

Rinayuani

44206110054

Strategi Humas PT Indomarco Prismatama (Indomaret) dalam Mempertahankan Reputasi

xiv + 19 Lampiran + 1 Biodata Penulis

Bibliografi : V Bab + 103 Halaman + 23 Referensi (1993 – 2006)

Abstrak

PT Indomarco Prismatama (Indomaret) merupakan salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan minimarket yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia dengan total toko mencapai 5000 toko meliputi jumlah toko franchise 1.983 (akhir Mei). PT Indomarco Prismatama berdiri sejak tahun 1988. Sebagai perusahaan besar, yang menjual kebutuhan sehari-hari dan berada dilingkungan sekitar masyarakat, Indomaret terus berupaya memberikan yang terbaik dan tetap melayani dengan sepenuh hati. Indomaret menyadari pentingnya menjaga reputasi dan meningkatkan reputasi dimata para stakeholdernya. Oleh karena itu, melalui peran Humasnya, perusahaan ini melakukan strategi kehumasan dengan menjalankan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan para konsumen ataupun kegiatan yang mengajak konsumen ikut berperan serta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi Humas melalui pendekatan proses : *Fact Finding, Planning, Action & Communication* dan *Evaluation* yang terkait dengan reputasi yaitu *Credibility, Trustworthiness* dan *Realibility*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif melalui pendekatan studi kasus terhadap program yang dibuat dengan cara wawancara kepada beberapa narasumber dan observasi langsung ke lapangan. Sehingga hasilnya dapat menggambarkan informasi yang mendetail, spesifik dalam bentuk uraian, penjelasan disertai dengan gambar dan artikel pendukung.

Hasil penelitian menyatakan bahwa Humas dalam melaksanakan Strategi Humas dalam mempertahankan Reputasi diawali dengan pencarian data dan pencarian programnya dibuat dalam bentuk sebuah komunikasi dan pelaksanaanya program tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan-kegiatan, diantaranya : CSR, Lomba, Penanaman sepuluh ribu pohon, Launching produk dan *Pers Release*. Semua hasil kegiatan yang telah dilaksanakan dimonitoring oleh Humas melalui bentuk dokumentasi kegiatan. Hal yang mencakup strategi Humas dilakukan dalam mempertahankan dan meningkatkan reputasi Indomaret yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik, dan menampilkan sifat-sifat terpecaya yang dimulai dari dalam perusahaan dengan harapan dapat memperoleh nama baik dan kepercayaan.