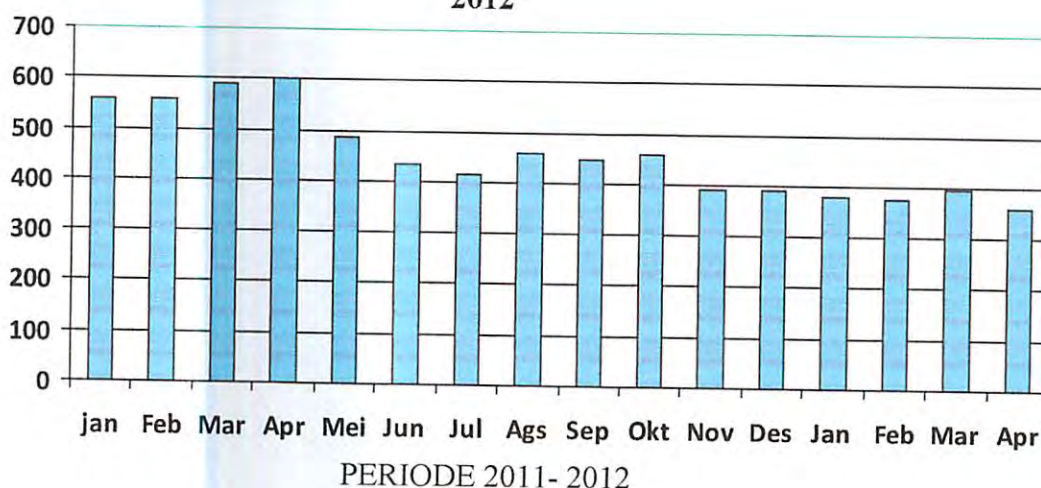


Perkembangan Mini Market yang menjual makanan siap saji atau instan sudah menjamur di pasaran. Bahkan jaringannyapun sampai kedesa-desa. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Sasaran pasar Indomaret adalah konsumen semua kalangan masyarakat. Lokasi gerai yang strategis dimaksudkan untuk memudahkan Indomaret melayani sasaran demografisnya yaitu keluarga. Strategi pemasaran Indomaret diintegrasikan dengan kegiatan promosi. Secara berkala Indomaret menjalankan program promosi dengan berbagai cara, seperti memberikan harga khusus, undian berhadiah maupun hadiah langsung. Sistem distribusi dirancang seefisien mungkin dengan jaringan pemasok yang handal dalam menyediakan produk terkenal dan berkualitas serta sumber daya manusia yang kompeten, menjadikan Indomaret memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Tabel 1. 1
Omset Pendapatan Indomaret Teluk Nibung Pada Tahun 2011 dan 2012¹

Periode	Pendapatan Penjualan	Jumlah Struk	Rata- Rata Belanja Per Orang
Januari	Rp. 9,389,903	558	Rp. 16,827
Februari	Rp. 9,846,674	566	Rp. 17,377
Maret	Rp. 10,305,257	590	Rp. 17,438
April	Rp. 10,043,402	601	Rp. 16,697
Mei	Rp. 8,602,706	488	Rp. 17,611
Juni	Rp. 7,380,625	435	Rp. 16,953
Juli	Rp. 7,087,720	416	Rp. 17,287
Agustus	Rp. 8,068,446	457	Rp. 17,649
September	Rp. 8,251, 472	446	Rp. 18,488
Oktober	Rp. 7,912,633	459	Rp. 17,226
November	Rp. 7,890,135	393	Rp. 20,076
Desember	Rp. 7,196,413	393	Rp. 18,311
Januari	Rp. 6,585,275	379	Rp. 13,375
Februari	Rp. 6,505,615	377	Rp. 17,256
Maret	Rp. 6,778,976	395	Rp. 17,161
April	Rp. 6,435,890	361	Rp. 17,276

Grafik 1. 1
Omset Pendapatan Indomaret Teluk Nibung Pada Tahun 2011 dan 2012²



¹ Data Indomaret Teluk Nibung

² Data Indomaret Teluk Nibung

Penggunaan media tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan disampaikan.⁴

1. Rumusan Masalah

2. Identifikasi Masalah

- Bagaimana persepsi masyarakat tentang brosur Indomaret?
- Bagaimana pengetahuan masyarakat mengenai brosur Indomaret?

1. Maksud Penelitian

2. Tujuan Penelitian

- Mengetahui persepsi masyarakat tentang brosur Indomaret
- Mengetahui pengetahuan masyarakat mengenai brosur Indomaret

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat penelitian teoritis dan manfaat penelitian praktis sebagai berikut:

1. Manfaat penelitian secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang komunikasi dan sebagai bahan pertimbangan atau masukan informasi pada penelitian yang lain.

2. Manfaat penelitian secara praktis

Diharapkan hasil penelitian ini merupakan kontribusi pemikiran bagi:

a. Bagi lembaga

Sebagai masukan bagi lembaga dalam menentukan pola-pola pemasaran yang tepat.

b. Bagi peneliti

Dapat menerapkan teori- teori yang diperoleh, sehingga, menambah luasnya rangan lingkup dan pengetahuan yang telah diberikan.

c. Bagi pihak lain

Dapat digunakan sebagai bahan referensi, bahan pertimbangan dan masukan informasi pada penelitian yang lain.

1. Pengertian Penggunaan Brosur Indomaret oleh Konsumen

Penggunaan yang artinya pemakaian, penerapan, aplikasi, eksploitasi, dan pelaksanaan.⁵ Dalam penelitian ini, penggunaan diartikan sebagai proses pemakaian brosur indomaret yang diawali dengan persepsi dan pengetahuan mengenai brosur oleh konsumen indomaret.

Brosur adalah selebaran yang berisi keterangan singkat tentang perusahaan, organisasi atau lembaga untuk diketahui umum.⁶ Dalam hal ini selebaran cetakan ini dikeluarkan oleh pihak indomaret sebagai pemberitahuan bahwa indomaret memberikan promo menarik untuk masyarakat, barang dengan harga yang lebih murah, diskon dan lain- lain.

Indomaret: merupakan jaringan mini market yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada moto “Mudah dan Hemat”.

Jadi penggunaan brosur indomaret dalam penelitian ini dimaksudkan bahwa Indomaret memberikan selebaran brosur kepada masyarakat berupa brosur yang kemudian dipersepsi dan juga menimbulkan pengetahuan pada konsumen.

⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*

⁶ Yosai Irianto dan Yani Surahman, *Public Relation Writing pendekatan Dan Teoritik Dan Praktis* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2006), hlm. 143.

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh 1 stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun demikian tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan.

⁹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm 90

a. Data Primer

1) Wawancara adalah Proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil menatap muka antara sipenanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide.

3) Dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.

Data sekunder adalah data yang dapat melengkapi data utama. Data sekunder berupa data yang telah lebih dahulu

¹⁰ Moh. Pabundu Tika, *Metode Penelitian Geografi Cetakan Pertama* (Jakarta; Bumi Aksara, 2005), hlm. 14

a. Pengamatan (observasi)

b. Pertanyaan (wawancara)

c. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis

[illegible]

[digilib.uinsby.ac.id](#)

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

digilib.uinsby.ac.id

[illegible]

