

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Image perusahaan pada dasarnya bersifat dinamis, yang berarti *image* dapat berubah-ubah sesuai dengan persepsi publik yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Dari hasil analisa data, dapat disimpulkan bahwa *image* PT. Djarum di mata BCC Yogyakarta adalah positif. Hal ini dikarenakan persepsi mereka mengenai *corporate identity* yang mencakup simbol, komunikasi dan *behaviour* perusahaan mengarah pada persepsi yang positif. Penilaian akan positifnya *image* PT. Djarum ini akan dilakukan melalui 3 penjelasan. Pertama, simbol. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, mereka mengemukakan bahwa simbol perusahaan (mencakup nama perusahaan, logo, logotype, dan warna perusahaan) cukup baik karena dinilai *simple*, mudah diingat dan merupakan ciri khas yang dimiliki oleh perusahaan sehingga tidak perlu dilakukan revisi simbol.

Kedua, komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, dari segi komunikasi, persepsi BCC terhadap *source*, pesan dan media komunikasi tidak terlalu baik. Hal ini dikarenakan apa yang diharapkan oleh BCC, yaitu keinginan mereka untuk mengakses informasi, melakukan diskusi dan mengemukakan pendapat, serta permasalahan secara langsung kepada pihak perusahaan tidak terpenuhi dengan baik sejak perubahan kebijakan yang dipengaruhi oleh pergantian pimpinan PT. Djarum ranting Yogyakarta.

Ketiga, *behaviour*. Dari segi *behaviour*, 4 dari 6 aspek yang digunakan untuk menaksir *image* perusahaan dinilai positif, yaitu kompetensi karyawan, fasilitas, penyelenggaraan *event*, dan CSR PT. Djarum; sedangkan 2 hal lainnya, yaitu *aksesibility* dan pelayanan perusahaan dinilai kurang baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan para narasumber, dapat disimpulkan bahwa kemungkinan hal ini terjadi dikarenakan adanya pengaruh perubahan pimpinan yang kemudian berimbas pada *formal company policies* dan *previous service experience*. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan narasumber BCC lama terkait komunikasi, *aksesibility*, pelayanan perusahaan yang dirasa tidak lebih baik dari pada masa pimpinan sebelumnya. Hal serupa juga dikemukakan oleh narasumber BCC baru meskipun mereka tidak mengalami masa kepemimpinan yang sebelumnya. Narasumber BCC baru menilai bahwa dalam hal komunikasi, *aksesibility* dan pelayanan perusahaan kurang baik dengan menimbang interaksi yang terjadi dengan perusahaan selama mereka bergabung dalam komunitas ini kurang lebih 3 bulan. *Service experience* yang dirasa kurang baik ini kemudian diperkuat dengan referensi mengenai kebijakan sebelumnya yang dirasa lebih baik dari anggota BCC lama, sehingga hal ini kemudian memperkuat persepsi mereka mengenai kurang baiknya komunikasi, *aksesibility* dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada BCC.

Image positif perusahaan tentunya merupakan suatu hal yang sangat diharapkan, lantaran tujuan dari setiap jalinan relasi yang dilakukan oleh perusahaan pastilah tak lepas dari upaya pembentukan *image* positif perusahaan di mata *stakeholder*-nya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menyadari *image*

yang terbentuk di kalangan publik, sehingga perusahaan dapat segera mengambil tindakan. Dengan demikian, yang dibutuhkan untuk mengelola *image* positif perusahaan bukan hanya terbatas pada melakukan hal yang luar biasa yang dapat dilihat oleh khalayak luar, namun juga bagaimana perusahaan selalu memantau *image* perusahaan di mata publik dan bagaimana perusahaan peduli pada masing-masing jalinan relasi dengan publiknya dan dapat melakukan hal yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan setiap *stakeholder* perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan mulai terbuka terhadap segala informasi yang dapat diperoleh, seperti saran dan kritik yang bersifat membangun dari publik yang datang langsung pada pihak perusahaan, ataupun informasi yang diperoleh dengan mengadakan riset untuk mengetahui karakteristik publik yang dituju. Dengan demikian, apa yang dilakukan, dan apa yang dikomunikasikan oleh perusahaan sesuai dengan setiap publik yang dituju dengan caranya masing-masing dan membawa hasil yang maksimal bagi terciptanya *image* positif perusahaan.

Image perusahaan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah *formal company policies*. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa kebijakan perusahaan, terutama yang dikarenakan pergantian kepemimpinan dapat sangat berpengaruh terhadap publik yang merasakan imbasnya, yaitu *stakeholder* terdekat, misalnya kelompok kepentingan, karyawan perusahaan, dan lain sebagainya. Karenanya, butuh persiapan akan adanya pergantian pimpinan sehingga dapat meminimalkan gejolak yang terjadi di kalangan publik. Selain itu dibutuhkan pula sosialisasi yang matang untuk membuat publik mengerti adanya pergantian pimpinan

yang kemungkinan juga akan membawa perubahan besar terhadap peraturan atau bahkan semua sistem yang ada dalam perusahaan tersebut.

Persepsi publik terhadap *simbol*, *communications* dan *behaviour* tidak selamanya mengarah pada hal positif, karena mereka belum tentu memperoleh semua informasi dan pengalaman yang membuat mereka dapat memberikan penilaian terhadap ketiga hal tersebut, secara sama, yaitu positif atau negatif. Misalnya saja, disatu sisi, penilaian publik terhadap komunikasi positif, namun, di sisi lain, belum tentu publik yang sama juga menilai keseluruhan perilaku perusahaan secara positif. Padahal, ketiga hal tersebut, yaitu simbol, *communication* dan *behaviour* merupakan hal yang seharusnya saling mendukung satu sama lain. Dengan adanya konsistensi antara apa yang dikomunikasikan dan apa yang dilakukan oleh perusahaan, maka *image* perusahaan akan tertanam kuat di benak publik, sedangkan bila *communication* dan *behaviour* perusahaan bertentangan atau tidak saling mendukung satu sama lain, maka akan terjadi ketimpangan atau *inconsistensi* yang akan menyebabkan publik berpikir bahwa perusahaan tidak dapat dipercaya atau akan timbul persepsi negatif lainnya. Oleh karena itu, pertemuan tatap muka yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah yang dilakukan secara langsung/tanpa perantara menjadi salah satu hal yang penting untuk diwujudkan dengan menyediakan keterbukaan akses dari pihak perusahaan kepada publiknya. Hal ini sesuai dengan gambar 2 milik Dowling yang menjelaskan bahwa *image* perusahaan di mata publik eksternal juga berhubungan dengan bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi antara karyawan perusahaan yang bersangkutan dengan publiknya.

Pengalaman atau *previous service experience* juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap *image* yang terbentuk di mata publik. Hal ini juga menjadi sangat penting ketika pengalaman ini diperoleh dengan berinteraksi secara langsung dengan pihak perusahaan dalam jangka waktu yang cukup lama. Dengan demikian pengalaman ini juga berkaitan erat dengan kebijakan perusahaan yang dipengaruhi oleh pergantian pimpinan. Ketika terjadi perubahan kepemimpinan, ada kemungkinan akan terjadi perubahan kebijakan, yang dengan demikian akan mempengaruhi pengalaman publik dengan perusahaan pada masa setelah perubahan pimpinan. Dengan demikian, pengalaman yang lalu dengan perusahaan akan membantu publik menilai apakah dengan adanya pergantian kepemimpinan dan segala kebijakan yang mengikutinya perusahaan dinilai secara lebih positif atau justru sebaliknya. Dan hal ini kemudian juga akan menjadi masukan bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi terhadap kebijakan yang diambil sehingga dapat terus melakukan perbaikan demi mempertahankan dan menciptakan citra positif di mata publiknya.

B. Saran

1. Saran Praktis

a. *Formal company policies* dalam penelitian ini sangat mempengaruhi persepsi terhadap simbol, komunikasi dan *behaviour*. Oleh karena itu, ada baiknya, setiap kebijakan yang ada, baik itu perubahan kepemimpinan, kebijakan peraturan baru, dan mengenai apapun, terutama kebijakan yang sekiranya akan menimbulkan gejolak yang cukup besar dari publik sasaran, disosialisasikan secara matang. Hal ini berkaitan dengan bagaimana si pembuat kebijakan perlu mengetahui karakteristik dari targetnya, dan mengetahui kebutuhan / keinginan mereka, sehingga dapat dirancang sebuah strategi komunikasi yang membuat publik yang bersangkutan minimal, mau memahami adanya perubahan tersebut, sehingga mereka akan belajar untuk mempelajari kebijakan baru yang ditetapkan dan berusaha untuk memaklumi serta menerima, dan bukan memberikan penolakan keras kepada perusahaan lantaran mereka merasa perusahaan semena-mena dalam mengambil sebuah keputusan.

Pada saat melakukan wawancara dengan narasumber, pimpinan tersebut baru menjabat kurang lebih 3 bulan (bulan April s/d bulan Juli) sehingga BCC juga menilai pimpinan baru dengan melihat kinerja yang baru dilakukan selama 3 bulan. Selain itu, menilik masa jabatan baru yang berlangsung dari bulan April 2010, kemungkinan pimpinan tersebut juga sedang mempelajari pola *interest group relations* sementara menjalankan tanggungjawabnya sebagai pimpinan baru, sehingga kebijakan yang diambil juga merupakan semacam perubahan *incidental* untuk menyesuaikan dan mempelajari kebijakan pimpinan sebelumnya untuk kemudian

dipertimbangkan lebih lanjut guna membuat kebijakan baru atau melanjutkan kebijakan yang tengah berjalan. Dengan demikian, perubahan kepemimpinan ini kemudian menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap *image* perusahaan. Oleh karena itu, hal ini menuntut adanya sosialisasi yang menimbulkan pengertian antara perusahaan dan publik bahwa perusahaan sedang dalam masa transisi misalnya, sehingga publik juga melihat apa yang dilakukan oleh perusahaan sebagai sebuah upaya terbaik yang dilakukan bagi publik sehingga publik yang bersangkutan dapat dengan bijaksana menanti beberapa waktu (misalnya dalam waktu 6 bulan) baru kemudian memberikan penilaian terhadap kinerja pimpinan baru. Dengan adanya pengertian yang diberikan kepada publik, diharapkan mereka tidak tergesa-gesa memberikan penilaian bahwa pimpinan yang baru tidak berkompeten dengan melihat masa kerjanya yang baru berlangsung 2-3 bulan.

b. Bagi perusahaan, terutama pengelola komunitas Djarum *Black*, tampaknya adalah sebuah ide yang cukup baik untuk mengadakan *event* tetap *Factory Visit* setiap ada anggota komunitas yang baru dan belum pernah berkunjung ke pabrik rokok Djarum di kota Kudus. Sejauh ini, berdasarkan pengakuan dari narasumber, hanya BCC Yogyakarta yang pernah melakukan kunjungan ke Kudus, dan itupun karena keinginan mereka sendiri. Dengan adanya kesempatan untuk mengikuti *factory visit* yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota komunitas, maka mereka akan semakin mengenal perusahaan. Mereka akan mengetahui pembuatan rokok Djarum *Black*, mengingat mereka juga merupakan *brand advocate* produk tersebut, kemudian

mereka juga dapat melihat sendiri CSR yang dilakukan oleh Djarum, mereka dapat berinteraksi dengan pihak perusahaan secara langsung dan dapat menggali informasi yang mereka butuhkan/inginkan dengan bertanya langsung pada karyawan yang berkompeten di bidangnya, dan lain-lain. Salah satu hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut adalah berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, informasi mengenai *company profile* yang diberikan saat *factory visit* tidak dapat terserap dengan baik, mungkin ada baiknya informasi ini diberikan secara lebih menarik misalnya, atau diberikan dengan lisan dan tertulis dengan jalan membagikan semacam *booklet* kecil mengenai PT. Djarum, sehingga mereka dapat terus-menerus mengakses informasi tersebut.

2. Saran Akademis

Penelitian dengan judul “Citra Perusahaan di Mata Kelompok Kepentingan” di sini pada dasarnya mengaju pada 2 hal penting, yaitu perusahaan dan kelompok kepentingan. Kelompok kepentingan dalam kasus ini merupakan kelompok yang dianggap penting oleh perusahaan karena dapat memberikan manfaat tertentu bagi perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya, kelompok kepentingan yang berada dibawah naungan organisasi eksternal (dalam artian organisasi yang tidak dibentuk oleh kelompok kepentingan itu sendiri) juga menggali keuntungan yang sekiranya dapat diperoleh melalui kerjasama yang dilakukannya dengan perusahaan. Oleh karena itu, terdapat *simbiosis mutualisme* di mana kedua belah pihak merasa diuntungkan akan adanya jalinan relasi ini.

Perusahaan sebagai pihak yang bersedia menjadi sponsor bagi kelompok kepentingan tertentu bertanggungjawab atas segala bentuk fasilitas, pembiayaan kegiatan, dan semua hal yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan/keinginan kelompok kepentingan yang bersangkutan. Di lain sisi, tentunya merupakan kewajiban bagi setiap anggota yang tergabung dalam kelompok kepentingan tersebut untuk memenuhi apa yang diminta oleh perusahaan sesuai dengan perjanjian kontrak yang telah ditetapkan bersama.

Hubungan antara perusahaan dan kelompok kepentingan merupakan hubungan saling ketergantungan satu sama lain. Perusahaan membutuhkan kelompok kepentingan, demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, kelompok kepentingan hanya dapat berfungsi/berperan secara efektif ketika perusahaan memperlakukan mereka sesuai dengan “label” mereka sebagai kelompok kepentingan. Hal ini berarti, kelompok kepentingan seharusnya dianggap penting oleh perusahaan dan diperlakukan dengan cara yang menunjukkan bahwa mereka dianggap penting oleh perusahaan, misalnya saja pemberian akses pada pengambilan keputusan, penyuaran pendapat saat terjadi diskusi, dan lain sebagainya. Dengan adanya perhatian dari pihak perusahaan melalui dipenuhinya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari kelompok kepentingan yang bersangkutan, maka setiap orang yang tergabung dalam kelompok kepentingan tersebut akan menghargai apa yang diberikan oleh perusahaan. Bentuk penghargaan inilah yang kemudian mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, yaitu komitmen kelompok kepentingan tersebut untuk memenuhi apa yang dibutuhkan/diinginkan oleh perusahaan sesuai dengan kesepakatan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Argenti, Paul A. 2007. *Corporate Communication*, 4th ed. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management, atau Manajemen Hubungan Pelanggan*, terj. Arief Subiyanto, Malang: Bayumedia Publishing.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Dowling, Grahame R. 1994. *Corporate Reputations*. London: Kogan Page Limited.
- Jefkins, Frank. 1987. *Public Relations untuk Bisnis*. Jakarta: Lembaga PPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- _____. 1995. *Public Relations*. Edisi Keempat. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gobe, Marc. 2003. *Emotional Branding*, terj. Bayu Mahendra, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Kesebelas. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Penerbit LPFE-UI.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

Van Riel, Cees B.M. 1995. *Principles of Corporate Communication*. New York: Prentice Hall.

Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI

Hardjana, Andre A. 2008. "Komunikasi Dalam Manajemen Reputasi Korporasi" *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.5, Juni, hal: 1-24. Fisip UAJY.

TULISAN YANG TIDAK DITERBITKAN

Dihana, Yuki. 2009. *Aktivitas Employee Relations PT. Djarum*. Laporan Kuliah Kerja Lapangan. Ilmu Komunikasi. Atma Jaya Yogyakarta.

DOKUMEN LAINNYA

PT. Djarum. "Apresiasi untuk Pendekatan Marketing Berbasis Komunitas," *Warta Keluarga Djarum*, No. 28/VI/2009, hlm. 26-27.

INTERNET

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yuY_uhvcHloJ:blog.unila.ac.id/handayni/files/2009/08/pip6.ppt+kelompok+kepentingan+interest+group&cd=23&hl=id&ct=clnk&gl=id/. (diakses 14 Agustus 2010)

<http://mihardjo.wordpress.com/2010/05/20/interest-groups/>. (diakses 14 Agustus 2010)



Interview Guide untuk Pra Survey

1. Bagaimana sejarah Djarum *Black Community*?
2. Apa saja aktivitas (event) Djarum *Black Community* yang di-create oleh perusahaan?
3. Bolehkah saya mengetahui rincian dan tujuan dari kegiatan tersebut?
4. BCC secara langsung atau tidak langsung sebenarnya berpotensi untuk menarik minat calon konsumen dan membuat konsumen untuk bersikap loyal terhadap produk ya...
5. Untuk nama *brand* produk (Djarum Black) mereka pastinya sudah *aware* ya pak... nah, bagaimana mengenai logo Djarum Black sendiri? apakah mereka tahu makna dari logo tersebut? atau apakah mereka pernah dibekali mengenai mana logo Djarum *Black*? atau info mengenai mengapa produk tersebut diberi nama Djarum *Black*?
6. Sampai saat ini ada berapa orang yang tergabung dalam komunitas ini? target market Djarum Black? karakteristik? geografi, lifestyle, SES, Usia, Sex?
7. Apakah terdapat list / daftar nama orang-orang yang tergabung dalam anggota Djarum *Black Community*?
8. Apakah di komunitas tersebut terdapat struktur organisasi?
9. Adakah syarat-syarat khusus bila hendak bergabung dalam komunitas ini?
10. Apakah ada *event* yang sengaja dirancang untuk mengkomunikasikan mengenai *company* ke komunitas ini?



Hasil Wawancara

Narasumber : Agus Osmond

Waktu : tgl 5 Juni 2010; pk. 20.00 WIB (1-12)
tgl 17 Juni 2010; pk. 20.15 WIB (13-24)
tgl 23 Juni 2010; pk. 20.15 WIB (25-36)

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ Pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?

J: Perusahaan rokok

P: Perusahaan rokok yang bagaimana pak?

J: Perusahaan rokok yang biayai anak-anak berprestasi seperti badminton ...

P: Mengapa pak? kok yang terpikir anak berprestasi, lalu badminton...

J: Djarum kan mempunyai Gor ya yang baru itu di Kudus

P: Ya....

J: Nah, jadi waktu ke Kudus itu kan diajak berkeliling pabrik, nah salah satu nya pergi ke Gor juga, jadi GOR itu tempat melatih anak-anak yang dididik menjadi atlet badminton. Terus sempat ke pembibitan juga, waktu itu didampingi oleh pak Handoyo

P: Oooh.. ya ya... pak Handoyo ya.. berarti beliau yang membimbing dan mengarahkan ya..

J: Ya, jadi ya Djarum yang melatih yang dulu juara-juara internasional itu. Siapa yang melatih kalau bukan Djarum. Dilatih di Djarum itu, Liem Swie King, lalu Christian Hadinata, terus Ivana Lie, itu Djarum yang membesarkan mereka.

P: Oh ya pak? waaaah... ☺ waktu ke Kudus juga ada pemberian informasi tentang company profile, pak?

J: Oh. ada. Jadi waktu itu kami dikumpulkan di suatu tempat terus diceritakan lengkap itu mulai dari rokok kretek sampai company profile juga, tapi lha itu kalau ditanya lengkapnya saya agak-agak lupa karena tidak sempat mencatat.

P: Agak susah juga mungkin ya pak kalau mencatat gitu hehehe.

J: Ya, mungkin kalau ada semacam hand outnya gitu ya jadi lebih mudah

P: Oh iya juga ya pak. Kenapa tidak plus hand out atau semacam brosur gitu ya? jadi kan orang bisa mencermati apa yang dijelaskan sambil membaca, ya, bisa dibawa pulang juga.

J: Lha itu dia, ya ya ... begitu, tapi ya gimana ya.. ya mungkin takut dicontoh atau gimana ..

P: Iya sih pak, tapi kan itu mengenai company profile ya pak?

J: Nah, itu.. tapi kan mereka pasti punya pertimbangan mengapa tidak diberi, mungkin takut dicontoh competitor, orang-orang yang kerja di Djarum kan juga bukan orang sembarangan, mereka juga orang-orang yang bagus, yang professional. Jadi pasti ada maksudnya kenapa tidak diberi. (sekaligus menjawab pertanyaan no. 10)

P: ya iya juga sih pak... hehehehe....

2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?

J: Rokok, komunitas mobil hitam yang dinaungi oleh Djarum

3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)

J: Awalnya memang karena menyukai otomotif, modif mobil

P: Oh begitu ☺ lalu ada motivasi lainnya gak pak selain karena memang menyukai otomotif?

J: Oh ya, karena ada sponsor juga dan ini lho, untuk kumpul-kumpul saja, kan saya senang ya bisa bertemu dengan banyak orang apalagi yang memiliki hobi yang sama, nanti yang ini cerita tentang bengkel modif yang bagus, yang ini cerita tentang tempat rekreasi yang bagus, nanti terus ramai-ramai ke sana. Apalagi setahun sekali kan ada Jamnas, jadi bisa ketemu anggota dari tempat lain juga.

P: Oh, ada jamnas juga ya pak? berarti bisa bertemu dengan anggota Djarum Black Community se-Indonesia ya pak?

J: Oh ya... nanti bisa kenal jadi seru, lagipula saya kan juga orang bisnis ya jadi bagaimanapun kan menjalin relasi tidak ada salahnya

P: Oh ya pak...kalau jamnas biasanya dimana sih?

J: Kalau jamnas pindah-pindah tempatnya tergantung pihak Djarumnya..

P: Hmm... oh ya pak, tadi kan juga karena ada yang mensponsori ya pak...

J: Ya, kan lumayan to. Istilahnya kan ini hobi, seneng-seneng tapi dibayari

P: Oh ya ya pak, jadi itung-itung untung ya pak

J: Oh, ya untung kalau untungnya, mana lagi komunitas yang dibiayai oleh perusahaan selain Djarum kan? belum lagi Djarum tuh kalo kasih hotel mana mau dia yang biasa-biasa aja. Pasti minimal bintang 3 ke atas. karena kan image juga ya

P: Oh ya pak? jadi selama ini hotel juga diperhatikan ya pak kalau ada acara di luar kota. memangnya *image* apa pak yang dimaksud?

J: Ya.. kalau BCC kan imagenya mau yang eksklusif, berjiwa muda.

P: Oh, makannya hotel juga tidak sembarangan ya pak

J: Ya, orang masuk BCC saja kan tidak bisa sembarangan.

P: Maksudnya pak?

J: Masuk BCC kan ada seleksinya.

P: Wah, apa iya pak? seleksi bagaimana?

J: Ya seleksinya 3 kali, mobil dengan perusahaan, teman-teman BCC yang lain dan seleksi SDM

P: Maksudnya seleksi SDM apa ya pak?

J: Jadi kan BCC bawa nama perusahaan (menunggu respon dari narasumber)

P: Ya..

J: Makannya orang yang ikut BCC juga diseleksi. kalau nanti terus ugal-ugalan di jalan kan repot juga.

4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
(sudah terjawab pada pertanyaan no. 3: yaitu ingin memiliki banyak teman/kenalan)
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
(sudah terjawab pada pertanyaan no.3: Sudah terpenuhi, terlebih lagi ada Jambore Nasional sehingga dapat berteman dengan anggota Black Community se-Indonesia)
6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?
J: Dari tahun 1998 kalau dihitung secara resmi berdirinya BCC Yogya, jadi ya sudah 2 tahun ya. Ini tahun kedua.
7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	v
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	v
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?

J: Ya.

P: Mengapa?

J: Yang pasti kan itu sudah wajib ikut. tapi kemudian juga kan kita sudah ikut komunitas ini, jadi kan ya konsekuensinya menaati apa yang sudah dibuat oleh perusahaan. lagipula kan kita punya tanggung jawab promosi, jadi kan ya harus datang. kita kan dibayar bukan untuk diem aja, parkir mobil di halaman rumah

- P: Oh ya .. ya pak, kan kalau ikut event seperti kopdar sekalian iklan ya pak
J: Iya, iklan berjalan lagi, gak hanya berhenti seperti baliho di jalan gitu kan. sudah gitu lebih murah juga
P: Lebih murah gimana pa?
J: Ya kan kalau pasang baliho tuh uangnya banyak lho. Bisa sampai ratusan juta, kalau ini kan lebih murah, sudah gitu iklan berjalan lagi
P: Ya juga ya pak, iklannya keliling kota, malah lebih banyak yang liat dan lebih mencolok ☺
J: Hahaha ☺ ya.. ya...
9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari Djarum *Black Car Community*?
J: Oh ya, bisa menaikkan *prestige* karena kan targetnya juga orang yang punya mobil dengan spesifikasi tertentu, ring pelek saja minimal diameter 18, pokoknya mobil modifikasi, jadi memang untuk kalangan menengah ke atas.
10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya? Jelaskan argumentasi anda, mengapa demikian?
(sudah terjawab pada pertanyaan no. 1)
11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?
J: Kalau akses sih mudah, kita bisa bertemu langsung dengan pihak Djarum, tapi kan ini ada pergantian kepemimpinan, jadi agak susah
P: Oh ya... yang dulunya pak Yongki itu ya pak?
J: Ya... beliau kan meninggal, nah sekarang diganti
P: Oh begitu, lalu kalau dulu bagaimana da sekarang bagaimana pak?
J: Kalau sekarang mungkin ini ya ... lebih susah karena kan peraturannya juga diganti, jadi semua keputusan di pusat di Semarang-Jakarta jadi agak susah juga. selain itu, kalau dulu kan BCC bisa keluar –masuk kantor dengan bebas ya istilahnya, jadi ya, mereka juga sudah tahu, satpam juga kalau BCC pasti langsung dipersilakan masuk. Tapi kalau sekarang walaupun BCC ditanya dulu sudah ada janji atau belum kalau belum harus lapor dulu baru nanti boleh masuk atau tidak. yah, lebih ketat kalau sekarang, jadi susah ketemunya.
P: Berarti lebih enak yang dulu ya pak?
J: Ya... kalau pimpinan yang dulu tuh merakyat ya... jadi dia sering datang waktu kopdar, lalu juga lebih terbuka dengan BCC.
12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?
J: Kalau sekarang kita lebih berdiri sendiri. Jadi, kalau ada masalah kami selesaikan sendiri, kalau dulu masih sering ada rapat, jadi ada problem apa langsung kontak (Djarum: yang dimaksud oleh NS adalah Alm. Bp. Yogki), lalu bila beliau ada waktu ya langsung kumpul dan dibicarakan bersama.
P: Kalau sekarang pak?
J: Sekarang lebih banyak kami yang menyelesaikan, baru kalau kepepet ke perusahaan, tapi itu juga jarang sih.
P: Oh... jadi sekarang lebih mandiri dan peran perusahaan lebih kecil dalam penyelesaian masalah ya pak
J: Ya, tapi ya gimana ya saya juga ngerti sih, yang diurus mereka kan juga bukan hanya BCC jadi dibuat mandiri juga supaya tidak semakin ribet gitu mungkin.
P: Hahaha ya sih ya pak, nanti urus sana sini ☺
J: Ya kan Djarum kan juga perusahaan besar to mbak, jadi yang diurus kan bukan cuma satu dua masalah
13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?

- J: Maksudnya gimana?
P: Jadi kan selama ini ada jambore nasional, kopi darat yang rutin ya pak.. menurut pak Agus event ini kurang gimana? menarik atau tidak, atau mbok ya eventnya diganti yang lebih serau atau bagaimana pak?
J: Oh... kalau event, Jambore Nasional yang paling berkesan memang bagus ya karena kan bisa bertemu dengan orang-orang yang tergabung dalam Djarum Black Community yang lain dari seluruh Indonesia.
P: Berarti terkabul ya pak acara kumpul dan kenal banyak orangnya
J: Oh ya jelas. hahahaha ☺
14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?
J: Fasilitas ni maksudnya fasilitas apa? kalau kumpul biasa hanya rokok dan biaya penggantian sesuai tempat yang dikunjungi
P: Ya, termasuk itu pak, kemudian untuk misalnya ada event ke luar kota, untuk hotel dan uang transport begitu misalnya?
J: Kalau uang transport biasanya uang bensin ya karena kami kan sekalian konvoi
P: Oh iya2 hehehe
J: Kalau hotel, ya itu tadi, pasti minimal bintang 3 ke atas
P: Jadi pasti nyaman ya pak?
J: Oh ya jelas hahahaha ☺ lalu kalau uang bensin biasa dilebihkan, jadi hitungannya jarak tempuh dikalikan perliternya. Nah, kelebihannya itung-itung buat uang saku :D
15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?
J: Gak ada ya... kalau sejauh ini kok sepertinya sudah cukup
P: Misalnya “sepertinya uang branding atau pendanaan eventnya perlu ditambah nih” gitu pak?
J: Gak ya, saya rasa cukup ya, karena kan juga orientasi ikut BCC ini bukan karena cari uang jadi untuk nominalnya berapa saya rasa itu bukan masalah ya, karena saya kan juga sudah bekerja, dan yah... saya rasa sudah cukup lah
16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum? Dari mana anda mengetahui hal tersebut?
J: Apa ya itu?
P: Yang mengenai beasiswa bulutungkis, kemudian pembibitan
J: Oh ya2 tahu. itu yang pembibitan ada pohon2 langka juga lho. kalau mau ambil juga boleh, lalu ada yang beasiswa Djarum juga
P: Oh ya, beswan yang untuk pendidikan itu
17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?
J: Sepertinya sudah dilakukan semua ya. lagipula itu kan baik jadi tidak ada yang salah dengan itu
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
J: Oh ya, itu kan bentuk kepedulian Djarum kepada lingkungan dan atlet2 muda juga.
19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Ya, kalau dulu biasanya bincang-bincang dengan pak Yongki mengenai Djarum itu bagaimana, kemudian kalau BCC ya, dapat dengan mudah kok
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan?
J: Biasanya bertemu langsung atau melalui sms atau telepon
P: Kalau website Djarum pernah buka pak?
J: Tidak pernah kalau web Djarum

- P: Kalau website ABT?
J: Oh pernah... itu biasanya saya baca untuk lihat event Djarum Black Community yang ada di daerah lain.
J: Kalau facebook pernah buka pak? tergabung dalam friendlistnya gak?
P: Ya, tergabung dalam daftar temannya tapi tidak sering buka. jarang main facebook juga.
J: Jarang ngobrol dengan yang dari luar kota gitu pa? yang teman2 komunitas daerah lain?
P: Ya, kalau ngobrol biasanya langsung waktu ketemu pas event atau paling-paling telepon kalau sedang ada keperluan saja
J: Oh, jadi kalau melalui facebook jarang ya pak
P: Ya, mungkin kalau yang muda-muda sering buka ya. tapi kalau saya jarang jkarena lebih enak sms atau telepon juga.
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Ya.
P: Untuk website informasinya update pak?
J: Hahaha... lha ini, kalau informasi sih update, tapi info yang lama2 gak dihapusin jadi banyak banget ...
P: ☺ Bukan kurang info tapi justru yang lama menuh2in ya pak?
J: Iya hahaha ☺ kamu buka aja, disitu ada mengenai event, lalu ada merchandise juga, ada link ke web lain juga, lengkap kok itu.
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
J: Ya, karena di situ lengkap dan kalau kurang jelas ya tanya langsung, waktu ke Kudus juga kan ada sesi tanya jawab, Kan ya juga mudah diakses dan infonya lengkap. cuma ya tadi yang lama2 masih ada hahaha ☺
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
J: Mengenai otomotif ya yang pasti, kemudian event dari BCC se-indonesia, info umum..
P: Update informasi juga ya pak, info umum biar gak monoton ya pak
J: Ya. hahaha kan memang harus begitu biar tidak ketinggalan informasi.
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
J: Waktu ke Kudus itu memang dari teman-teman yang ingin kesana, karena ya kan selama ini kami sudah disponsori Djarum, masa gak pernah bersilaturahmi kesana. Lagipula kalau perorangan kan juga gak mungkin, lha ini mumpung ada kesempatan
P: Hahahaha ... berarti memang inisiatif sendiri ya pak. Selain event yang ke Kudus?
J: Kalau event lain ya paling untuk rapat pembuatan event ya...dan share kebijakan yang turun, misalnya ACC pembuatan event atau tidak. Saya tuh malah ingin bertemu dengan pak Víctor (CEO PT. Djarum)
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
J: Tidak
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
J: Waktu ke Kudus
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Hanya pada waktu ke Kudus itu.
P: Sebelum dan sesudahnya tidak ya pak?

- J: Tidak, ya cuma bincang2 mengenai Djarum tapi tidak sampai detail begitu
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Yang begini itu kan (NS menggambarkan logo perusahaan dengan gesture dari jari tangan) trus ada jarumnya begini?
P: Ya pak..
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Hahaha... dulu dijelasin itu waktu di Kudus, tapi saya lupa hahaha ☺ gak tahu.
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Apa ya? yang pasti bukan jarum jahit, itu seperti jarum rajut.
31. Kalau mengenai nama perusahaan "Djarum" apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Djarum itu simple. tidak ribet, dan maksudnya juga jelas, jarum
P: Kalau artinya pak?
J: Kalau artinya tidak tahu
P: Kalau perkiraan bapak apa?
J: Apa ya, ya saya pikir ya jarum itu, tapi maksudnya apa gak tau
P: Arti dari nama djarum itu tidak tahu ya pak dan tidak bisa ditebak2 apa maksudnya?
J: Ya, dulu seingat saya diberitahu itu maksudnya djarum apa. yang jelas bukan jarum jahit itu dulu yang dikatakan oleh orang dari perusahaan, pa khan apa ya..., saya masih ingat. tapi Djarum apa ya...
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Apa ya...
P: Hahhaahaha...nah, warnanya kan biru pak, biru seperti ini (peneliti memperlihatkan logo PT. Djarum), menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: Kalau biru itu identik dengan laut ya, langit, tenang begitu tampaknya.
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Hahaha jarumnya jelas tapi tidak tahu itu jarum apa. yang pasti bukan jarum jahit ☺
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Ya, mudah di baca
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?
J: Siapa, gudang garam?
P: Eh? ya... kenapa gudang garam pak?
J: Dulu kan dia leader, lalu siapa lg? sampoerna?
P: Hehehe..., kalau dibandingkan nih pak
J: Yang jelas logo Djarum lebih simple ya. Kalau sampoerna, yang a mild itu kan juga ruwet gitu harus meliuk2 nulis huruf A nya. Lalu djarum juga berani promosi, dia di mana2 promosi, buat event ini itu, kalau sampoerna kan promonya gak ada
P: Oh ya? masa pak?
J: Ya kalau dibandingkan dengan Djarum, La Light ada event, Djarum Super, kemudian Black dengan komunitas dll, kalau Sampoerna kan jarang.
36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?
J: Saya rasa tidak perlu ya
P: Mungkin revisi warna gitu pak? wah, mungkin kalau tulisannya merah, logonya hitam lebih keren begitu? Atau mungkin *logotype*-nya diubah menjadi tulisan indah?
J: Gimana ya... saya rasa gak perlu ya karena logo itu kan pasti ada maksudnya tersendiri, nanti kalau diubah malah artinya ikut berubah. itu kan berkaitan dengan image ya, jadi ya biarlah seperti itu.

Hasil Wawancara

Narasumber : Antonius Roy

Waktu : tgl 10 Juli 2010; pk. 16.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?

J: Perusahaan rokok

P: Perusahaan rokok yang seperti apa mas?

J: Yang besar, terkenal

2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?

J: Rokok

P: Lalu?

J: Apa ya? rokok aja.

3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)

J: Bisa kumpul-kumpul dengan teman-teman, kemudian kan aku suka mobil hitam P: modifikasi juga, nah, kalau ikut komunitas ini kan kompak mobilnya (warnanya) sudah begitu ada yang mensponsori juga.

4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?

J: Ya, kumpul sama teman-teman itu ...

5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?

J: Sudah, karena setiap event kan pasti kumpul dengan teman-teman, dan setahun sekali bertemu dengan komunitas di daerah lain waktu jamnas.

6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?

J: Sudah 2 tahun

7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	v
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	v
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?

J: Ya, selama ini selalu ikut kalau gak ikut pun itu karena ada halangan

P: Mengapa ikut terus mas? memang ada semacam presensinya ya?

J: Ya, ada semacam presensi gitu memang, ya, itu salah satunya sih, tapi sayang kalo gak ikut

P: Lho sayang gimana mas?

J: Sayang gak ikut eventnya, kan kumpul-kumpul juga ...

P: Oohhh.... gak bisa diulang ya mas

J: Yak betul.

9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari Djarum *Black Car Community*?

J: (NS tampak bingung saat hendak menjawab pertanyaan) hmmm... gimana ya?

P: Hehehe... gimana mas?

- J: Kalau bangga sih gak ya, biasa aja. Tapi seneng, karena kan bisa kumpul-kumpul, sudah gitu dibayarin lagi
- P: Hahaha ada sponsornya ya mas, asyik banget yak..
- J: Iya lho, kita kalo nginep aja hotelnya pasti minimal bintang tiga, gak mungkin di bawah itu.
- P: Lha gitu terus biaya transport atau biaya bensinnya bagaimana?
- J: Kalau bensin sih ada sendiri, sudah dihitung dengan dilebihkan
- P: Oh... dapat uang saku gak sih mas?
- J: Gak... tapi ya dapatnya dari uang lebih dari perhitungan bensin itu, ya itu Djarum tuh kaya tapi pelit
- P: Hahahaha pelit ya mas?
- J: Gimana ya ya bukan pelit sih tapi perhitungan hahaha
- P: Hahaha ☺ yah lumayan lah ya mas dari pada gak dapet uang saku sama sekali :D
- J: Ya, bener tuh, dari pada gak ☺
10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?
- J: Ya... karena gak mungkin jugalah Djarum asal comot orang. pasti kan ada seleksinya juga. Kan gak gampang juga masuk Djarum.
11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?
- J: Kalau dulu bisa dapat info mengenai Djarum lewat pak Yongki, tapi sekarang susah karena susah bertemu dengan orang perusahaan juga jadi tidak pernah ngobrol2 lagi
- P: Wah, sayang sekali ya mas..
- J: Ya, sekarang jadi komunikasi satu arah, jadi musyawarah gak ada lagi, pokoknya ngikut..
- P: Dulu ada musyawarah ya mas?
- J: Oh ya, dulu kalau kita mau ambil keputusan bisa dirapatin dulu semua anggota dan perusahaan (yang dimaksud NS adalah karyawan) kumpul untuk musyawarah. Tapi kalau sekarang ya tetap ada musyawarah sih tapi keputusannya tetap diperusahaan, jadi gak bisa ngerembuq lagi
- P: Lho kok bisa gitu mas?
- J: Ya, soalnya sekarang kan kita rapat dulu, terus nanti dibawa ke perusahaan hasilnya, kalo ACC ya jalan, kalau gak ya nanti di rembug lagi ke anggota BCC tapi biasanya sudah diberi alternatif pilihan.
- P: Berarti musyawarahnya terpisah situ ya mas. kalau BCC sudah ketemu hasil baru perwakilan ke sana? lha kalau belum sepakat juga?
- J: Ya itu, kan diberi pilihan biasanya, jadi terkesan hanya menjalankan perintah. kalau dulu kita kumpul, lalu pak Yogki memberi pengarahan, nanti kalau begini, hasil begini lho, kalau begini, bakal begini, lebih baik sih begini.
- P: Sebenarnya sama saja ya mas, tetap ada pengarahan, tapi memang yang dulu lebih memungkinkan adanya negosiasi yang mengikutsertakan pemikiran dan kesepakatan bersama ya mungkin
- J: Ya.. ya,, memang gitu, kalau bertemu gitu kan sebenarnya enak ya, kami bisa tahu secara langsung, dan bisa mempertimbangkan dengan arahan yang diberikan, ada alasannya, kalau a, maka, kalau b, maka, kalau sekarang terkesan ya pilih aja salah satu pokoknya pilihannya ya a atau b begitu.
12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?
- J: Hmmm.....apa ya... gini lho mbak, jadi Djarum ni kan baru aja ganti pemimpin, jadi agak beda yang sekarang dengan yang dulu. Kalau sekarang semua masalah ya diselesaikan oleh kami
- P: Oh... jadi lebih mandiri ya mas

- J: Ya, apalagi kalau masalah uang, kan uang itu sudah diberikan ke kita ya, jadi Djarum memang sudah tidak ikut campur lagi, atau misalnya pembagian rokok jatah waktu event bermasalah, yang mengurus ya kami.
- P: Selama ini pernah ada masalah yang sampai melibatkan perusahaan gak mas?
- J: Ada, tapi sudah selesai. tapi itu dulu, kalau dulu begitu kita bermasalah sedikit gitu trus lapor dan bisa di rembuq bareng.
- P: Kalau untuk komplain fasilitas atau apa begitu misalnya?
- J: Kalau itu.. belum ada sih sampai sekarang..
13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?
- J: Yang paling berkesan ya Jamnas hahaha
- P: Oh ya? kenapa mas?
- J: Kan kalo pas jamnas bisa kumpul sama komunitas black se-indonesia
14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?
- J: Oh, bagus2 kalo hotel itu kan sudah pasti ya, paling itu ya, fasilitas apa lagi yang dimaksud?
- P: Seperti tempat penyelenggaraan gitu mas?
- J: Oh, kalau itu kan kami sendiri yang pilih, misalnya kayak event kopdar itu kan kami yang pilih tempatnya.
- P: Kalau untuk pendanaan mas? menurut mas gimana?
- J: Kalau dana kecil kok.
- P: Oh ya mas?
- J: Ya, kalau dana tuh gak banyak, buat orang 20 kan.. gak banyak lho itu
- P: Jadi kalau bisa ya ditambah gitu ya mas?
- J: Ya... bagus itu, harusnya ditambah hahaha (NS sekaligus menjawab pertanyaan no 15.) tapi ya selama ini ya dicukupkan kan memang dananya segitu, jadi eventnya menyesuaikan. Kalau mau eventnya agak besar ya kita tombok
- P: Waduh, rugi dong mas
- J: Iya sih kalau dihitung begitu ya rugi, tapi karena senang juga, bisa kumpul rame-rame, senang, lagipula kan juga sudah disponsori, jadi ya nambah sedikit gak ada artinya lah dibanding senang-senengnya hahaha
- P: Bagus-bagus... hahahaha....
15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum? (tentang fasilitas sudah terjawab di no.14)
- J: Kalau pelayanan, mungkin ya aksesnya ya, kurang terbuka
- P: Jadi lebih baik terbuka ya mas
- J: Ya.. terus sekarang kan gak ada yang khusus ngurus BCC lagi seperti dulu
- P: Lho? dulu ada semacam tim khususnya ya mas?
- J: Ada. jadi dulu tuh ber-3, pak Yogki, pak Adit sama mas Aris.
- P: Nah sekarang kemana semua mas?
- J: Pada pindah tugas ke luar kota, jadi gak ada yang ngurus lagi.
16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum? Dari mana anda mengetahui hal tersebut?
- J: Apa itu?
- P: Yang bakti apa-bakti apa itu lho mas
- J: Oh ya.. ya... yang penghijauan terus badminton itu kan? terus ada yang beasiswa juga kan kalo gak salah
- P: Ya benar...hahaha kok kalo gak salah sih mas
- J: Ya, kalo yang itu kan juga tapi antara iya apa gak gitu hahaha
- P: Tau dari mana mas?

- J: Dari kemaren waktu ke Kudus
P: Oh, di kasi tau ya mas di sana?
J: Ya... diceritain dari awal kretek juga, terus pendirinya Djarum, keliling perusahaan, terus ke gor, sempet ngelinting rokok juga lho
P: Oh ya mas? pasti jadinya jelek
J: Iya. hahaha pegawainya cewek semua lho. dah gitu jadi turun-temurun, mbahnya, terus ibunya, nanti anaknya ya kerja disitu juga
P: Walah, masnya kok tau?
J: Soalnya saya kan wawancara ☺ hahaha
P: Sama ibu2 nya yang ngelinting?
J: Iya
P: Hah???
- J: Hahaha eh, mereka tuh makmur lho, jadi gajinya bener2 lho
P: Kok masnya tau? Tanya pa?
J: Lho... gak... jadi tak perhatiin tuh ya mereka tuh yang ngelinting pasti pake perhiasan emas, kalung, gelang, cincin.. berarti kan mereka makmur to. Jadi soal karyawan kayaknya bener2 dipeduliiin.
P: Oh begitu... berarti mereka gak bermasalah dengan gaji ya mas
J: Gak.. orang bisa beli emas gitu, sekarang 1gr emas berapa coba
P: Ya sih hahha ☺ hmmm tadi kan tau yang bakti2 itu karena waktu ke Kudus? pernah lihat iklannya atau apanya gitu gak mas?
J: Oh ya, baru sadar dan jadi tahu kalo di Kudus tuh kan ada TV yang besar di tengah kota itu terus ada iklannya
17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?
J: Sejauh ini sudah bagus lah, namanya kayak gitu ya gak ada yang perlu dilarang karena kan baik.
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
J: Ya, kalau niat baik jelas ya kalau Djarum memang peduli, tapi juga bagaimanapun juga namanya perusahaan profit jadi pasti tetap ada ke sananya lah
P: jadi walaupun mereka peduli tapi ujung-ujungnya juga untuk cari keuntungan gitu ya mas?
J: Ya... bagaimanapun perusahaan profit ya sedikit banyak ada unsur profitnya lah..
19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Kalau harus bertemu langsung dengan perusahaan sekarang agak susah, tapi untuk informasi mengenai event BCC mudah karena biasanya lewat sms atau telepon (NS sekaligus menjawab pertanyaan no. 20)
P: Berarti kalau tentang perusahaan banyak dapat malah pada waktu ke Kudus itu ya mas?
J: Ya..
P: Kalau website Djarum pernah buka mas?
J: Belum ☺
P: Kalau web BCC?
J: Belum hehe ☺
P: Hahaha ☺ memang gak tertarik ya mas? kenapa mas? dirasa kurang penting gitu atau gimana?
J: Kalau gak penting gitu ya gak... tapi apa ya hahaha ☺ malas saja. yah, kan tujuannya memang untuk senang-senang, kumpul teman-teman jadi ya memang gaklah kalau buka web, belum mungkin ya haha ☺ biasa paling kalau ada apa-apa by sms aja sih, lebih praktis hahaha...
P: ☺ Kalau facebook masnya tergabung gak?
J: Oh, kalau facebook ya.
P: Hehehe sering ngobrol dengan teman2 lewat fb gak?

- J: Kalau ngobrol gak ya, jarang, paling sekali waktu kalau pas buka fb dan ada yang menarik untuk dikomentari. tapi gak sering juga karena itu kan banyak banget ya orangnya. gak semuanya kenal juga.
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan?
(sudah terjawab di no. 19)
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Untuk yang ke Kudus itu ya, karena kami gak hanya dapat cerita tapi juga kan melihat langsung pabriknya, pembuatannya
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
J: Ya, untuk yang bakti, terus yang mesin-mesin itu bisa waktu ke Kudus, untuk info BCC yang event juga mudah karena kan pakai sms biasanya ya itulah yang paling sering biasa pakai sms
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
J: Kalau itu yang jelas dulu tuh kami penasaran dengan pembuatan rokok Djarum Black dan penasaran sama pabriknya hahaha (NS sekaligus menjawab no.24)
P: Oh, terus ke Kudus itu ya mas?
J: Iya.. jadi itu memang kami yang pengen ke sana.
P: Ooohhh...berarti sudah ya mas?
J: Ya, sudah liat pembuatannya mesinnya itu bisa buat berapa ribu batang per jamnya lho. jadi mesinnya dibuat khusus untuk Djarum
P: Hah? waaaauuu... dibuat khusus gitu?
J: Makannya kan gimana karyawannya gak makmur kan mesinnya aja ngabisi uang berapa itu... Djarum tuh kaya, orang itu pimpinannya tidur aja dapet uang, melangkah selangkah aja uang
P: Huahahahahaha mana bisa gitu mas
J: Lha ya iya kan hahaha cuma ya itu tadi, kaya tapi ya perhitungan juga
P: Hahaha....
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
(sudah terjawab di no.23)
J: Tentang pembuatan rokok Djarum Black dan tentang perusahaannya ya...
P: Mengapa mas?
J: Ya kan kita ini dinaungi oleh Djarum, kan istilahnya gitu, tapi masa gak pernah kesana, gak tau pembuatan rokok yang mereknya di bawa juga. ya, penasaran aja hahaha....
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
J: Gak.
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
J: Oh ya... waktu ke Kudus
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Ya cuma pas itu aj (yang dimaksud NS adalah saat factory tour)
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Tahu, yang begini to? (NS mengawang gambar sambil menunjukkan gambar awangan dengan gesture tangan)
P: Yak.. benar2..

29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Nah, itu yang gak tahu hahaha ☺
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Apa ya???
P: Yang pasti bukan jarum jahit ya mas?
J: Wah, iya2...bener, aku inget itu yang dibilang waktu ke pabrik di Kudus, yang pasti bukan jarum jahit hahaha
P: Nah kalau mas mengira itu apa?
J: Oh, kalau jarum jahit gak ya, saya malah pikir itu pena bolpen yang kalau mau nulis dicelup ke tinta dulu...
P: Huakakakaka oh ya, yang juuadul itu to mas???
J: Ya... hahahaha bukan ya? mirip to?
P: Iya mas.. hahaha tapi bukan lho
J: Memangnya gambar apa to, malah jadi penasaran aku, gak pernah merhatiin, apa ya, liat sih tapi gak pernah kepikir itu apa gitu ya tahunya jarum.
P: Itu dari jarum gramophone mas..
31. Kalau mengenai nama perusahaan “Djarum” apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Kalau Djarum, dikalangan rokok sudah punya nama, semua sudah mengenal, dan citra rasanyapun telah diakui Tapi mungkin bagi orang awam belum terlalu memperlihatkan bahwa Djarum adalah nama sebuah perusahaan rokok
P: Namanya tidak mencerminkan bidang perusahaan ya mas?
J: Ya.tapi karena orang sudah kenal Djarum jadi ya gak masalah. lagipula gak banyak orang yang mikir sampai kesana.
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Tau (NS tampak ragu saat menjawab)
P: Apa mas?
J: Biru, putih, tapi tapi kadang bajunya ada yang coklat ya
P: Hmmmm, ya... warnanya kan biru, biru yang seperti ini (peneliti menunjukkan logo perusahaan) menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: oh biru ya... kalau biru menurut saya mungkin lebih ke tegas ya, biru laut mungkin ya, kalau langit kan warnanya tidak seperti itu.
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Tidak... ☺
P: Kalau menurut mas logotypenya bagaimana mas?
J: Kalau menurut saya tulisannya terkesan lebih tegas dari pada yang lain.
P: Yang lain?
J: Ya, perusahaan yang lain ya mungkin, kalau logo djarum itu simple, bahkan terlalu simple ya mungkin, tapi tegas
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Ya2..
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?
J: Apa misalnya? sampoerna?
P: Lho? kenapa sampoerna mas?
J: Waduh gak tau deh tadi yang kepikiran sampoerna hahaha
P: Eh? hahaha... lalu nih mas kalau dibandingin sama logonya sampoerna, logo Djarum sendiri gimana? bukan bandingin gimana2 tapi dilihat apa sih bedanya gitu?
J: Yang jelas kalau Djarum itu simple, tapi bahkan terlalu simple ya mungkin. Tapi terkesan lebih tegas dibanding yang lain

36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?

J: Tidak juga ya, karena nanti kalau diubah imagenya juga berubah kan?

P: Oh... begitu... ya... ya...



Hasil Wawancara

Narasumber : Imam Santoso

Waktu : tgl 16 Juli 2010; pk. 10.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?
J: Pabrik rokok
P: Pabrik rokok yang bagaimana mas?
J: Yang berani menyelenggarakan acara-acara badminton, penghijauan, sepak bola, menciptakan produk rokok merek super, LA, 76, Djarum tuh peduli sama Negara lah gampang nya.
P: Hah? kok bisa peduli sama Negara mas?
J: Ya, dia kan ikut penghijauan juga dengan menanam tanaman itu, lalu juga melatih badminton
2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?
J: Rokok, BCC
3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)
J: Suka mobil hitam, ya, pengen gabung aja di komunitas ini. Yah, 40% sih karena ada uangnya juga, tapi itupun juga gak seberapa dibandingin sama modif mobilnya.
P: Kalau dihitung malah tombok ya mas?
J: Ya, tapi karena itu (uang) bukan tujuan utama, jadi ya gak jadi masalah.
4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
J: Harapannya... bisa kenal sama orang-orang yang tergabung dikomunitas ini. Jadi banyak teman juga.
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
J: Sudah.
6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?
J: Dari Mei kemarin
P: 2010 ini ya mas?
J: Iya.
P: Ooh... berarti belum sempat ikut factory tour ya mas?
J: Apa itu?
P: Yang ke Kudus itu
J: Oh, ke pabrik itu? belum... belum... Mei kemarin baru dilantik, harusnya sudah bulan Februari yang lalu, tapi karena ada perubahan pimpinan dari Djarumnya mendadak to, jadi mundur mana banget sampai Mei. tapi sebenarnya penasaran juga sih pengen tahu pabrik, karena kan bagian dari promosi, jadi pengen ke sana.
P: Oh... tapi berarti belum sempat ikut jamnas ya mas?
J: Oh, belum. nanti tahun ini. nah, nanti waktu jamnas asyik, bisa ketemu sama anggota BCC yang dari daerah-daerah lain, kayaknya yang tahun ini nanti di Jakarta.
P: Lho? kok bisa tahu kalau kemarin sempat ke Kudus, lalu ada Jamnas, tahu dari mana mas?
J: Oh, kalau info dari temen-temen, ya saya tanya-tanya aja, ngobrol sama mereka.

7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	x
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	x
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?

J: Ya

P: Mengapa mas?

J: Ya kan sudah bergabung dalam komunitas ini, ya... masak gak dateng

P: Merasa bertanggungjawab ya mas

J: Ya lagian kan makan-makan, sayang juga kan gak dateng

P: Hahahaha hitung-hitung makan gratis ya mas

J: Lha ya.. iya ☺ lumayan to.

9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari *Djarum Black Car Community*?

J: Bangga sih gak,tapi seneng iya, karena sudah melebihi seleksi hahaha

P: Seleksi perusahaan dan teman-teman ya mas

J: Iya hahaha.... seneng iktu komunitas ini karena ini kan komunitas paling keren dan di semangati oleh Djarum.

P: Memang kalau disemangati Djarum kenapa mas?

J: Ya, Djarum kan bukan perusahaan kecil juga, dia kan sudah punya nama, dan pastinya fasilitasnya juga lumayan hahaha ☺

P: Hahahaha ☺

J: Oh ya, ada cerita lucu nih, tiba-tiba jadi ingat.. Jadi kelihatan banget perbedaannya ikut BCC dan tidak

P: Hah? apa tuh mas, wah, kayaknya seru nih.,

J: Jadi dulu, sebelum ikut BCC kan kalau ke suatu tempat, parkir ya parkir aja. Seringnya kan petugas parkir gak datang kalau gak pas mau keluar dari tempat parkir, atau kasi karcis sambil malas2an gitu. Nah, suatu kali saya kesuatu tempat, pakai mobil Black, biasanya juga gak pa-pa di tempat itu, tukang parkirnya biasa aja. Kalau feeling saya sih karena dia lihat mobil Blacknya hahahaha, jadi saya baru mau belok parkir itu dia sudah lari-lari mau markirin.

P: Waaaauuu sampai lari-lari gitu? mungkin pak parkirnya mikir, wah, Black tuh hahaha....

J: Nah, makannya itu, terus kasih karcisnya juga lebih sopan gitu hahahaha yah, pokoknya ikut komunitas ini dari gak ada semakin ada lah, jadi makin PD :D

10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?

J: Oh ya, kalau itu pasti orang-orang pilihan, gak mungkin orang bodo. tapi kalau yang sekarang (yang dimaksud NS adalah pimpinan yang sekarang) mungkin baru ya, jadi masih takut salah, belum tahu rumus-rumusnya/pola-polanya, kalau pak Yogki keputusannya cepat.

11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?

J: Kalau akses sekarang susah ya ..

P: Oh ya, masnya tahu kalau ada pergantian kepemimpinan ya

J: Tahu tahu, kan pelantikannya mundur gara-gara itu

P: Tapi berarti mas gak njamani waktu dipimpin pak Yongki ya.

J: Oh, gak...

P: Lalu kok masnya bisa bilang sekarang susah?

J: Oh, itu kata anak-anak sih, kalau dulu katanya enak. Tapi, kemarin waktu saya diminta jadi saksi untuk pegeusahaan ACC event, kan diajak pak Agus ke Djarum, mau ketemu sama pimpinannya. Nah, waktu itu saya dan pak Agus menunggu di ruang tamu karena gak boleh masuk. Nah, yang bikin kaget waktu itu ada karyawan juga datang untuk urusan pekerjaan, pembuatan banner atau apa git waktu itu. Terus pimpinannya menemui beliau di ruang tamu dan ngobrol di ruang tamu, satu ruang dengan saya dan pak Agus, waktu itu karyawannya juga sempat bingung kok gak diperbolehkan masuk. Dia juga agak gimana gitu karena mungkin tidak enak masalah pekerjaan sampai terdengar saya dan orang yang ada di situ. Berarti kan sekarang akses memang susah, gak usah kok BCC, sesama karyawan saja gak diperbolehkan masuk kantor, padahal dulu boleh, bisa ngobrol enak tanpa harus merasa gak enak dengan tamu lainnya. Pak agus sendiri waktu itu juga bilang “lihat sendiri to mas, Djarum sekarang susah, karyawannya saja gak boleh masuk, apalagi kita?”

P: Wah, berarti agak tertutup ya mas, sudah tidak bisa ngobrol enak lagi?

J: Kalau dari pegalaman saya ya itu, dan kalau dari teman-teman katanya memang enak yang dulu, lebih terbuka.

12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?

J: Selama ini belum ada komplain sih. Ya, mungkin tetap di tolong ya, pastinyalah, masa dibiarkan saja, tapi yang jelas beda dengan yang dulu, kalau yang dulu lebih peduli.

13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?

J: Saya yang paling pengen ikut Jambore karena kok kayaknya menarik, seru juga bisa ketemu sama teman-teman BCC yang lain.

P: Penasaran ya mas? memang dapat cerita apa saja mas dari teman-teman?

J: Ya.. saya penasaran lho, lihat saja ya nanti tahun ini bagaimana hahaha... kata teman-teman sih yang paling mengesankan Jambore, saya jadi penasaran kayaknya kok memang yang paling mengesankan Jambore.

14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?

J: Oh fasilitas enak, asyik, hotel bintang.

P: Ada rokok jatah juga ya mas?

J: Oh ya, pas event, lumayan kan gak usah beli rokok

P: Ya ya mas, sering-sering aja ya mas

J: Ya. hahaha ☺

15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?

J: Gak ada. sudah ok.

P: Misalnya fasilitas atau uang pendanaan event gitu mas misalnya?

J: Wah, maunya sih gitu, kalau bisa lebih, nanti lebih lagi... tapi ya namanya manusia kan gak pernah puas kan, kalau dikasi satu pasti minta 3, dikasi 3 minta 10 gak pernah cukup. Tapi menurut saya sudah ok kok fasilitas, gak ada yang perlu diperbaiki.

16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum? (sudah terjawab di no. 1)

P: Dari mana anda mengetahui hal tersebut?

J: Kalau itu saya tahu dari temen-temen, terus dari iklan juga...

17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?

J: Baik... baik...

P: Baiknya mas?

- J: Ya baik, dia peduli sama Negara, ada penghijauan, mungkin kalau penghijauan karena ini ya, kan dia memproduksi rokok, asapnya kan merusak lingkungan, jadi itu bentuk pertanggungjawabannya.
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
- J: Kalau itu sih kan tetap bawa nama Djarum, jadi ya seperti iklan yang disukai orang intinya ujung-ujungnya promosi.
19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
- J: Kalau perusahaan tidak pernah, kalau BCC ya dapat infonya dari teman dan sms kalau mau ada event.
- P: Pernah buka websitenya gak mas?
- J: Gak pernah
- P: Kalau facebook mas Imam tergabung dalam facebook komunitas gak?
- J: Ya
- P: Sering ngobrol-ngobrol atau cari info terbaru seputar komunitas atau yang lainnya dari facebook gak mas?
- J: Kalau facebook BCC jarang ya, facebook teman2 saja paling ya yang dekat saja hahaha...
- P: Oh, begitu ya mas? tapi pernah ngobrol2 gitu gak mas?
- J: Hmmm gak ya. gak banyak yang kenal juga.
- P: Belum ya mas.. kan termasuk baru juga ya... mungkin besok waktu jamnas dapat lebih banyak kenalan mas?
- P: Ya.. bener2.. jamnas itu kayaknya bakalan rame ☺
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan?
- J: Kalau dari Djarum ke koordinator, nanti baru dari coordinator ke anggota, biasanya lewat sms.
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
- J: Kalau yang dari teman-teman ya, lalu dari sms karena mudah dimengerti
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
- J: Ya. mudah diingat, teman-teman cerita pengalaman mereka. Dan karena saya penasaran juga ya awalnya, saya yang tanya duluan jadi ya ingat.
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
- J: Apa ya, masalahnya saya juga gak pernah buka webnya
- P: Memang gak tertarik untuk buka ya mas?
- J: Iya.. gitu hahaha ☺
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
- J: Saya penasaran dengan pabriknya, kalau informasi khusus gak ada ya.
- P: Gak terlalu penting gitu ya mas
- J: Ya kan pada dasarnya komunitas ya, jadi gak terlalu pengen informasi apa gitu..
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
- J: Gak.
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
- J: Gak pernah (NS menggelengkan kepalanya)

27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Gak pernah
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Ya... yang begini terus ada jarumnya itu bukan? (Ns menggambar di udara dengan tanggannya)
P: Ya.
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Gak, gambarnya gak jelas, kalau jarum peniti gitu kan lebih jelas ya, orang pasti tahu hahaha...
P: Ya sih mas, tapi itu nanti beda lagi hahaha
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Apa ya...saya pikir itu tombak, kan mirip jarum yang ujung tombak itu..
31. Kalau mengenai nama perusahaan "Djarum" apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Aneh sih, harusnya merek topi petani, missal capping /cangkul. Kalau nama Djarum mungkin pas dengan pabrik benang/kain kali...
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Gold.. coklat2 gitu ya. yang di kantornya kan no. nya 76 itu warna coklat.
P: Hehehe, warnanya biru mas. Nah, warnanya kan biru pak, biru seperti ini (peneliti memperlihatkan logo PT. Djarum), menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: Oh ya? hahahaha ☺ kalau biru tu identik dengan warna laut, langit, apa lagi ya...
P: kesannya mas?
J: kalau buat saya sih lebih ke tenang ya, kan sama seperti laut, langit gitu.
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Kalau Djarum.. simple, jadi yah orang mudah juga mengingatnya karena tidak aneh2, tapi kalau arti susah, gak terbayang maksudnya apa.
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Kalau tulisan mudah dibaca
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?
J: Sampoerna?
P: Eh? kenapa mas?
J: Kenapa ya? gak tahu juga hahahaha...sampoerna beralih gak terlalu fokus ke rokok sekarang. Djarum tuh simple. ya walaupun orang mungkin gak tahu itu jarum apa, tapi ya tahu kalau itu gambar Djarum. Ya, kalau produk yang paling menonjol Djarum, Sampoerna sama Gudang Garam biasa saja.
36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?
J: Gak perlu lah, cukup seperti itu saja
P: Saran mungkin, gambarnya kurang jelas..?
J: Kalau gambar iya ya sebenarnya, tapi ya biar seperti itu saja lah.

Hasil Wawancara

Narasumber : Medrian H.P.

Waktu : tgl 20 Juli 2010; pk. 14.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ Pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?
J: Rokok, perusahaan rokok
P: Perusahaan rokok yang bagaimana nih mas?
J: Yang bagaimana ya... yang pusatnya di Jakarta, tapi pabriknya di Kudus. Terus punya GOR Badminton.. apa lg ya... oh ya, Djarum tuh kan punya nama baik di dalam maupun di luar negeri.
P: Oh ya mas?? berarti sudah pada taraf internasional ya?
J: Ya... Djarum tuh perusahaan ternama mbak... bagus lah.. pokoknya kalo buat Indonesia no.1 PT. Djarum yang pegang.
P: Ohhh... gitu ya... tapi, kok bisa bagus tuh bagus yang seperti apa mas ☺ ?
J: Gimana ya... Djarum tuh semuanya dilakuin..Jadi, asal bisa digunain untuk nama baik dilakukan semua... kayak BCC kan juga dibawah naungan Djarum, ada tanda tangan kontraknya.. trus event2, konser, live music, jadi sponsor badminton, entertainment juga.
2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?
J: Komunitas mobil berwarna hitam, rokok Djarum black yang berwarna hitam, terus apa lagi ya, memiliki komunitas mobil di beberapa kota di Indonesia, bekerja dibawah naungan PT. Djarum, yang pasti dengan adanya Djarum Black ataupun komunitas mobilnya menjadikan kita bisa lebih berpengalaman dan mempererat pertemanan-persaudaraan satu sama lain
3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)
J: Motivasi utama sih karena saya memang menyukai otomotif dan teman2.
P: Teman2.. berarti untuk kumpul2 gitu mas?
J: Ya, sesama hobi juga, kan mereka juga suka otomotif jadi untuk tambah-tambah teman.
P: Itu motivasi utama ya mas.. hehe.. lha kalo motivasi laennya ☺
J: Ya.. kalau motivasi lain.. fasilitas ya. kan sampai saat ini cuma BCC komunitas yang dinaungi oleh perusahaan. Kebanggaanlah ditempel stiker Djarum.
P: Oh ya... kok bisa?
J: Ya...kan gak sembarang orang dapet resmi lho.
J: Makannya itu mbak. itu ada seleksinya lho.
P: Seleksi masuk BCC?
J: Ya. 3 kali tapi yang paling menentukan ya mobilnya
P: Hmm... tu maksudnya gimana mas?
J: Jadi kan diliat juga orangnya. Kalau sukanya ngebut, terus ugal-ugalan kan susah mbak..
P: Oh ya juga sih karena kan bawa nama perusahaan ya mas
J: Lha makannya itu kan gak bisa sembarangan juga
4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
J: Ya kumpul sama teman-teman, sama itu mau lihat pabrik Djarum hahaha
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
J: Sudah
P: Sudah sempat ke Kudus ya mas?
J: Oh ikut ikut...cita2 saya itu..

P: Hah??? maksudnya mas?

J: Hahahahaha.... ya waktu masuk ke BCC pertama kali saya sudah kepikiran pengen liat pabriknya, kalau perorangan kan gak mungkin mbak, masa saya datang kesana sendirian, mau ngapain ☺ ??? kalau rame-rame gini kan banyak bolehnya. Gak sembarangan bisa masuk pabriknya lho mbak.

P: Oh ya mas? harus semacam buat proposal gitu atau gimana mas?

J: Ya, harus buat proposal dulu, tapi waktu BCC serahkan langsung ACC

P: Hahaha Djarumnya senang mas BCC mau berkunjung

J: Ya mungkin ya karena kan kami inisiatif sendiri gitu lho mbak, masa yang laen istilahnya pernah kesana tapi BCC yang dinaungi Djarum gak pernah, kan aneh. Lagipula itu BCC Yogya aja lho yang pernah kesana sampai tahun kemarin berarti.

P: Waaahh? berarti yang dari daerah lain belum ada yang kesana mas?

J: Belum... setahu saya belum lho ya, waktu itu baru kami yang kesana

P: Terus gimana mas setelah cita-citanya terkabul? kok bisa jadi cita-cita sih mas?

J: Hahaha saya memang cita-cita ingin lihat pabriknya Djarum karena penasaran benar sehebat bayangan saya apa tidak hahaha.. karena, kalau lihat iklan gitu kan wah ya mbak. lagian juga kapan lagi bisa kesana...

P: Wah, sampai kepikiran kesitu ya mas?

J: Yah, gimana ya, kalau soal rokok gitu, kan saya perokok ya dan kebetulan saya senang sekali waktu Djarum Black keluar, karena kan rokok yang pertama bungkus batangnya hitam

P: Nah, terus nih mas, setelah kesana, berarti kan cita-cita terkabul nih, sesuai dengan apa yang dibayangkan mas gak?

J: Oh ya mbak, pabriknya memang besar sekali ... ada di mana-mana, kayaknya itu satu Kudus lama-lama bisa jadi punyanya Djarum, sekarang saja sudah kayak gitu, wah, Djarum tu kaya sekali memang, dan benar-benar ada penghijauan seperti yang diiklan, lalu sempat pengolahan limbah juga, oh ya, sama saya juga penasaran, disana kan pabrik rokoknya kan mbak, lha saya penasaran buat Djarum Blacknya gimana hahaha

P: Tapi sudah tahu ya mas sekarang?

J: Oh ya, jadi disitu nanti mesinnya bisa mencetak sekian ribu batang, cepat sekali. tapi wah, Djarum tuh memang berjawa dermawan kok mbak.

P: Kok bisa dermawan gimana mas?

J: Ya, jadi Djarum tuh tidak milih-milih karyawan untuk masuk pabrik. Pokoknya selama dia masih bisa bekerja, walaupun sakit tetap bisa diterima, jadi gak memandang orang, dan safety untuk karyawan dipikiran bener, ada helmnya, dll.

P: Oh, jadi asal sakitnya gak parah gitu ya mas

J: Ya, jadi itu kan ada aturannya mbak kalo yang buruh linting itu digaji dari berapa banyak mereka buat rokok

P: Tapi ada standartnya kan ya mas?

J: Oh ya... ada minimalnya, nah tapi habis tu ya semampunya mereka, yang penting minimalnya terpenuhi dulu mbak, jadi selama bisa begitu ya gak masalah.

P: Waktu itu diberitahu mengenai company profile gitu gak sih mas?

J: Oh ya, dari awalnya kretek itu seperti apa, lalu sampai sekarang, terus tahu gak jadi 80% orang kulit hitam tu menyukai Djarum Black lho mbak

P: Hah? masa mas? kok bisa gitu ya? aneh...

J: Nah, itu saya juga gak tahu, apa karena sama-sama Blacknya atau gimana ☺

P: Hahahahaha ☺ ya mungkin mas

6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?

J: Dari 2008, ini tahun ke-2

7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	v
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	v
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?

J: Oh ya.

P: Kenapa mas?

J: Wah ya rugi kalau tidak ikut.

P: Ya juga sih ya mas. sudah difasilitasi juga.

J: Ya betul, lagian sayang di momentnya gak bisa terulang lagi tu lho mbak

P: Moment bareng temen2 ya mas

J: Ya.

9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari *Djarum Black Car Community*?

J: Oh ya, pakai baju Djarum ada kebanggaan tersendiri

P: Kok bisa mas?

J: Ya kan gak sembarang orang bisa pake baju ini, kalau ada teman-teman yang bilang “kok mau disuruh pake seragam, disuru-suru sama Djarum” tapi saya pikir ya biar saja, saya juga gak merasa seperti itu, lagian apa mereka juga bisa pake baju seperti ini resmi dari Djarum dan memang diperbolehkan sama Djarum?

10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?

J: Ya pastinya ya, masuk Djarum kan ada seleksinya, gak gampang juga, orang masuk BCC aja gak sembarang orang juga.

11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?

J: Kalau sekarang susah

P: Oh ya. ada perubahan kepemimpinan ya mas

J: Ya. kalau yang dulu enak, kalau mau ketemu, ngobrol-ngobrol mudah, tinggal sms atau telepon kalau memang bapaknya bisa pasti bisa langsung ke perusahaan.

P: Kalau sekarang mas?

J: Kalau sekarang susah mbak, koordinatonya saja susah kalau mau ketemu, dulu enak pimpinannya fair, gimana ya mbak, sudah nyaman dengan peraturannya yang seperti ini lalu mendadak diganti jadi peraturan baru kan gak nyaman.

12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?

J: Kalau sekarang kita sendiri yang biasanya buat solusi, pokoknya enakan yang dululah, sekarang mau ketemu susah. Tapi kalau fasilitas sejauh ini sih belum ada masalah ya, gak rugilah, istilahnya apa yang Djarum kasih lebih banyak dari yang kita kasih., jadi untung lah, hotelnya juga berbintang, uang bensin diganti, gak ada masalah kalau fasilitas lebih dari cukup (NS sekaligus menjawab pertanyaan no 15)

13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?

J: Bagus, bisa ketemu sama teman-teman, apalagi waktu jamnas, terus asyik karena dapat pengalaman macem-macem termasuk tidur di barak militer kayak barak pengungsian ☺

- P: Hah? apa tuh mas? saya kok belum dengar ceritanya?
- J: Itu jamnas tahun lalu jadi kita dibangunin pagi2 atau subuh malah tepatnya, terus tidur tuh di barak, pokoknya jamnas tahu lalu itu paling mengenakan lah
- P: Hahaha kalau tau gitu gak ikut ya mas?
- J: Ya, gak ikut saya kalo tahu hahaha ☺ tapi kalau sudah ya seru juga, lucu ingatnya kalo sama teman-teman itu pada cerita pengalaman itu ☺
14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?
- J: Ya, kecuali waktu pas jamnas itu, tapi kalau itu memang disengaja sih ☺
15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?
- J: Kalau fasilitas sudah baik ya, kalau pelayanan, gimana ya...
- P: Ganti presiden ganti undang-undang ya mas? ☺
- J: Lha itu mbak repotnya... (NS menggeleng-gelengkan kepalanya) ☹ tapi ya mau bagaimana lagi.. ya ikut sajalah
- P: Mungkin lebih terbuka lebih baik ya mas?
- J: Ya, kalau begitu kan direbug bersama, jadi semuanya bisa sama-sama enak.
16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum?
- J: Apa itu? yang bakti lingkungan itu, terus badminton, untuk anak berprestasi kan?
- P: Ya, masnya tau dari mana?
- J: Dari kemarin waktu ke Kudus, terus dari iklan juga
17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?
- J: Gak ada ya, saya rasa kok sudah baik
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
- J: Ya, kalau Djarum murni dermawan, mencontohkan yang baik, misalnya soal tanaman, kita gak banyak tau kalau gak masuk dunia Djarum. Djarum itu mampu membuat macem-macem untuk merangkul masyarakat.
19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
- J: Oh ya, dari awal pengen tahu seluk beluk Djarum karena mau masuk BCC juga dan suka warna item juga, jadi saya cari informasi, buka website, chatting, cari orang yang bener-bener suka dan tertarik di BCC (NS sekaligus menjawab pertanyaan no. 20)
- P: Kalau facebook mas?
- J: Kalau facebook, ya beberapa ada info di situ mengenai event-komentar orang-orang
- P: Masnya tergabung dalam facebooknya ya mas?
- J: Oh ya.. banyak juga kok yang ikut, yang jelas anggota komunitas ya..
- P: Masnya sdering ngobrol-ngobrol dengan yang lain lewat fb gak mas? dengan anggota komunitas yang di daerah lain?
- J: Yah, paling yang kenal saja, tapi jarang juga lebih sering ngobrol dengan teman-teman BCC yang disini paling
- P: Untuk yang lain aktif di fb gak mas?
- J: Kalau yang teman2 sini kayaknya gak (NS menggelengkan kepala) yah paling sibuk dg fb masing2. jadi tidak terlalu mengurus yang lain, tapi kadang komentar mengenai event juga, yang baru diselenggarakan.
- P: Tapi berarti tidak terlalu sering komunikasi lewat fb juga ya mas?
- J: Ya, kadang-kadang saja, tidak setiap buka fb pasti berkunjung ke fb BCC untuk ngobrol dengan yang lain

- P: Tapi kalau menurut mas ada untungnya gak sih mas fb ini, untuk bincang-bincang dengan yang lain
- J: Yah, kalau itu memang bisa ngobrol dengan yang lain, tapi tidak seseru kalau ikut jamnas ya, kalau ini kan ya lewat fb aja
- P: Hanya bisa kirim komentar dan meramaikan fb nya BCC ya ms?
- J: Ya... begitu lah.
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diperoleh?
(beberapa jawaban sudah ada di no.19: website, email)
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Ya, web BCC info cukup. ada tentang event, lalu ada atribut juga yang hanya bisa dibeli via internet, itu ada minimal pembelian 100 ribu kalau gak salah.
P: Infonya update gak mas?
J: Update ya sepertinya, saya sih gak setiap saat buka, tapi yang terakhir sepertinya update.
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
J: Bisa2. ga ada masalah.
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
J: Yang jelas tentang event-event Black Community termasuk yang di daerah lain.
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
J: Kalau event ya paling yang waktu ke Kudus itu saya pengen lihat pabriknya, lalu PT. Djarum itu bagaimana, bagaimana pembuatan Djarum Black.
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
J: Gak
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
J: Waktu ke Kudus itu
P: Hanya waktu ke Kudus itu ya mas?
J: Ya
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
(sudah terjawab di no.26)
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Ya, tahu
P: Bisa tolong digambarkan mas? masudnya di deskripsikan seperti apa?
J: Yang ada lingkaran, lalu ada gambar seperti djarumnya ditengah begitu kan?
P: Yup.
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Tidak. apa ya... kemarin waktu di Kudus tuh dikasih tahu kok seingat saya ... tapi... apa ya...
P: ☺ lupa ya mas
J: Iya.. lupa saya, gak terlalu memperhatikan ya waktu itu apa ya.. ada artinya kok itu.
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Jarum, gambar jarum kan itu, tapi saya gak tau jarum apa
P: Kalau menurut mas Djarum apa?
J: Jarum bolpen yang jaman dulu itu, yang bisa diisi ulang

31. Kalau mengenai nama perusahaan “Djarum” apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Nama... (NS tampak berpikir) apa ya... saya juga bingung kenapa namanya jarum, kenapa bukan yang lain. tapi ya pasti ada maksudnya.
P: Namanya terkesan lemah, atau bagaimana gitu mas, atau menimbulkan pemikiran bagaimana...?
J: Kalau saya mikirnya malah djarum itu mungkin, kalau saya tidak tahu ya itu mungkin bukan perusahaan rokok itu. Tapi kalau saya ya tahu benar, karena saya mengamati mbak, saya kan suka rokok black. Dan kalau orang ditanya tentang nama ya saya rasa mereka pasti jawabnya nama yang hebat, karena perusahaan besar ya mbak.
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Gold
P: warnanya kan biru, biru yang seperti ini (peneliti menunjukkan logo perusahaan) menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: kalau warna sih saya tidak tahu artinya ya, tapi kalau biru tu terkesan tegas, tapi apa ya semacam tidak seperti hitam begitu
P: maksudnya mas? gimana ya?
J: gimana ya jelasinnya, kalau hitam itu kan lebih keliatan ya sudah begitu,
P: ada unsur kakunya gitu mas?
J: nah, iya, iya, begitu ya, ya, benar kalau biru itu tegas, tapi warnanya kan tidak sepekat hitam, jadi tidak terlalu kaku begitu, berkesan lebih tenang ya..
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Gak tau artinya, djarum kenapa djarum, jarumnya itu jarum apa.
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Logotype-nya mudah dibaca.. (NS menjawab sambil mengangguk-anggukkan kepala)
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?
J: Malboro, PT. Phillips Morris.
P: Kenapa Phillips Morris mas?
J: Gak tau, karena dulu senang konsumsi Malboro, jadi tahu
P: Kalau bedanya Djarum sama PT. Phillip Morris menurut masnya paa?
J: Wah, saya gak tau seluk beluk yang lain kalau PT rokok, jadi gak bisa bandingin
P: Kalau dari logo mas?
J: Kalau logo, ya, apa ya, gak ada bedanya, yang jelas kalau PT. Phillip Morris tulisannya gak terlalu terlihat ya, kalau Djarum kan kelihatan, ada gambarnya juga, jadi cukup lambang nya saja tanpa ada tulisan Djarumnya orang juga sudah tahu kalau itu Djarum
36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?
J: Saya rasa gak perlu ya, warna kan gak bisa di ubah-ubah, lagipula lambang simple, ngeliatnya enak, desain tulisan juga gak berlebih, sudah ciri khas ya itu

Hasil Wawancara

Narasumber : Brian A. A

Waktu : tgl 23 Juli 2010; pk. 16.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda?
J: Rokok
P: Kalau dari perusahaannya mas? perusahaan yang seperti apa?
J: Kalau Djarum ya perusahaan besar, ternama.
2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?
J: Komunitas besar yang disupport oleh Djarum
3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)
J: Karena suka mobil hitam, untuk refreshing, kumpul sama anak-anak yang lain
4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
J: Ya, paling bisa kumpul2 dengan teman-teman, ketemu baru, refreshing supaya tidak jenuh dengan pekerjaan juga.
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
J: Ya, sudah, waktu event kan pasti ketemu dengna yang lain.
6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?
J: 1 periode
7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	x
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	x
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?
J: Ya, karena kan sudah buat, jadi ya ikut saja. lagipula kan memang niatnya untuk sosialisasi, saling menghargai satu sama lain, kan eventnya dibuat bersama, makannya datang saja, menghargai yang lain juga.
9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari Djarum *Black Car Community*?
J: Kalau bangga, ya senang karena BCC kan komunitas yang besar ya, ibaratnya ada di seluruh pelosok Indonesia, gak hanya di Yogya saja, sudah gitu yang menyokong juga perusahaan yang hebat.
10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?
J: Kalau yang sekarang mungkin belum menguasai medan ya
P: Belum mengerti Yogya karena baru ya mas?
J: Ya, jadi masih bingung harus bagaimana, kalau pak Yongki kan penuh kebijakan yang mempermudah BCC, kalau cerita dari teman-teman lho ya, karena saya kan juga belum jadi anggota waktu itu.

11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?
- J: Kalau sekarang, kata teman-teman sih lebih susah dari yang dulu, tapi sejauh ini tidak ada masalah sih, lancar-lancar saja. Biasa kalau seperti saya, dan teman-teman lain yang anggota, kami kan menerima info dari koordinator lewat sms biasanya
- P: Berarti hanya dari pak Agus ya mas?
- J: Nah, itu sebenarnya jeleknya, jadi cuma dari pak Agus saja, sedangkan yang lain gak bisa nembusi langsung ke Djarum karena kan sudah diatur begitu, jadi agak susah
12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?
- J: Kalau sejauh ini sih belum ada masalah ya sepertinya
- P: Belum ada pengalaman ya mas?
- J: Belum, ya semoga saja tidak ya, nanti kan malah ada masalah ☺
- P: iya sih mas ☺
13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?
- J: Yang paling buat kaget kemarin ABT
- P: Yang di JEC kemarin itu mas?
- J: Ya, nah itu kaget karena ada beberapa perubahan mendadak, jadi sepertinya kurang koordinasi.
- P: Ooh, tapi untuk event-event seperti jamnas menurut mas perlu atau tidak atau lebih baik diganti dengan event lain?
- J: Kalau perlu atau tidaknya, mungkin bukan perlu atau tidak ya, tapi asyik karena kalau jambore kan ada kesempatan untuk bertemu BCC yang lain.
14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?
- J: Fasilitas ok. Djarum memperhatikan benar kalau fasilitas
- P: Untuk hotel, uang bensin atau uang branding mungkin mas?
- J: Kalau uang branding gak seberapa ya, tapi karena gak mikir itu juga ya jadi sudah untung lah seneng-seneng gratis, jadi gak masalah. kalau hotel, enak, pasti bintang, lalu uang bensin biasanya juga sisa karena setengahnya merangkap uang saku.
15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?
- J: Kalau fasilitas dan pelayanan saya kira sudah cukup ya, paling akses ya yang perlu dipikiran lagi
- P: Lalu informasi yang hanya dari pak Agus sebagai satu-satunya sumber ya mas?
- J: Ya, itu juga.
16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum?
- J: Gak tahu
- P: Yang bakti Djarum itu mas? yang bakti lingkungan-penghijauan, lalu olah raga, beasiswa anak berprestasi
- J: Oh... wah, gak tahu tapi saya mbak.
17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?
- J: Ya saya rasa selama itu baik ya justru bagus kalau dilakukan terus
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
- J: Kalau menurut saya itu strategi untuk promo.
- P: Jadi memang tujuannya lebih kearah profit ya mas

- J: Ya, mereka (yang dimaksud NS adalah PT. Djarum) gak akan membuang-buang uang sebanyak itu hanya untuk sesuatu yang gak berarti kan. yah, kalau menurut saya itu memang dilakukan untuk promosi ya. apa sih yang gak dilakukan untuk promosi.
19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
- J: Ya, biasa melalui sms
- P: Kalau seperti website pernah buka gak mas?
- J: Kalau web gak pernah buka
- P: Mas ikut jadi friendlist di facebooknya BCC?
- J: Oh, facebook komunitas to?
- P: Ya... itu maksudnya hehe ☺
- J: Ya, kalau ikutnya ikut...
- P: Tapiii...
- J: Yaahh... gak terlalu sering berkunjung ke sana juga. paling sekali2 aja. tapi memang kalau seperti di webnya ABT itu menurut saya ini ya jadi gak ada media yang memungkinkan kita untuk ngobrol2 langsung semacam chatting melalui web atau yah paling facebook, wall2an gitu.
- P: Sering ngobrol dengan yang lain melalui facebook gak mas?
- J: Gak... cuma kadang buka aja liat ada kabar apa, taui itu juga jarang.
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan?
- J: (sudah terjawab di no. 19) melalui sms bila informasi tersebut merupakan informasi yang berkaitan dengan event yang akan diadakan
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
- J: Wah, karena saya tidak pernah buka websitenya jadi saya tidak tahu mbak mengenai isinya. Kalau sms jelas ya, tapi mungkin dari pada media lebih efektif ketika kopdar, ketemu langsung, jadi bisa ngobrol langsung tentang event apa yang mau dibuat BCC atau ada berita apa saling share satu sama lain.
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
- J: Untuk sms, ya, karena kan yah pesan singkat ya, yah.. sms kan mbak..
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
- J: Kalau informasi saya tidak berharap apa-apa ya, karena sebenarnya saya ikut BCC kan untuk nambah teman saja sekaligus untuk refreshing
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
- J: Gak ada ya, tapi kalau informasi mungkin bagus juga kalau kita diberitahu mengenai product knowledge ya. Karena kan kita juga ikut promosi Djarum Black. Tapi gimana ya, gak begitu perlu juga sih karena kita bukan sales yang jual produk secara langsung. yah, yang penting bisa nambah relasi, jadi tambah pengetahuan juga
- P: Kalau tentang perusahaan biasanya bicara tentang apa mas?
- J: Ya, karena ini masih kaget dengan pimpinan baru ya mungkin, masih ada yang tidak setuju dengan peraturan, masih pro dan kontra, jadi yang dibicarakan ya masih bandingin antara pemimpin lama dan baru, kebijakannya, macem-macam mbak.
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
- J: Gak pernah

26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
J: Gak pernah
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Tidak pernah
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Djarum apa? black?
P: Bukan mas, logo perusahaannya
J: Oh, ya, kenapa?
P: Bisa tolong dideskripsikan mas, gambarnya seperti apa gitu?
J: Yang ada gambar jarum di tengah lingkaran itu
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Tidak
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Maksudnya gimana?
P: Jadi, misalnya masnya lihat kucing, oh lucu atau jelek, terlihat galak, atau gimana, lalu termasuk, masnya pikir gambar jarumnya itu jarum apa?
J: Apa ya, wah saya gak tahu mbak, kalau saya pikir sih mirip semacam ujung pena, tapi persisnya gak tahu apa
31. Kalau mengenai nama perusahaan “Djarum” apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Kalau nama perusahaan cukup jelas bahwa yang dimaksud adalah jarum
P: Tapi tidak jelas yang dimaksud jarum apa ya mas?
J: Ya, kalau maksudnya jarum apa dan latarbelakang namanya tidak jelas
P: Tapi kalau mas mendengar nama perusahaan djarum, apa yang mas pikirkan?
J: Apa ya? perusahaan benang ya mungkin, soalnya tidak ada gambaran, an tidak ada juga misalnya jarum berkaitan dengan arti tertentu gitu kan tidak tahu juga, yang tahu ya yang buat simbolnya
P: Ya juga ya mas, berarti yang tahu pasti ya yang buat simbol dan kalau untuk jarum memang tidak menggambarkan suatu simbol yang bermakna apa gitu bagi mas?
J: Gak, yang terbayang ya jarum.. jarum jahit, peniti, pentul, jarum bentuk jarum.
P: Memang tidak terbersit makna konotasinya ya...
J: Ya.
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Kalau di mobil sih warnanya biru
P: nah, warnanya kan biru pak, biru seperti ini (peneliti memperlihatkan logo PT. Djarum), menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: hmmm... laut. ya birunya djarum ya kayak gitu, lain dari laut, langit juga terlalu muda. ya khasnya djarum
P: kesannya mas?
J: hmmm... apa tya, gak ada kesan gimana-gimana sih mbak, paling ya cuma itu birunya djarum.
33. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Ya, mudah dibaca, tulisan Djarum nya kan?
P: Ya mas.
34. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut? nama perusahaan “djarum”, logo, *logotype*?
J: Kalau logo standard ya, ciri khasnya Djarum ya seperti itu, sangat informatif kalau itu Djarum, mudah dibaca, mudah diingat (NS sekaligus menjawab no.34)
P: Mudah dibaca, kalau menurut mas, apa bisa diperkirakan artinya?
J: Wah, gak. susah, itu maksudnya jarum apa kan tidak jelas, yang pasti ya jarum

35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?

J: Apa contohnya? yang jelas kalau Djarum, orang langsung tahu kalau itu Djarum karena gambarnya juga gambar jarum, kalau yang lain mungkin tidak segamblang itu.

36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?

J: Saya rasa tidak perlu ya mbak, itu kan ciri khasnya Djarum, kalau diubah nanti hilang dan masyarakat malah gak tahu kalau itu Djarum.



Hasil Wawancara

Narasumber : Kemala/Deden

Waktu : tgl 26 Juli 2010; pk. 15.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?
J: Perusahaan ternama, program-program badminton, adventure-super, event-event, black-entertain, beasiswa, lingkungan, pembibitan pohon aneh-aneh.
P: Hah? pohon aneh-aneh pak?
J: Ya, jadi di penghijauan ada pohon-pohon, lha yang beberapa itu aneh, jarang ada, atau bahkan gak ada. tapi saya sendiri juga heran, apa coba hubungannya rokok sama bibit, kenapa tidak nanem mbako saja? ☺
P: Hahahahaha... ya ya pak ☺
J: Yah, tapi itu kan salah satu kemauan mereka untuk semacam pembibitan juga..Wah, Djarum itu uangnya gak ada nomor serinya mbak. Itu pimpinannya selangkah 1M selangkah 1 M..
P: Hahaha kok bisa begitu pak? ☺
J: Lho iya, Djarum kan kaya sekali.. ☺ itu Gornya yang buat latihan itu ada 12 lapangan lho, paling besar sedunia itu.
P: Hah??? masa pak? ☺
J: Lha iya ☺
2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?
J: Eksklusif, tidak semua orang bisa masuk, perjalanannya sulit untuk masuk BCC
3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)
J: Awalnya mnemang karena menyukai otomotif, jadi sebelum BCC terbenyuk ikut Black on the City yang diselenggarakan oleh Djarum Black juga, baru kemudian ikut membentuk BCC
4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
J: Bisa dapat teman saja, lalu stiker Djarum Black tertempel di mobil
P: Lho memangnya mengapa pak?
J: Tulisan Black itu bisa memperindah tampilan mobil. Kalau tulisannya “rindang” dikasih 20 juta setahun juga gak mau ☺
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
J: Sudah, kan setiap kopdar dan event lain juga bertemu dengan yang lain.
6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?
J: Sejak tahun 2008, berarti dua tahun ini
7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	v
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	v
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?
J: Ya.

- P: Mengapa pak?
J: Ya karena kan sudah ada kontraknya, jadi harus ikut, lalu untuk kumpul2 juga.
9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari Djarum *Black Car Community*?
J: Oh ya, bangga ☺ ada prestige tersendiri, orang lain merasa masuk BCC susah, sudah begitu makannya Ok, istilahnya jatah makannya sama dengan karyawan, kalau karyawan 30 ribu, ya kami juga ditarget 30 ribu, sudah begitu faasilitasnya juga Ok.
10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?
J: Ya
P: Mengapa pak?
J: Jadi, dari cara bicaranya profesional, kemudian bila ada masalah di lapangan cepat mengambil keputusan, secara individu friendly, baik, fleksibel di lapangan dan IQ cukup baik, nah ini saran aja ya..
P: Oh ya pak..
J: Jadi mobilnya Djarum kan silver, lha mbok yang khusus mendampingi Black mobilnya di cat hitam supaya kalau pas konvoi gak kelihatan belang
P: Oh iya ya pak, kalau pas konvoi jadi silver sendiri ☺
J: Lha iya... hitam, hitam tiba-tiba ada satu silver situ kan lucu juga ☺
11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?
J: Kalau itu iya, cuma sekarang agak berbeda ya karena pemimpinnya kan ganti, jadi ganti peraturan juga.
P: Oh ya? berbedanya bagaimana pak? yang dulu bagaimana? yang sekarang bagaimana?
J: Jadi, kalau ada masalah apa-apa bisa dirembug, dari BCC juga punya hak untuk bersuara dan hak untuk mengambil keputusan karena juga anggaran dasar rumah tangganya dibuat bersama Djarum, dan jika mau ambil keputusan bisa dimusyawarahkan dulu, kalau sekarang gak bisa (NS sekaligus menjawab no.12)
P: Jadi sekarang kurang terbuka bila dibanding dulu ya?
J: Ya
12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?
J: Bisa, tetap ditolong, hanya beda dengan dulu
P: Aksesnya lebih kecil ya pak?
J: Ya, jadi sekarang lebih sering diselesaikan sendiri, tapi kalau memang ada kepentingan bisa janji langsung dengan yang bersangkutan.
13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?
J: Kalau event kan kebanyakan kita yang buat ya
P: Oh ya, yang dari Djarum hanya Jamnas dan ABT ya pak?
J: Ya, ABT saja kan tidak khusus untuk BCC karena itu memang merupakan event tahunannya Djarum Black
P: Kalau seperti jamnas itu bagaimana pak?
J: Oh, kalau jamnas tahun lalu yang paling berkesan karena Yogya – Surabaya ditempuh dalam 18 jam pulangnya
P: Waaaah... kalau untuk yang ke Kudus kemarin itu gimana pak?
J: Oh, bagus itu, jadi BCC Yogya itu yang pertama ke Djarum
P: Oh ya? lho kok dulu bisa ke Djarum pak?
J: Oh, kalau itu karena memang anak-anak pengen kesana, ingin lihat pembuatannya Djartum Black. Wah, kemarin itu sempat jalan-jalan juga mbak, jadi Djarum kan punya tempat pengolahan limbah,

jadi limbah cengkeh itu nanti jadi pupuk, terus ada tempat lingkungan hidup/pembibitan, disana bisa minta bibit, nanti dikasih. Untuk kretek 12 harinya harus mencapai 40 ribu batang. Jadi, 10% dari masyarakat Kudus, masyarakat Kudus itu kira-kira 70 ribu, itu adalah pegawai Djarum, jadi kalau mbaknya bertemu dengan 10 orang Kudus, 1 diantaranya pasti pegawai Djarum.

P: Hahaha 😊 kok pak Deden malah jadi seperti juru bicaranya Djarum ya... 😊

J: Hahaha tapi memang kalau BCC biasa saya yang jadi jubirnya 😊

P: Oh ya pak? waaah... 😊

14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?

J: Kalau untuk fasilitas gak ada ya saya rasa sudah cukup.

P: Kalau seperti pendanaan gitu mungkin pak?

J: Kalau soal dana ya selama ini sih cukup ya, kalau uang branding memang sedikit, gak sepadan sama uang ban mobil saya, tapi karena hobi.

P: Ya ya pak, kalau sudah hobi tuh sudah tidak mikir masalah uang lagi

J: Ya, bukan masalah uang ya, dolan, dibayari orang, mana ada komunitas yang seperti ini, kalau bicara untung ya banyak ruginya. Tapi ya karena orientasinya bukan profit jadi ya tidak masalah. Minimal ketika Djarum kasih uang, ya kami merasa sangat terbantu, paling tidak sudah dapat bantuan. Cukup, kalau diberi nilai, ya.. B. tapi jangan melihat profit, kalau melihat profit jelas tidak puas.

15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?

J: Tidak ada. sejauh ini baik.

16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum?

J: Tidak

P: Yang bakti Djarum itu pak

J: Oh, iya2, yang penghijauan, olah raga terus beasiswa itu ya?

P: Dari mana anda mengetahui hal tersebut?

J: Yang waktu berkunjung ke pabriknya itu.

17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?

J: Apa ya, gak ada, sudah cukup lah.

18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?

J: Ya, Djarum itu satu-satunya perusahaan yang memperhatikan segala aspek. Perusahaan yang punya perhatian di bidang yang dikerjakan. Kapannya itu Djarum bekerjasama dengan Departemen lingkungan hidup melakukan penghijauan dari Bantaran Bengawan Solo Jatim seluas kuranglebih 40.000 hektar.

P: Jadi Djarum memang peduli ya pak?

J: Oh, ya, Djarum yang paling komplit mendidik, membina, menciptakan juara-juara dunia. Lalu dia (maksud NS Djarum) juga memperhatikan pendidikan untuk membantu perekonomian saat ini, pinter tapi gak punya modal.

19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?

J: Kalau yang tentang Djarum dapatnya ya waktu ke pabrik itu

P: Kalau webnya Djarum pernah buka pak?

J: Kalau webnya Djarum belum, tapi kalau ABT yang BCC itu sudah.

P: Informasinya bagaimana pak?

J: Kalau info ada tentang night slalom, ABT juga, merchandise kalau mau beli online bisa.

P: Update gak pak?

J: Informasi cukup update (NS mengganguk-angukkan kepalanya)

- P: Kalau selain website pak, biasanya dapat info event, atau tentang yang lain dari mana?
J: Biasa sih sms dari pak Agus ya, kan pak Agus koordinatonya
P: Lebih sering pakai sms sama telepon ya pak? kalau email?
J: Kalau telepon jarang sekali kalau tidak sangat mendesak, paling sms, email gak pernah ya, soalnya kan lebih praktis sms, kalau email kan gak setiap hari juga seperti saya, atau anak-anak buka email. Biasa memang pakai sms ya, web juga jarang buka karena ya tidak ada waktu juga, agak susah kalau web.
P: Untuk facebook pak?
J: Kalau facebook, ya ikut punya tapi jarang buka juga, karena kan banyak pekerjaan juga
P: Oh, memang kalau praktisnya sms ya pak, bisa cepat tahu dan cepat memberi kabar juga kalau ada halangan dan semacamnya
J: Ya.
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan? (sudah terjawab di no. 19)
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Ya. (terbukti dengan kemampuan NS menceritakan tentang Djarum)
P: Tapi informasi yang sepertinya sangat dapat diterima mengenai Djarum waktu ke pabrik itu ya pak?
J: Kalau tentang Djarum iya, lagipula ya cuma sekali itu.
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
J: Ya, kalau sms simple, pasti terbaca, jadi lebih enak
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
J: Apa ya. saya rasa sudah cukup, ada event, ada iklan djarum juga, sudah cukup
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
J: Dapat teman, kalau dari yang waktu ke pabrik itu penasaran mau tahu pembuatannya Djarum Black dan pabrik Djarum seperti apa.
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
J: Tidak
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
J: ya, waktu ke pabrik itu, sempat diberitahu juga soal pendiri, dan macam2
P: Selain waktu itu pak
J: Tidak ada, ya waktu ke pabrik itu saja
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Tidak pernah
P: Selain waktu ke Kudus itu gak pernah lagi ya pak
J: Ya.
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Ya, yang gambar jarum itu kan?
P: Ya
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Tidak, setahu saya pernah dikasih tahu kalau logonya itu beli, perijinannya juga, sepertinya kok tidak ada artinya.

30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Maksudnya?
P: Apa yang bapak pikirkan, misalnya, bapak mengira itu jarum apa
J: Oh... itu jarum pena untuk piringan hitam kan?
P: Wah. ya pak benar sekali, kok bapak tahu?
J: Waktu ke Kudus kan sempat diberi tahu
P: Tapi dari awal bapak memang tahu itu piringan hitam atau, awalnya bapak berpikir itu apa?
J: Saya dulu pikir piringan hitam atau ujung bolpen, tapi lebih ke ujung bolpen sih...
31. Kalau mengenai nama perusahaan "Djarum" apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Kalau nama saya sendiri juga sebenarnya bingung mengapa kok namanya djarum. sama seperti kok perusahaan rokok nanemnya bibit yang aneh2, bukan nanem mbako saja.
P: Jadi namanya kurang sesuai dengan rokok gitu ya pak?
J: Ya... begitu ya, namanya tidak berbau rokok atau juga tidak begitu jelas mengapa kok djarum
P: Latarbelakangnya ya pak kok bisa pakai djarum? istilahnya kalau jual kopi, nama perusahaannya luwak, kan orang langsung tahu oh, maksudnya supaya orang berpikir kopinya enak, atau nama luwak, berkaitan dengan kopi, orang langsung bisa mengetahui maksud dari nama itu
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Apa ya.. biru?
P: Ya pak. nah, birunya kan seperti ini pak (peneliti menunjukkan logo Djarum) menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: kalau warna bagus ya, kalem, jadi tidak mencolok.
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Kalau arti gak tahu saya.
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Ya. tulisannya Indonesia banget
P: Kok bisa pak?
J: Kan tulisannya ejaan lama
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?
J: Apa? sampoerna?
P: Mengapa sampoerna pak?
J: Apa ya... karena saya kebetulan kan juga merokok Dji Sam Su jadi langsung ingat saja, karena kalau rokok kan masalah selera ya, jadi kan gak bisa dipaksakan juga
P: Kalau soal logo pak?
J: Warnanya bagus, kalem bila dibandingkan dengan yang dilakukan sesuai dengan warnanya, tidak terlalu mencolok tapi mencolok sekali.
P: Hah? maksudnya pak?
J: Yah... kan Djarum melakukan ini itu juga tidak terus gembar-gembor heboh begitu tapi sebenarnya itu mencolok sekali. Yang jelas kalau dibandingkan dengan yang lain Djarum warnanya kalem, tapi yang dilakukan luar biasa, yang lain ada yang warnanya mencolok tapi yang dilakukan biasa saja. Kalau Sampoerna sebelum dibeli Phillips Morris, sama, masih Indonesia, tapi setelah dibeli rasanya kok seperti bukan produk Indonesia lagi, rasanya bukan Indonesia lagi (NS tampak seperti menyayangkan hal ini)
P: Harusnya tetap bertahan ya pak?
J: Ya gak tau ya itu, jadi bukan produk dalam negeri lagi, sayang kan sekarang milik asing. Padahal kan perusahaan rokok terbesar itu Djarum, Sampoerna, lalu Gudang Garam.
36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?
J: Gak, saya rasa itu sudah baik, Djarum ya seperti itu.

Hasil Wawancara

Narasumber : Budi Nurhandoyo

Waktu : tgl 27 Juli 2010; pk. 10.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ Pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?
J: Rokok gratis ☺ go publik, terpercaya, bukan perusahaan yang ecek-ecek, banyak mensupport bulutangkis
P: Go publik itu maksudnya gimana pak?
J: Jadi sudah internasional
P: Ooh ☺
2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?
J: Keren, menengah ke atas.
3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)
J: Untuk cari teman, perkumpulan yang menguntungkan karena mendapat fasilitas dari Djarum
4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
J: Saya kan bekerja jadi advokat mbak, jadi ya sekalian untuk lahan, cari teman
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
J: Oh, sudah, BCC sendiri kan anggotanya sekarang ada 20 orang
6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?
J: Ini baru jalan satu periode. kalau dulu 1 periode kan satu tahun, kalau sekarang jadi 1 semester, dari Mei kemarin sampai November nanti.
P: Berarti tahun lalu tidak ikut berkunjung ke pabrik ya pak?
J: Pabrik di Kudus, belum, saya belum ikut BCC
7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	x
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	x
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?
J: Ya, karena kan ada event ya ikut aja. Bisa kumpul dengan yang lain, ngobrol-ngobrol
9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari Djarum *Black Car Community*?
J: Senang ya, karena kan bisa tambah teman, syukur-syukur kalau ada yang butuh pengacara kontak saya hahaha ☺
10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?
J: Kalau sekarang kurang karena sepertinya tidak begitu tahu mengenai otomotif, lebih ke pendidikan
P: Kalau yang dulu gimana pak? bapak sempat “njamani” kepemimpinan yang dulu?

- J: Gak sih, tapi yang dulu kalau ceritanya anak-anak termasuk sering dateng ke kopdar, kalau sekarang tidak pernah, selama saya jadi anggota ya, belum pernah, hanya waktu pelantikan itu sepertinya. Kalau yang sekarang sepertinya lebih concern ke pendidikan
- P: Oh, untuk anak-anak beasiswa ya pak?
- J: Ya, sepertinya juga tidak begitu mengerti tentang otomotif.
- P: Lebih baik kalau yang mengurus BCC orang yang cukup tahu tentang otomotif ya pak?
- J: Ya, karena kan komunitas mobil ya.
11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?
- J: Ya, katanya sih sekarang lebih susah dibanding dulu, tapi ya memang kalau sekarang gak bisa sembarang orang buat janji, lalu ketemu untuk ngobrol. Tapi ya bagus jugalah, supaya tidak wadul-wadulan
12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?
- J: Selama ini belum ada komplain ya, jarang bertemu dengan orang Djarum.
- P: Secara langsung belum pernah ya pak?
- J: Belum ya, tahunya ya kata anak-anak yang dulu lebih enak.
- P: Sepertinya memang pada lebih pro yang dulu ya pak?
- J: Ya memang, ya susah ya, baru juga jadi masih kaget mungkin.
13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?
- J: Kalau event sih ya yang paling seru sepertinya Jambore ya, karena bisa bertemu dengan yang lain, katanya semua kumpul, termasuk bisa bertemu dengan komunitas motor Black juga.
- P: Kalau yang lain masalahnya yang buat BCC ya pak?
- J: Ya, nanti tetap minta persetujuan dari perusahaan, tapi kita yang buat.
14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?
- J: Kalau tempat event kan selama ini kita yang buat event jadi tempat kesepakatan dan yang nyaman untuk semua.
15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?
- J: Sejauh ini sih cukup ya.
- P: Untuk pendanaan mungkin pak? atau hotel saat keluar kota?
- J: Sudah baik ya, gak ada masalah, hotel kan kita juga disediakan yang bintang, lalu kalau ke luar kota juga bisa mengajak keluarga, jadi jalan-jalan sekalian haha 😊
16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum?
- J: Wah, tidak tahu saya, ya saya tahunya Djarum ya yang untuk badminton itu.
- P: Dari mana anda mengetahui hal tersebut?
- J: Dari iklan ya, kalau ada sponsor badminton atau penyelenggaranya kan sering Djarum
- P: Jadi kalau Djarum kan punya 3 bakti pak, sampai saat ini ada Bakti olah raga yang badminton itu, bakti pendidikan untuk anak-anak berprestasi, dan bakti lingkungan seperti penghijauan.
17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?
- J: Kalau menurut saya ya karena itu merupakan niat baik ya, kalau dipikir penghijauan juga bisa mengurangi polusi.
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
- J: Ya, saya rasa iya ya, walaupun mungkin tetap gak bisa lepas dari profit juga
- P: Hmmm, jadi sekecil apapun namanya perusahaan profit pasti ada unsur ke sananya ya pak?
- J: Ya. memperkenalkan Darum secara sosial, tapi juga merupakan bagian dari promosi

19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Karena saya tidak pernah buka webnya ya, ya cuma 1 kali ya. ya, mudah di akses sih sebenarnya, tapi web BCC ya. kalau Djarum tidak tahu.
P: Menurut bapak bagaimana dengan informasinya pak?
J: Kalau informasi sih lumayan ya, kemarin yang sempat lihat tentang event di daerah lain. tapi untuk yang lainnya tidak begitu tahu juga
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan?
J: Biasanya kalau mau ada event saja melalui sms, jadi nanti dari pak Agus, kan pak Agus koordinatornya, jadi kalau bertemu dengan orang perusahaan ya paling hanya pak Agus saja dengan satu atau dua orang lagi baru nanti kita kumpul pas kopdar untuk share hasil kebijakan atau lewat sms biasanya
P: Tapi berarti yang dibicarakan ya seputar BCC saja ya pak, jarang bicara mengenai perusahaan?
J: Ya, kalau soal perusahaan mungkin pak Agus lebih tahu ya.
P: Apakah anda bergabung dalam facebook Djarum Black Community?
J: Oh, ya, tapi jarang buka juga, karena ya banyak pekerjaan yang harus dilakukan ya..
P: Jadi jarang buka ya pak, biasa kalau interaksi dengan anggota BCC lain lewat sms dan bertemu langsung ya pak?
J: Ya. lagipula juga kan ada kopdar 2 minggu sekali
P: Kalau untuk BCC yang di lain daerah pak?
J: Oh, ya kontak tapi beberapa saja. mungkin jamnas besok bisa bertemu langsung
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Kalau webnya sepertinya lengkap ya harusnya infonya, tentang event-event juga, tapi saya gak ada waktu untuk buka mbak, banyak yang harus diurus, saya gak terlalu suka juga ya melalui internet karena kan bukanya repot juga. Lebih enak lewat sms, bisa dibuka sewaktu-waktu gak perlu repot.
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
J: Kalau melalui cerita-cerita dari teman-teman BCC yang lain lalu sms bisa ya. kalau bertemu dengan mereka kan terus ceritanya bergulir, jadi sambung-menyambung begitu jadi ramai.
P: Cerita tentang apa pak biasanya?
J: Wah, macem-macem, kadang cerita tentang event jambore, atau tentang ya ada yang pro dan kontra tentang gaya pimpinan yang lama sama sekarang.
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
J: Kalau masalah informasi, saya tidak terlalu berharap apa-apa ya, yang penting bisa kenal banyak orang, kumpul-kumpul, jadi ya tidak terlalu berharap ada apa saja, ya paling event BCC saja.
P: Karena juga lebih ke komunitasnya ya pak, pokoknya asal ada informasi mengenai event yang akan diadakan BCC sudah cukup ya pak?
J: Ya. yang penting kan itu, jadi kalau ada event apa saya dikabari.
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
J: Kalau dari saya sih gak terlalu penting ya
25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
J: Tidak.
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?

- J: Tidak pernah
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Tidak ya, mungkin kalau pak Agus tahu
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Ya, yang ada gambar jarumnya kan?
P: Ya pak ☺
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Kalau arti gak tahu ya, ya tahunya cuma gambarnya saja.
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Apa ya? maksudnya terlintas gimana? saya pikir apa gitu?
P: Ya pak
J: Kalau saya pikir itu pen pada walnya
P: Pen tinta jaman dulu itu pak?
J: Ya, yang kalau mau nulis harus dicelup ke tinta dulu itu.
31. Kalau mengenai nama perusahaan “Djarum” apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Djarum.... itu gambar jarum bener kan tadi?
P: Ya pak.
J: Nah, djarum itu sesuai antara nama dengan gambarnya
P: Kalau menurut bapak, namanya terdengar kurang keren, atau tidak mencerminkan perusahaan besar atau bagaimana pak?
J: Kalau djarum simple, tegas, dan namanya mudah diingat masyarakat.
P: Kalau untuk artinya, atau perkiraan artinya..
J: Kalau untuk arti...saya tidak tahu. kalau arti ya yang terbayang bentuk jarum aslinya, bendanya. Jadi kalau seperti saya kan saya advokat ya, bentuk timbangan kan berarti adil, kalau bentuk jarum saya tidak tahu artinya apa.
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Merah
P: Hmmm... pasti orang banyak mengira merah, atau coklat ya pak.
J: Ya... karena mungkin yang sudah lama ya djarum coklat gitu jadi orang tahunya itu hahaha ☺
P: Hehehe ☺ nah, warnanya kan biru pak, biru seperti ini (peneliti memperlihatkan logo PT. Djarum), menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: Kayak kalau timbangan itu adil gitu ya? Kalau biru menurut saya berkaitan dengan ketenangan, stabil, kalau mau dibasakan kalau orang itu ya tenang, gitu ya.
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Kalau logo, logo Djarum lebih simple, mudah dimengerti kalau itu gambar jarum, hanya saja tidak tahu artinya apa. Kalau yang lain, Sampoerna misalnya, kan logonya ada gambarnya apa gitu, tidak menggambarkan sempurna, ya tulisannya saja Sampoerna. Kalau Djarum kan gambarnya juga mencerminkan jarum. (NS sekaligus menjawab pertanyaan no. 35)
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Tulisan mudah dibaca
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama? (sudah terjawab pada no. 33).
36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?
J: Wah, malah jangan berubah, kalau menyesuaikan dengan mode nanti malah berubah
P: Apakah pak?
J: Ya masyarakat bisa berubah pikiran, atau malah gak tahu kalau itu Djarum, biar begitu saja, lebih baik mempertahankan saja sebagai ciri khas, jangan sampai hilang.

Hasil Wawancara

Narasumber : Alpen Destry W

Waktu : tgl 2 Agustus 2010; pk. 17.00 WIB

Keterangan :

J (Jawaban) : feedback dari narasumber atas pertanyaan/ Pernyataan dari peneliti

P (Pertanyaan) : feedback dari peneliti atas jawaban/ pernyataan dari narasumber

1. Ketika mendengar nama Djarum, apa yang ada dibenak anda? Mengapa?
J: Rokok, Black, hebat, pabrik besar, banyak, uang Djarum gak sedikit.
2. Ketika mendengar nama Djarum Black, apa yang ada di benak anda? mengapa?
J: Mobil, motor, pokoknya komunitas, event, kounitas besar satu-satunya dengan disokong perusahaan yang besar, punya nama.
3. Motivasi menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)
J: Karena pecinta mobil hitam walnya
P: Oh, jadi memang suka mobil ya mas?
J: Ya. saya memang suka otomotif, dulu sebelum masuk BCC juga sempat jadi ketua Avanza Senia Indonesia Club Yogya. Yah. enak lah mbak, senang-senang, dibiayai, bonafit, eksklusif, sangat-sangat wah lah.
4. Apa yang anda harapkan ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC?
J: Kenal banyak orang, cari banyak teman hahaha ☺
5. Sudahkah harapan anda terpenuhi?
J: Oh, sudah, saya cukup terkelna di BCC di Indonesia karena selalu ikut eventnya hehehe ☺
6. Sudah berapa lama anda menjadi anggota *Black Car Community* (BCC)?
J: Sudah 2 tahun ini
7. *Event* apa saja yang telah anda ikuti selama menjadi anggota BCC?

Jenis <i>Event</i>	Ikut Serta
Kopi Darat	v
Jambore Nasional	v
Touring	v
Touring → <i>Factory Tour</i>	v
<i>Auto Black Through</i>	v

8. Apakah anda selalu mengikuti setiap *event* yang diselenggarakan?
J: Ya.
P: Mengapa mas?
J: Ya biar terkenal itu tadi ahahaha ☺
P: Hahaha ☺
J: Ya, biar punya banyak teman saja, kan seru juga, apalagi kalau saya ke Surabaya, nanti mampir ke kounitas BCC di Surabaya, ke Bogor juga, hahaha ☺ nanti di sana di jamu, nanti gentian kalau mereka main ke sini jalan-jalan hahaha ☺
P: Waduh, asyiknya, hitung-hitung GPS ya mas ☺
J: Iya, bener banget, mereka baik lho, pokoknya kenal gak kenal kalau sudah sama-sama BCC tuh punya rasa kebersamaan ☺
9. Apakah anda merasa bangga menjadi bagian dari Djarum *Black Car Community*?
J: Lebih ke senang ya, karena kan bisa kumpu sama teman-teman, dibayari lagi.

- P: Oh, begitu lebih ke senang ya mas.
10. Menurut anda apakah karyawan di PT. Djarum memiliki kualitas yang baik/berkompeten dibidangnya?
- J: Kalau yang dulu karyawan berkompeten
- P: Kalau yang sekarang?
- J: Kalau yang sekarang kurang ya. Dulu ada undangan rapat, kumpul di Djarum
- P: Ini ya mas, mungkin untuk pengambilan keputusan dan aksesnya dinilai baik yang dulu ya?
- J: Ya.
11. Bagaimanakah *accessibility* yang diberikan oleh pihak administrasi (karyawan) terhadap informasi yang dibutuhkan oleh BCC? apakah BCC diberi kemudahan untuk mengakses informasi, melakukan konsultasi, diskusi event, dll?
- J: Kalau dulu enak, dengan pihak Djarum sangat dekat, kami merasa diperhatikan, dari tukang sampah, satpam, sampai atasan kenal dengan baik. Tapi kalau sekarang terkesan komunikasi terikat, jadi cuma satu arah saja. Yah, ada plus minusnya sih.
- P: Plus minusnya apa mas?
- J: Ya kalau plusnya sih gak ribet rapat2 yang harus ke Djarum, tapi kalau minusnya tidak leluasa untuk musyawarah. kalau dulu kan 2 bulan sekali ada rapat, misalnya saja musyawarah mengenai uang event, lalu kalau dulu ada pengarahan dari pak Yongki, ada opsi solusi, tapi dibimbing, opsi ini nanti bagaimana, kalau sekarang ya dikasih opsi tapi suruh milih sendiri, ya, kalau dulu lebih perhatian saja lah dengan BCC
- P: Pokoknya enak yang dulu ya mas
- J: Ya, dan dulu ka nada ketua, wakil ketua, lalu langsung berubah situ saja
- P: Lho apa gak dibilangi mas kalau mau ada perubahan?
- J: Gak, apa ya ya tiba-tiba saja pokoknya gak ada ketua, padahal waktu itu kan saya baru jalan setengah periode ya
- P: Oh, dulu Masnya ya yang waktu itu jadi ketua?
- J: Iya, dan itu pemilihan terbuka lho, tiba-tiba langsung ganti begitu saja. Padahal dulu juga ada istilahnya semacam upacara penyambutan ketua, lalu bagaimana situ kok tiba2 selesai begitu saja.
- P: Jadi istilahnya kalau dulu ada pengangkatan kok gak ada semacam upacara serah terima jabatan baru ya mas, dan mungkin sosialisasinya kurang ya, tiba-tiba saja berubah
- J: Ya, begitu lho mbak, kan harusnya gitu ya, maksudnya ya gak tiba2 berubah situ lho.
- P: Hmm... ya... ya...
12. Seperti apa tanggapan pihak Djarum (karyawan) ketika anda meminta tolong atau melakukan *complain* terhadap suatu hal (kurangnya fasilitas, misalnya)?
- J: Kalau sekarang sih lebih banyak kami yang menyelesaikan permasalahan, Djarum gak mau ikut campur lagi.
- P: Tapi sejauh ini pernah yang sampai harus melibatkan pihak Djarum gak mas?
- J: Untuk yang baru ya pernah, tapi itupun gak seperti dulu lagi, kalau yang dulu itu sering ikut kopdar dibanding yang ini.
13. Bagaimanakah tanggapan anda tentang *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Djarum bagi BCC?
- J: Kalau event asyik karena kan bisa buat dapet teman
- P: Terkenal itu tadi ya mas
- J: Ya. hahaha ☺
- P: Kurang apa mas dari event-eventnya
- J: Kalau event sih kan kita yang buat ya, kalau Djarum paling ABT sama Jambore. Jambore yang seru karena bisa ketemu sama banya orang dari daerah lain, yang sesama hobi otomotif.

14. Menurut anda apakah pelayanan fasilitas dan tempat penyelenggaraan *event* selama ini memberikan kenyamanan pada saat anda mengikuti *event* tersebut? Mengapa?
J: Kalau seperti fasilitas sih gak ada masalah, tapi kadang hotel sama, fasilitas bisa beda, tapi itu dari hotelnya sih. Secara keseluruhan kalau fasilitas dari Djarum bagus, sudah cukup.
15. Menurut anda apa yang perlu diperbaiki dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Djarum?
J: Kalau fasilitas sudah ok, ya mungkin lebih baik ada standarnya, jadi di satu daerah dengan di daerah lain sama.
P: Selama ini berbeda ya mas?
J: Ya, yang di sana bisa ada fasilitas cuci mobil gratis, di sini gak ada.
16. Apakah anda mengetahui *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Djarum? Dari mana anda mengetahui hal tersebut?
J: (NS tampak bingung) yang pembibitan itu?
P: Ya mas, selain pembibitan?
J: Badminton.
P: 1 lagi mas.
J: Apa ya? ..
(NS tampaknya tidak tahu)
P: Pendidikan mas
J: Oh... ya... ya... yang beasiswa itu ya.
P: Ya mas, mas tahu dari mana?
J: Kalau pembibitan, badminton kan waktu ke pabrik sempat mampir ke sana, ke Gornya juga
17. Bagaimana tanggapan anda terhadap CSR PT. Djarum? Apa yang menurut anda perlu dilakukan dan apa yang tidak perlu dilakukan oleh PT. Djarum?
J: ...? tidak ada
P: Tidak ada mas? sudah cukup, misalnya pembibitan gak perlu, ganti saja dengan apa gitu..
J: Oh gak lah, justru kan kayak BCC ini kan pengendara mobil, lalu merokok nambah-nambah polusi, jadi ya sudah tepat kalau penghijauan, sebagai bentuk kepeduliannya Djarum.
18. Apakah anda menilai bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum murni adalah niat baik perusahaan untuk mengabdikan dirinya pada lingkungan masyarakat sekitar?
J: Ya, istilahnya dia kan sudah menyumbang polusi lewat asap rokok, jadi ya membantu melakukan penghijauan.
19. Apakah anda dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Ya, kalau informasi dari sms biasanya, kalau mau ada event.
P: Kalau mengenai Djarum hanya waktu ke pabrik ya?
J: Ya.
P: Itu memang inisiatif sendiri atau gimana mas yang ke pabrik?
J: Oh, itu memang keinginan sendiri, karena kan komunitas dibentuk oleh Djarum, masa gak inisiatif ke sana. Lagian ingin lihat cara buat rokok, dan supaya bisa menilai sendiri tentang Djarum. Saya tuh sebenarnya malah pengen buat event besar di Kudus, karena Jamnas kan sudah di kota ini, itu, tapi di tempat lahirnya (yang dimaksud NS adalah kota Kudus) malah belum sempat.
P: Ya dibuat to mas
J: Hahaha ☺ lha sudah terlanjur ganti kan, bukan saya lagi ketuanya hahaha..., ☺ (tampaknya NS kurang senang bila membahas mengenai masalah pergantian ketua karena NS kecewa pada PT. Djarum)
P: Waduh. hahaha ☺ kalau webnya pernah buka mas?
J: Gak pernah
P: Kalau yang web BCC?
J: Pernah. kadang ngecek siapa tahu ada event dari BCC di daerah lain

- P: Mengikuti perkembangan informasi di web gak mas? misal setiap seminggu sekali minimal ngecek?
- J: Oh, kalau gitu gak ya. jarang kok. ya, kadang-kadang saja.
- P: Kalau di web BCC biasanya informasi tentang apa mas?
- J: Ada tentang event, lalu kalau mau beli seperti pernak-pernik yang ada tulisan Djarum Blacknya juga ada.
- P: Kalau facebook, mas Alpen bagian dari friendlisnya?
- J: Ya.
- P: Sering ngobrol dengan yang lain lewat facebook atau lihat info2 dari facebook gak mas?
- J: Ya, sekali-sekali.
- P: Eh..?
- J: Gak sering juga sih mbak, karena kan yang lain juga tidak sering buka ya, paling kalau ngobrol2 atau mengomentari ya di wall orang yang dikenal aj
- P: Oh, jadi ke anggota komunitas yang dikenal saja ya mas?
- J: Ya, langsung ke wall orang yang dikenal, tidak di wall fb BCC, lagipula saya lebih ke telepon atau sms sih biasanya, misalnya saya mau main ke Bandung atau iseng ya saya telp mereka ngobrol aj “hey gimana? aku mau ke sana Bandung lho. ada acara gak?” (NS mencontohkan ercakupannya dg anggota BCC di daerah lain) nah, nanti saya ke sana mereka menjamu
- P: Waaaahhh enaknyaaa ☺
- J: Oh ya, nanti biasanya makan gratis, keliling-keliling. karena saya sempat jadi ketua BCC Yogya juga, jadi mereka banyak kenal saya ☺
- P: Kehidupan terjamin ya mas, kalau nyasar juga tinggal hubungi anggota BCC di daerah itu
- J: Hahaha ☺ tapi memang iya, dulu waktu ada masalah di luar kota dan saya sendirian, saya minta tolong dengan BCC di kota yang paling dekat dengan lokasi saya. ya dating. jadi tertolong hahaha ☺
20. Bagaimana anda memperoleh informasi tersebut? Melalui media apakah informasi tersebut diberikan?
(sudah terjawab di no 19) dari website, sms, event (factory tour))
21. Apakah menurut anda informasi yang diberikan dalam media tersebut cukup membantu anda-memberikan gambaran yang ingin anda peroleh mengenai PT. Djarum, produknya, dan informasi yang berkaitan dengan BCC?
J: Kalau kunjungan ke pabriknya iya, karena bisa lihat langsung. paling itu ya
P: Yang paling efektif, banyak memberi informasi ya mas, karena seperti nya untuk website juga tidak rutin diakses, dan kalau sms paling hanya mengabarkan mengenai event yang akan diselenggarakan ya mas?
J: Ya, memang. karena apa ya, kita kan juga punya kesibukan, jadi agak malas mengurus yang lain, yang penting waktu ada event kan tahu, dirapatkan waktu kopdar juga, jadi jarang buka web. Lagipula ikut komunitas ini kan juga untuk have fun, jadi tidak begitu mengurus itu ya...
- P: Ooohhh... ya ya mas ☺
22. Apakah melalui media tersebut informasi yang diberikan dapat anda terima dengan baik? Mengapa?
J: Ya, kalau untuk eventnya diwebsite kan ditulis secara lengkap
P: Kalau waktu ke pabrik itu mas?
J: Ya, bisa, ada sesi tanyajawabnya juga, jadi kalau kurang jelas bisa tanya.
23. Informasi seperti apa yang anda harapkan terdapat dalam media tersebut? Misalnya informasi mengenai produk, pembuatan produk, lokasi produksi, BCC di daerah lain, event BCC se-Indonesia, dsb?
J: Apa ya? gak pernah terpikir
24. Informasi seperti apa saja yang anda harap akan anda peroleh dari PT. Djarum melalui *event* yang di selenggarakan bagi BCC? Mengapa?
J: Cara membuat rokok, lalu ingin lihat pabriknya

25. Ketika pertama kali masuk menjadi anggota BCC apakah anda diinformasikan mengenai visi dan misi, logo dan makna logo PT. Djarum?
J: Tidak
26. Setelah masuk menjadi anggota BCC, pernahkah anda disosialisasikan mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan dan visi-misi) Djarum lagi?
J: Company profile... (NS tampak mengingat-ingat) ya, waktu kunjungan ke pabrik itu.
27. Biasanya pada waktu apa anda memperoleh informasi mengenai *company profile* (sejarah, logo, semboyan, dan visi-misi) Djarum?
J: Gak pernah, ya waktu ke pabriknya itu saja. terus keliling pabrik. nah, waktu itu bisa kalau mau tanya2.
28. Apakah anda mengetahui logo Djarum?
J: Tahu
P: Yang seperti apa mas?
J: Yang lingkaran terus dalamnya ada jarumnya?
P: Ya.
29. Apakah anda mengetahui makna dari logo tersebut?
J: Gak tahu saya, lingkaran djarum sampai warna ada artinya masing-masing ya pastinya dan sangat tegas untuk arti, tapi saya gak tahu hahaha ☺
30. Apa yang anda pikirkan (terlintas di benak anda) begitu anda melihat logo Djarum?
J: Yang pasti bukan jarum pentol/jarum jahit hahaha ☺ lagian juga gak semua karyawan tahu tentang simbol, hanya orang-orang tertentu yang bertugas yang memang tahu tentang simbol.
31. Kalau mengenai nama perusahaan "Djarum" apa yang anda pikirkan tentang namanya?
J: Namanya sudah cukup baik
P: Menurut mas baik seperti apa? nama itu membuat mas berpikir bagaimana?
J: Ya namanya sudah cukup dikenal oleh masyarakat. mereka sudah tahu bahwa Djarum perusahaan yang besar.
P: Menurut mas apa kekurangan dari nama ini, misalnya kurang keren atau bagaimana?
J: Menurutku gak ya. ya biar saja begitu. tapi memang namanya tidak jelas, maksudnya, yang dimaksud jarum itu apa.
P: Oh begitu ya mas, jadi artinya tidak dapat ditebak ya?
J: Ya
32. Apakah anda mengetahui warna korporat Djarum?
J: Tidak
P: Nah, warnanya kan biru seperti ini mas (peneliti menunjukkan logo Djarum), menurut anda biru ini menggambarkan apa? misalnya merah itu berani, terkesan seram?
J: Gak, gak tahu saya. tapi kalau warna sih paling ya biru begitu gimana yaa hahaha...
33. Bagaimana pendapat anda mengenai simbol-simbol tersebut? Apakah anda dapat memperkirakan arti simbol tersebut?
J: Gak, gak jelas itu jarum apa. gak pernah kepikiran.
34. Apakah menurut anda *logotype* mudah dibaca?
J: Dibaca sih mudah ya, karena kan jelas tulisannya
35. Bagaimana bila logo perusahaan dibandingkan dengan logo perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama?
J: Apa ya... paling sampoerna ya, sampoerna kan sering iklan juga.
36. Apakah menurut anda simbol-simbol tersebut perlu direvisi/diubah menjadi lebih baik?
J: Gak perlu ya, logo dari lahir orang sudah mengingat seperti itu.
P: Nanti kalau diubah orang malah tidak tahu ya mas?
J: Ya, makannya itu kayaknya gak perlu diubah.