

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA UNTUK INFORMAN
DALAM PROSES STRATEGI KOMUNIKASI
STARBUCKS INDONESIA DALAM MENGGOMUNIKASIKAN LOGO BARUNYA

1. Apakah anda mengetahui maksud dari logo baru Starbucks?
2. Apakah strategi komunikasi Starbucks Indonesia yang sudah diterapkan dapat dikatakan memenuhi syarat ? Mengapa ?
3. Memangnya bagaimana Starbucks Indonesia dalam menerapkan strategi komunikasinya kepada anda dalam proses strategi komunikasinya?
4. Apa harapan anda kedepannya bagi strategi komunikasi Starbucks Indonesia dalam mengkomunikasikan logo barunya?

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA UNTUK KEY-
INFORMAN STARBUCKS INDONESIA DALAM MELAKSANAKAN STRATEGI
KOMUNIKASI DALAM MENGGOMUNIKASIKAN LOGO BARUNYA**

1. Menurut saudara, apa yang dimaksud dengan strategi ?
2. Sedangkan yang dimaksud dengan strategi komunikasi itu sendiri?
3. Seberapa pentingkah strategi komunikasi Starbucks Indonesia dalam mengkomunikasikan logo barunya ?
4. Memangnya Fungsi dari strategi komunikasi itu sendiri seperti apa?
5. Strategi komunikasi seperti apa yang digunakan Starbucks dalam mengkomunikasikan logo barunya ?
6. Mengapa strategi komunikasi seperti itu yang digunakan dalam mengkomunikasikan logo barunya ?
7. Bagaimana cara mengaplikasikan strategi komunikasi Starbucks tersebut kepada seluruh konsumen dan masyarakat ?
8. Dalam mengaplikasikannya, adakah kendala atau gangguan yang temukan sehingga dapat menghambat jalannya proses tersebut ?
9. Lalu solusi seperti apa yang diberikan kepada konsumen dan masyarakat agar proses tersebut tetap berjalan sesuai dengan rencana ?

Pernyataan Key Informan atas wawancara

1. Strategi adalah rencana yang terlebih dahulu disusun, sebelum pelaksanaan guna mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.
2. Strategi Komunikasi itu taktik dalam kita mengkomunikasikan apa yang ingin kita sampaikan kepada nasabah, misalnya tentang produk baru atau jasa lainnya.
3. Itu sangat penting, karena dalam hal mengkomunikasikan logo baru suatu perusahaan itu tidak semudah yang kita kira. Jadi perlu strategi komunikasi yang benar dalam prosesnya.
4. fungsi dari strategi komunikasi itu adalah :
Untuk membantu perusahaan dalam menyampaikan pesan, atau mengkomunikasikan maksud tujuannya kepada seluruh konsumen atau masyarakat agar masyarakat menjadi paham dan mengerti dan untuk dapat dengan mudah memberikan atau keputusan apa yang diinginkan oleh Starbucks Indonesia, yaitu berhasil memberikan informasi tentang logo barunya.
5. bekerjasama dengan bank-bank yang nasabahnya sudah hampir menguasai perbankan Indonesia, Melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang secara tidak langsung menginformasikan sesuatu hal tentang Starbucks (CSR)
6. Karena seperti penjelasan saya sebelumnya, menurut saya dan berdasarkan pengalaman saya selama ini yang berhubungan dengan komunikasi. Komunikasi sangatlah penting bagi seluruh aspek perusahaan, dimana komunikasi yang baik dapat tercipta juga timbal balik yang baik.

7. Aplikasinya, simple saja. ya, itu tadi, dengan cara melakukan iklan dan promo-promo lewat bank swasta terkenal dan bekerja sama, sehingga satu sama lain mendapatkan keuntungan. Dan juga kita selalu melakukan CSR *corporate social responsibility* yang terjun langsung kemasyarakat untuk membantu dalam segi sosial dan tidak secara langsung mengkomunikasikan logo baru kita.
8. Ya. Kalau kendala pasti ada. Ketika kita launching logo baru kita masih banyak masyarakat banyak yang tidak mengenal logo baru kita, kecuali pelanggan tetap kita yang sudah loyal mungkin mereka sudah tahu tentang logo baru kita lewat gelas dan asesoris yang kita pakai dalam toko, tetapi untuk masyarakat awam sangat sulit sekali untuk menginformasikannya. Maka dari itu kita mengiklankan lewat koran dan program CRS yang sebelumnya saya sudah jelaskan.
9. solusinya dengan cara terus mengiklankan dan menginformasikan lewat media-media elektronik lainnya agar masyarakat luas semuanya mengetahui logo dan perusahaan apa kitta sebenarnya.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

Pernyataan atas wawancara ini benar adanya dari saya dan tanpa paksaan dari pihak mana pun serta dapat dibuktikan kebenarannya.

Jakarta, 8 Juni 2012

(Romy Jones)

Hasil wawancara Informan (12 Juni 2012)

Sdri. Diany (Marketing)

1. Ya saya mengetahui tentang perubahan logo tersebut, dimana menurut saya adalah Starbucks merubah logo barunya dengan mentiadakan tulisan Starbucks Coffeenya adalah untuk memperlebar jenis dan usaha yang ingin dicapai oleh Starbucks itu sendiri.
2. Menurut saya sudah tepat dimana sudah banyak yang mengetahui logo baru starbucks, ini adalah manfaat dari komunikasi yang dilakukan Starbucks dengan melakukan program-program seperti CSR dan iklan-iklan melalui media cetak dan bekerja sama dengan Bank Swasta.
3. Disini Starbucks melakukan strategi komunikasinya dengan cara melakukan pendekatan melalui mahasiswa-mahasiswa yang banyak menjadi karyawannya dan secara tidak langsung memberikan informasi untuk kelas pelajar. Strategi yang diberikan kepada saya adalah untuk melakukan promo-promo atau bekerja sama dengan bank agar masyarakat mengetahui secara tidak langsung logo barunya tanpa harus mengiklankan yang berlebihan .
4. Harapan saya adalah Starbucks dapat mengkomunikasikan atau memberi informasi tentang logo barunya melalui media-media seperti Tv, Radio agar semua masyarakat dapat memahaminya dan mengerti.