



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

Dalam proses komunikasi, pengelolaan kesan seseorang menjadi salah satu hal yang penting untuk dilakukan pada saat sedang bertemu dengan orang lain, karena pada dasarnya setiap individu ingin tampil sesuai dengan apa yang diharapkan orang lain. Oleh karena itu, menjadi hal penting bagi tiap individu untuk menampilkan diri dengan mengelola kesan. Sebagai contoh, seorang mahasiswa yang selalu berpenampilan rapi dan sopan ketika sedang berada di kampus. Hal tersebut dilakukan oleh mahasiswa agar terlihat sopan dan layak disebut sebagai mahasiswa, berbeda ketika mahasiswa tersebut sedang berada di luar kampus yang mengenakan kaos biasa dan celana pendek. Berdasarkan contoh tersebut, terlihat adanya perbedaan penampilan yang dilakukan oleh seorang mahasiswa pada saat berada di kampus dengan saat berada di luar kampus.

Sama halnya dalam sebuah industri atau perusahaan, masing-masing individu juga melakukan pengelolaan kesan sesuai dengan profesinya masing-masing. Setiap profesi memiliki citra atau dengan kata lain, setiap orang yang memiliki profesi akan tampil sesuai dengan kesan dari profesi yang dimiliki. Fenomena orang menampilkan diri sesuai dengan apa yang diharapkan orang lain terjadi pada hampir setiap profesi.

Sebagai contoh profesi *tenant relations* pada industri mal yang melakukan pengelolaan kesan dengan dengan mengenakan jas dan atribut lainnya pada saat berinteraksi dengan *tenant (customer)* agar terlihat profesional dan sopan.

Dalam industri mal, *customer* merupakan *stakeholder* (pemangku kepentingan) yang sangat penting karena bagaimanapun tujuan dari setiap industri mal adalah *profit*. Maka dari itu, dalam menunjang tercapainya tujuan tersebut, biasanya mal membuat divisi *Public Relations (PR)* ataupun menjalankan fungsi PR untuk dapat mengelola hubungan yang baik dengan pelanggan mereka agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan yang ada sekaligus dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Namun, terdapat hal penting yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen, yaitu proses pengelolaan hubungan antara *tenant* dengan pihak manajemen. Menurut Lynda (2005, h.49), *tenant* adalah pihak yang membayar sejumlah biaya sewa untuk mendapatkan hak guna atas sebuah tanah, bangunan atau properti lain dari pemiliknya. Maka dari itu, pihak manajemen diharapkan dapat mengelola hubungan yang baik dengan *tenant* agar *tenant* juga merasa nyaman berada di mal tersebut. Dengan begitu, diharapkan dapat terciptanya *mutual understanding* serta *win-win solution*, karena *tenant* memiliki harapan terhadap pihak manajemen dan begitu juga sebaliknya. Pihak manajemen mal memiliki kepentingan dan tujuan perusahaan, seperti *profit*, sehingga dibutuhkan pengelolaan hubungan yang baik antara kedua belah pihak agar *tenant* dapat merasa nyaman menjadi pelanggan dari mal dan tujuan dari pihak manajemen juga dapat tercapai.

Dalam mengelola hubungan tersebut, terdapat divisi khusus yang secara langsung menangani permasalahan tersebut, yaitu *tenant relations*. Menurut Kaye dalam Kirkup (1996, h.21), *tenant relations* memiliki fungsi untuk menjalin hubungan dengan *tenant*, serta menjadi penghubung antara pihak manajemen dengan pihak *tenant*. Profesi *tenant relations* sangatlah penting dalam sebuah mal, karena jika *tenant relations* tidak dapat mengelola hubungan yang baik dengan *tenant*, maka akan menimbulkan rasa tidak nyaman di sisi *tenant* yang dapat menyebabkan mal kehilangan pelanggan mereka, yaitu *tenant*.

Dengan demikian, profesi yang diteliti dalam penelitian ini adalah profesi *tenant relations*. Penelitian ini menjadi penting dan menarik, karena dalam industri mal dibutuhkan *tenant relations* untuk membangun hubungan jangka panjang yang positif agar *tenant* loyal pada mal tersebut, sehingga dapat meminimalisir kemungkinan *tenant* akan hengkang, karena bagaimanapun juga *tenant* merupakan aset mal yang sangat berharga. Mal yang bagus tidak akan ramai dikunjungi oleh masyarakat apabila tidak didukung dengan kehadiran *tenant* yang banyak. Seperti yang dikatakan Michael Riady dalam Kusumaputra (2011, para. 2) bahwa selain memiliki *positioning* yang unik sebagai *upscale entertainment* dan *lifestyle* pertama di Jakarta, kehadiran *tenant-tenant* terkemuka juga menjadi faktor keramaian sebuah mal.

Berdasarkan hal tersebut, tentunya mengakibatkan sifat dan karakter pada setiap *tenant* beragam, maka dibutuhkan *tenant relations* untuk mengelola kesan yang tepat pada saat proses penanganan suatu masalah *tenant*. Dengan begitu dapat tercipta kesan positif bagi *tenant relations* yang dapat membantu dalam

proses penanganan keluhan, serta membuat *tenant* merasa nyaman berada di mal tersebut. Dalam menjalankan profesinya, terlihat bahwa *tenant relations* memiliki presentasi diri yang berbeda pada saat *tenant relations* bertemu dengan *tenant* dan saat berada di kantor bersama rekan kerja. Hal itu terlihat melalui observasi partisipan yang dilakukan peneliti bahwa *tenant relations* memiliki penampilan dan cara komunikasi yang berbeda saat sedang berinteraksi dengan *tenant* dan saat sedang berinteraksi dengan rekan kerjanya.

Dengan demikian, seorang *tenant relations* diharapkan dapat mengelola kesan dengan baik melalui penampilan diri yang sopan, sikap profesional dan persuasif pada saat bertemu *tenant*, walaupun sedang berhadapan dengan sikap *tenant* yang kurang menyenangkan.

Untuk mengkaji fenomena ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi, terhadap *tenant relations* The Breeze. Peneliti tertarik melakukan penelitian tentang manajemen kesan yang dilakukan *tenant relations* The Breeze karena berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan informan, ditemukan bahwa ada beberapa *tenant* yang hengkang yang disebabkan oleh sedikitnya jumlah pengunjung yang datang ke The Breeze. Oleh sebab itu, dibutuhkan upaya yang lebih dari *tenant relations* untuk dapat menjaga dan mengelola hubungan baik dengan *tenant* agar dapat meminimalisir *tenant* hengkang dari The Breeze.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk mengetahui fenomena profesi *tenant relations* di mal The Breeze terkait manajemen kesan yang dilakukan dalam proses penanganan keluhan *customer*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana *tenant relations* The Breeze BSD City memaknai profesi mereka sebagai *tenant relations*?
2. Bagaimana presentasi diri dan manajemen kesan yang dilakukan sebagai *tenant relations*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pemaknaan profesi *tenant relations*, mendeskripsikan presentasi diri dan manajemen kesan sebagai *tenant relations*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Akademis

Dalam kegunaan akademis, penelitian ini memberi kontribusi bagi perkembangan kajian komunikasi terkait dengan pengelolaan kesan individu. Selain itu dapat memperkaya konsep mengenai manajemen kesan *tenant relations* dalam penanganan keluhan dengan metode fenomenologi.

1.4.2 Praktis

Dalam kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, serta pemahaman mengenai fenomena *tenant relations*, khususnya pada manajemen kesan *tenant relations* di The Breeze BSD City,

sehingga dapat memberikan pemahaman masyarakat mengenai profesi *tenant relations*.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya kajian yang sama.

