



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu perubahan kebiasaan manusia berubah dari hari ke hari. Tempat wisata yang tadinya menjadi tujuan utama saat liburan, kini telah berubah menjadi suatu bangunan besar yang disebut dengan mal. Mal sudah ada sejak lama, dan mal pertama yang ada di Indonesia adalah mal Sarinah. Mal Sarinah telah berdiri sejak 17 Agustus 1962, dan semenjak itu munculah mal lain yang ada di Indonesia sampai sekarang yang berjumlah 240 mal.

Menurut Planolog Universitas Trisakti, Yayat Supriatna, Jakarta merupakan kota dengan mal terbanyak di dunia, yakni mencapai 170 mal. Dalam waktu 10 tahun saja mal yang ada di Jakarta meningkat 3 kali lipat. Jumlah yang meningkat begitu cepat menuai perhatian dari pemerintah, pengamat tata kota dan lingkungan, serta dari masyarakat kota itu sendiri. Dengan kehadiran mal yang sangat banyak ini dinilai mengganggu, bukannya menjadi pusat hiburan, melainkan menambah kepenatan masyarakat melihat efek yang ditimbulkannya, seperti kemacetan, serta pencemaran lingkungan. Menurut Yayat Supriatna pusat perbelanjaan sebaiknya dipindahkan ke pinggiran kota seperti Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Bintaro. (<http://metro.news.viva.co.id/news/read/165684-jumlah-mal-di-jakarta-sudah-tak-ideal>, diunduh pada sabtu 23 mei 2015)

Salah satu faktor pendukung lainnya adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh Gubernur DKI Jakarta saat itu Fauzi Bowo. Beliau menyatakan bahwa izin diberikan untuk pembangunan pusat perbelanjaan, pertokoan dan mal dengan luas lebih dari 5.000 meter persegi, yang berisi:

1. Lokasi pembangunan mal harus jauh dari pusat kota. Tujuannya agar titik kemacetan bisa diatasi dan juga mencegah berkurangnya ruang terbuka hijau di perkotaan.
2. Membangun mal juga dengan menyediakan ruang terbuka hijau.

Berawal dari ketentuan di atas, Sinarmas Land memutuskan untuk membangun mal The Breeze BSD City sebagai tempat hiburan dan juga menyediakan ruang terbuka hijau. Sebagai perintis, kegiatan promosi yang dilakukan pun harus benar-benar sesuai dan mengena di masyarakat agar mereka dapat mengenal dan mengerti konsep dari The Breeze BSD City. Maka dari itu Untuk mendukung perihal tersebut pihak mal harus memperhatikan aktivitas *public relations* (PR) yang dilakukan di media cetak, media elektronik, maupun media massa. kinerja praktisi PR yang baik dapat meningkatkan *awareness customer* tentang mal, serta untuk menjaga suatu hubungan yang baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

Menurut *Public Relations Society of America* (PRSA), *public relations* harus bisa membantu antara organisasi dan publiknya saling memahami. Maka dari itu praktisi *public relations* harus membantu organisasi dalam hal berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif dengan beragam publiknya (Davis, 2007, h. 6).

Dapat disimpulkan bahwa dalam setiap perusahaan praktisi *public relations* mempunyai peran yang penting dalam menciptakan hubungan yang berkesinambungan antara perusahaan dengan publiknya. Salah satu ilmu atau strategi praktisi *public relations* dalam meningkatkan *awareness* adalah *event management*, *media relation*, *online public relations* dan *customer relationship management*.

Mal The Breeze BSD City yang terletak tepat di Green Office Park BSD, menganggap bahwa *event management*, *online public relations* dan *customer relationship management* merupakan salah satu alat yang penting dalam melakukan publikasi dan promosi, dikarenakan startegi ini merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan dengan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung. Salah satu contohnya adalah dengan mengadakan suatu *event* maka pihak The Breeze ingin mengundang masyarakat luas untuk datang, berpartisipasi dan menyaksikan *event* yang diadakan di The Breeze.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa divisi promosi memegang peranan penting terutama dalam rangka meningkatkan konsumen dan memperluas

awareness mengenai mal The Breeze BSD City. Berbeda dengan pusat perbelanjaan lainnya yang sudah terkenal dan ramai sehingga hanya mengikuti sistem yang sudah berjalan, untuk magang di divisi promosi di The Breeze BSD City menjadi sangat menantang karena dapat mengikuti keseluruhan dari proses awal perencanaan hingga implementasi kegiatan promosi The Breeze BSD City. Selain itu, mengingat bahwa The Breeze BSD City merupakan proyek mal pertama yang dibuat oleh Sinarmas Land, maka tidak ada sistem ataupun metode yang sudah berjalan dan dapat diikuti, melainkan harus diciptakan dan diadaptasi dengan konsep mal baru ini. Maka dari itu penulis ingin mengikuti magang di divisi *Promotion* The Breeze BSD City, agar dapat belajar dan praktek secara lebih luas dan maksimal.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan latar belakang di atas, maksud dan tujuan penulis melakukan magang ini adalah untuk mempelajari aktivitas *public relations* yang dilakukan divisi *Promotion* Sinarmas Land terkait dengan proyek The Breeze BSD City.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Magang.

1.3.1 Waktu Kerja Magang

1. Praktek kerja magang dilakukan selama tiga bulan satu hari, Terhitung dari tanggal 30 September 2014 sampai dengan 31 Desember 2014 di Sinarmas Land Plaza (Green Office Park).
2. Pada saat magang penulis mengikuti ketentuan yang ada di perusahaan, yakni kerja mulai pukul 08.30 - 17.30 WIB. Terdapat waktu untuk beristirahat pada pukul 12.00 - 13.00 WIB.
3. Penulis bekerja selama 5 hari dalam seminggu, Penulis beberapa kali bekerja di luar hari atau waktu kerja, karena penulis mengikuti dan mengawasi rangkaian *event* yang diadakan. Tujuannya agar *event* yang dilaksanakan dapat berjalan dengan sesuai apa yang diharapkan dari pihak mal The Breeze BSD City.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktek kerja magang, maka penulis harus mengikuti aturan yang sudah ditetapkan oleh pihak Universitas, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mengisi formulir KM-01, dimana dalam pengajuan formulir ini harus disetujui dan ditandatangani terlebih dahulu oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan mendapat surat pengantar kerja magang yang akan diberikan kepada perusahaan (KM-02)
2. Proses Pengajuan Praktek Kerja Magang.
 - a) Setelah penulis mengajukan Curriculum Vitae (CV) ke perusahaan tujuan praktek kerja magang, tahap selanjutnya adalah penulis menunggu panggilan interview dari perusahaan. Penulis mengirim Curriculum Vitae kepada perusahaan pada tanggal 24 September 2014.
 - b) Sinarmas Land diwakilkan oleh Eve Nurmalia Adam, selaku Head of Promotios Mall memberikan panggilan untuk interview, pada tanggal 26 September 2014 di Sinarmas Land.
 - c) Setelah melalui interview penulis memperoleh tempat magang di Sinarmas Land (PT Bumi Serpong Damai, Tbk) yang terletak di Green Office Park, Jl. Grand Boulevard BSD, Tangerang. Penulis memulai praktek kerja magang tanggal 30 September 2014.
 - d) Selanjutnya penulis meminta kepada Sinarmas Land surat keterangan diterima magang dari perusahaan, yang nantinya akan ditukarkan ke bagian administrasi universitas atau BAAK.
 - e) Setelah diberikan surat yang menyatakan bahwa penulis sudah magang di perusahaan, lalu memperoleh KM-03

sampai KM-07. Di dalamnya berisi mengenai kartu magang, absensi mingguan, dan harian.

- f) Tahap selanjutnya adalah penulis diwajibkan untuk membuat laporan pada saat kerja magang. Selama proses pembuatan laporan kerja magang, penulis wajib berkonsultasi dengan dosen pembimbing.
- g) Terakhir, setelah laporan kerja magang mendapat persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing, maka laporan dapat diberikan kepada BAAK untuk mengajukan jadwal sidang magang.



UMN