



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Stephanie Justine, PT. Lippo Malls Indonesia adalah anak perusahaan dari Lippo Karawaci Tbk. Lippo Karawaci Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang properti terbesar di Indonesia. Lippo Karawaci Tbk memiliki portofolio ritel diantaranya adalah mal *strata-titled* dan mal sewa yang disebut Lippo Malls. PT. Lippo Malls Indonesia adalah operator mal terbesar di Indonesia. Setiap malnya memiliki letak strategis yang berada di kota-kota besar di Indonesia. Target pasar yang dituju pada setiap lokasi pasarnya adalah kalangan ekonomi muda menengah ke atas. Terdapat 585 *anchor tenant* dan 15.353 *tenant* dengan ukuran bervariasi di semua mal mulai dari 26.000 meter persegi yang dimiliki perusahaan. Lippo Malls menyediakan berbagai macam *entertainment*, *dining*, *one-stop shopping*, dan *leisure destinations*, dengan *tenant-tenant* utama seperti Matahari Department Store, Cinema XXI, Hypermart, Times Bookstore, serta Timezone.

Pada bagian logo, “Lippo Malls” harus dipisah dari elemen grafis lainnya untuk menghormati logo serta untuk memperjelas keterbacaan logo tersebut. Logo Lippo Malls Indonesia menggunakan dua versi warna yaitu hitam dan putih. Warna hitam dipilih karena memiliki kesan serius dan konvensional. Warna hitam juga dikaitkan dengan kesan kedalaman dan stabilitas bagi perusahaan. Penggunaan warna hitam dapat memberikan kesan yang cerah pada warna sekeliling. Warna hitam juga melambangkan warna yang misterius, seksi dan canggih.

The image shows the logo for Lippo Malls in a bold, black, sans-serif font. The word "LIPPO" is in all caps and is significantly larger and bolder than the word "MALLS", which is also in all caps but in a smaller font size. There is a wide gap between the two words.

Gambar 2.1 Logo Lippo Malls Versi Hitam
(Data Perusahaan)

Warna putih pada logo dipilih karena putih adalah warna kesucian, kebersihan, kepolosan. Warna putih cocok dipadukan dengan semua warna. dengan warna putih dapat mewakili awal yang sukses dan menggambarkan iman serta kesucian.



Gambar 2.2 Logo Lippo Malls Versi Putih
(Data Perusahaan)

PT. Lippo Malls Indonesia memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

1. Visi Lippo Malls Indonesia:

“Broadening Horizons, Transforming Lives”

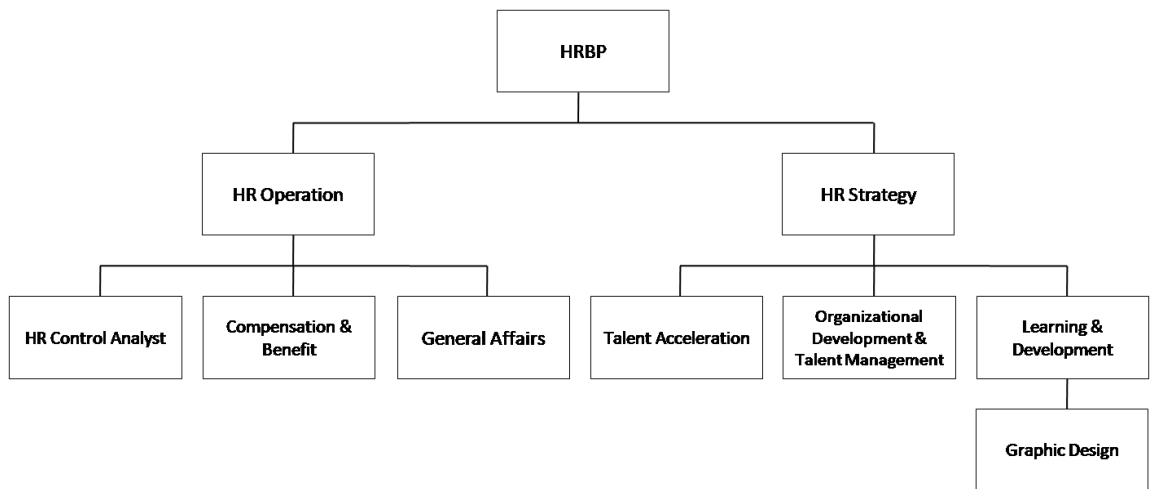
Bersama bangsa kita, kita bercita-cita untuk tumbuh dan membuat terobosan dengan memberikan pengalaman pelanggan yang serba bisa untuk seluruh masyarakat Indonesia.

2. Misi Lippo Malls Indonesia:

- a. Proksi terkemuka untuk *retailers* di tingkat nasional.
- b. Kami menawarkan pertumbuhan dan dukungan kepada *retailers* saat mereka berkembang di seluruh negeri.
- c. Untuk mengoperasikan dan mengelola 100 mal pada tahun 2025.
- d. Menciptakan nilai USD 5-6 miliar dalam 5 tahun ke depan.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi perusahaan PT. Lippo Malls Indonesia pada divisi HRD yang ditempati penulis, yaitu:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi HRD Lippo Malls Indonesia
(Data Perusahaan)

Posisi penulis berdasarkan struktur organisasi di atas yaitu sebagai *graphic design*. Penulis berkoordinasi langsung dengan bagian Learning & Development untuk setiap pekerjaan yang dilakukan.