebut?hampir setiap event kami selalu diundang. jika iya, pada event apa?

FOGI, ramah tamah Bersama media, Buka Puasa Bersama, mudik bareng, kemenangan Sparkling Indomaret di China, Indomaret sebagai official store FIFA 2010, pembukaan cabang baru, dll

7. Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan tersebut?masyarakat,pemerintah, atau perusahaan itu sendiri?

   Hampir semua pihak terlibat, namun media hanya sebagai sarana untuk menginformasikan informasi yang dianggap penting dan menarik. Dan hingga saat ini Indomaret dapat memberikan informasi yang kami rasa sebagai media perlu dipublikasikan.

8. Bagaimana hubungan perusahaan dengan media?

   Baik dan tidak pernah ada masalah

9. Apa saran anda bagi perkembangan Indomaret?

   Lebih berperan aktif terhadap berbagai kegiatan yang mendukung perkembangan brand image Indomaret itu sendiri dan selalu memperhatikan masyarakat dalam setiap kegiatan, sehingga penenakanan pembukaan Indomaret tidak hanya sebagai keuntungan semata, tetapi ada nilai social yang bisa dimanfaatkan.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Bapak Rudi Sumampouw (Sekjen DPP APRINDO)

1. Sebagai komunitas yang sering berhubungan langsung dengan perusahaan retail di Indonesia, bagaimana pendapat anda mengenai Indomaret?

   Indomaret dapat dilihat dari berbagai aspek, dari segi :

   - legalitas tidak ada masalah masuk dalm kategori toko modern
   - Persaingan sah-sah saja karena setiap perusahaan retail memiliki kiat-kiat masing-masing.

2. Bagaimana reputasi Indomaret selama ini?

   Sebagai perusahaan retail sudah menjalani kewajiban dan tanggung jawab sosialnya sehingga reputasi sudah baik.

3. Bagaimana tanggung jawab sosial Indomaret terhadap komunitasnya selama ini?

   Indomaret sebagai salah satu anggota Aprindo yang saat ini diberi tanggung jawab kepada Ibu Nenny K sebagai Ketua Departemen Pembinaan Lingkungan Hidup DPP Aprindo. Dari hal ini menunjukan Indomaret sangat peduli dan bertanggung jawab dalam penyelamatan lingkungan yselain itu, Indomaret pun seringkali berpartisipasi dalam pengadaan pasar rakyat atau bazaar murah untuk masyarakat yang kurang mampu, serta peduli UMKM di sekitar toko.

4. Apa saja bentuk CSR (*Corporate Social Resposibility)* yang telah dilakukan oleh Indomaret yang anda ketahui?

    - FOGI : Ajang pencarian bakat dan pengasahan kreatifitas anak, remaja dan dewasa dan menyediakan wadah untuk mereka yang berprestasi.
    - Beasiswa setiap tahun kepada ribuan anak-anak SD yang tidak mampu tetapi berprestasi.
    - Pemberian bantuan PAUD dan pembangunan sarana serta sekolah di wilayah yang membutuhkan (biasanya setiap pembukaan cabang baru akan dibarengi dengan bantuan PAUD)
    - Peduli terhadapap isu lingkungan hidup dengan mendukung kegiatan pemerintah dalam penanaman pohon, diantaranya :
        - Penanaman 10.000 pohon di kawasan Meteseh bersama Kodam Diponegoro Semarang
        - Penanaman 20.200 bibit pohon di Kopeng (kawasan yang terkena erupsi Merapi) bersama Wakil Bupati Sleman Yuni Satia Rahayu.
        - Pencanangan program “1 untuk 100” setiap pembukaan satu toko Indomaret akan dibarengi dengan penanaman 100 pohon di sekitarnya
        - Penggunaan kantong plastik Oxium yang akan hancur dengan sendirinya selama 2 tahun. Indomaret merupakan pioneer dalam penggunaan kantong tersebut

- Mencangkan program peduli Merapi Indomaret seluruh Indonesia berhasil menghimpun dana sedikitnya Rp 240 juta.
- Indomaret juga membantu memperbaiki prasarana air bersih dan perbaikan Masjid di dusun Gowok, Babadan, Dukun Magelang.
- Indomaret juga memperbaiki jembatan Srumbung Jumoyo yang putus dihantam lahar dingin.
- Bantuan bencana di Situ Gintung, Gunung Sinabung, Banjir Solo, Gempa Jogja dan Padang, serta bantuan lainnya
- Setiap 3 bulan sekali Indomaret selalu mengadakan donor darah yang dibuka untuk umum dan serentak diadakan di 16 cabang Indomaret seluruh Indonesia.
- Pengadaan seminar pendidikan Melly Kiong kerja sama dengan Kidzania bagi orang tua.

5. Selain itu, apa saja kegiatan lainnya yang dilakukan oleh Indomaret yang anda ketahui dan melalui media apa anda mengetahuinya?
    a. Kerja sama Indomaret dengan Bank terbesar di Indonesia, Bank Mandiri dalam pengadaan Indomaret Card kartu multifungsi yang memudahkan konsumen dalam berbelanja
    b. Kerja sama Indomaret dengan Western Union untuk penarikan dan pengiriman uang TKI atau masyarakat sekitar melalui Indomaret

c. Kerja sama Indomaret dengan KAI dalam pembelian tiket online kereta api bisnis dan eksekutif di seluruh gerai Indomaret pulau Jawa
d. Kerja sama Indomaret dengan Gatsby dalam pengadaan lomba Lets Dance Gatsby 2009-2011
e. Lomba Gambar Indomaret, biasanya diperuntukkan kepada anak-anak dalam mengekspresikan kreatifitas dalam kesenia. Diadakan serentak di seluruh cabang. Karya pemenang akan dipakai oleh Indomaret sekaligus dipublikasikan ke khalayak luas
f. Lomba Foto Ibu dan Anak.
g. Sparkling Indomaret yang menjadi juara World Choir Games di Shanghai awal 2011
h. Sponsorship berbagai kegiatan dan media

Kegiatan Indomaret diketahui dari berbagai pemberitaan Media ataupun website Indomaret itu sendiri

6. Menurut anda apakah media tersebut cukup efektif? Tentu saja

7. Apakah komunitas sering diikutsetakan pada event-event Indomaret?

Sering, Aprindo seringkali menjadi undangan ataupun menjadi partisipan dari kegiatan yang diadakan oleh Indomaret. contohnya Pasar rakyat. Atau bazaar murah

8. Menurut anda, apakah Indomaret menuruti aturan-aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah?

   Tentu saja, Saat ini yang sedang menjadi sorotan adalah mengenai jarak antar Indomaret dengan pasar-pasar tradisional sehingga pemerintah menutup sebagian toko Indomaret yang jaraknya dekat dengan pasar tradisional terbukti Indomaret taati peraturan pemerintah dengan menutup gerai-gerai yang jaraknya dekat dengan pasar lingkungan atau pasar tradisional

9. Apa saran anda bagi perkembangan Indomaret?

   Ditingkatkan lagi mengenai pembinaan UKM karena belum merata secara keseluruhan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

072.423.4.09.00

Nomor : 15/039/F-/V/2011
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Pengumpulan Data Untuk Skripsi**

Jakarta,30 Mei 2011

Yth. Ibu Anna Nenny
Humas Manager
PT. Indomarco Prismatama
Jl. Ancol 1 No.9-10 Ancol Barat
Jakarta Utara

Dengan hormat,

Teriring salam dan doa, semoga Ibu beserta segenap jajaran Pimpinan dan Staf PT. Indomarco Prismatama selalu berada dalam lindungan-Nya.

Dengan ini kami sampaikan bahwa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana mewajibkan mahasiswa/i untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Ibu untuk dapat memberikan ijin kepada mahasiswi kami :

Nama : **Rina Yuani**
Nim : 44206110054
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Strategi Humas PT. Indomarco Prosmatama (Indomaret) Dalam Mempertahankan Reputasi

untuk memperoleh data-data di perusahaan Ibu sesuai dengan permasalahan yang di teliti. Perlu kami sampaikan bahwa data tersebut hanya digunakan untuk skripsi dan tidak akan dipublikasikan.

Demikian permohonan kami. Atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Hardiyanto, Drs. M.Si.
Wakil Dekan

Tembusan : Ketua Bidang Studi *Public Relations*

ultas Ilmu Komunikasi
US MENARA BHAKTI
a Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
21-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-5870341
ww.mercubuana.ac.id, e-mail: fikom@mercubuana.ac.id

ISO 9001 : 2000 Lic no: QEC25538

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nomor : 15/20/F-/V/2011
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Wawancara**

Jakarta, 19 Mei 2011

Yth. Pengurus DPP APRINDO
APRINDO
Sarinah Building Lt.13
Jl. M.H. Thamrin No.11, Jakarta

Dengan hormat,

Teriring salam dan doa, semoga Bapak/Ibu beserta segenap jajaran Pimpinan dan Staf APRINDO selalu berada dalam lindungan-Nya.

Dengan ini kami sampaikan bahwa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana mewajibkan mahasiswa/i untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan ijin kepada mahasiswi kami :

Nama	: Rina Yuani
Nim	: 44206110054
Bidang Studi	: Public Relations
Judul Skripsi	: Strategi Humas PT Indomarco (Indomaret) Dalam Mempertahankan Reputasi

untuk memperoleh data-data skripsi dengan cara melakukan wawancara dengan divisi/unit terkait di lingkungan APRINDO. Perlu kami sampaikan bahwa data tersebut hanya digunakan untuk keperluan skripsi dan tidak akan dipublikasikan.

Demikian permohonan kami. Atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Hardiyanto, Drs., M.Si.
Wakil Dekan

Tembusan : Ketua Bidang Studi *Public Relations*

ultas Ilmu Komunikasi
PUS MENARA BHAKTI
a Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
21-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-5870341
ww.mercubuana.ac.id, e-mail: fikom@mercubuana.ac.id

ISO 9001 : 2000 Lic no: QEC25538

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama	: Rinayuani
NIM	: 44206110054
Fakultas/Jurusan	: FIKOM/Public Relations - Universitas Mercu Buana
Alamat	: Kp Seliong RT 003/001 Teluk Naga Tangerang

Adalah benar yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian tentang " Strategi Humas PT Indomarco Prismatama (Indomaret) dalam mempertahankan Reputasi)".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 Juni 2011
Hormat Kami,

Anna Nenny Kristyawati
Public Relations Manager
PT Indomarco Prismatama

co Prismatama
3-10
Jakarta 14430

p 62 21-690 9400 (hunting)
f 62 21-691 4480
w indomaret.co.id