

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Summarecon Mall Kelapa Gading

Summarecon Kelapa Gading merupakan wilayah dari PT Summarecon Agung Tbk yang dikembangkan mulai dari tahun 1990 seluas 550 ha. Summarecon Mall Kelapa Gading merupakan pusat perbelanjaan menengah ke atas dengan luas 150.000m² yang berdiri sejak tahun 1990. Sebagai salah satu perbelanjaan yang dikembangkan oleh PT Summarecon Agung. (Summarecon's Company Profil,2010)

Selain itu, Summarecon telah berkembang menjadi perusahaan properti terkemuka di Indonesia selama bertahun-tahun, terutama dalam pengembangan kota-kota baru. Kota-kota baru yang dibangun oleh Summarecon menggabungkan pengembangan perumahan dengan pengembangan komersial dan menyediakan berbagai fasilitas untuk warganya. Dalam pengembangan kota-kota baru kami, Summarecon memiliki keahlian dalam seluruh rantai nilai real estat, termasuk arsitektur, rekayasa, pengembangan, manajemen proyek dan konstruksi, perencanaan perkotaan, infrastruktur, teknologi desain yang berkelanjutan, manajemen kota dan lingkungan, dan manajemen property. (Summarecon's Company Profil,2010)



Gambar 2.1 Logo Summarecon Mall Kelapa Gading

(Sumber: Website Summarecon Mall Kelapa Gading, 2023)

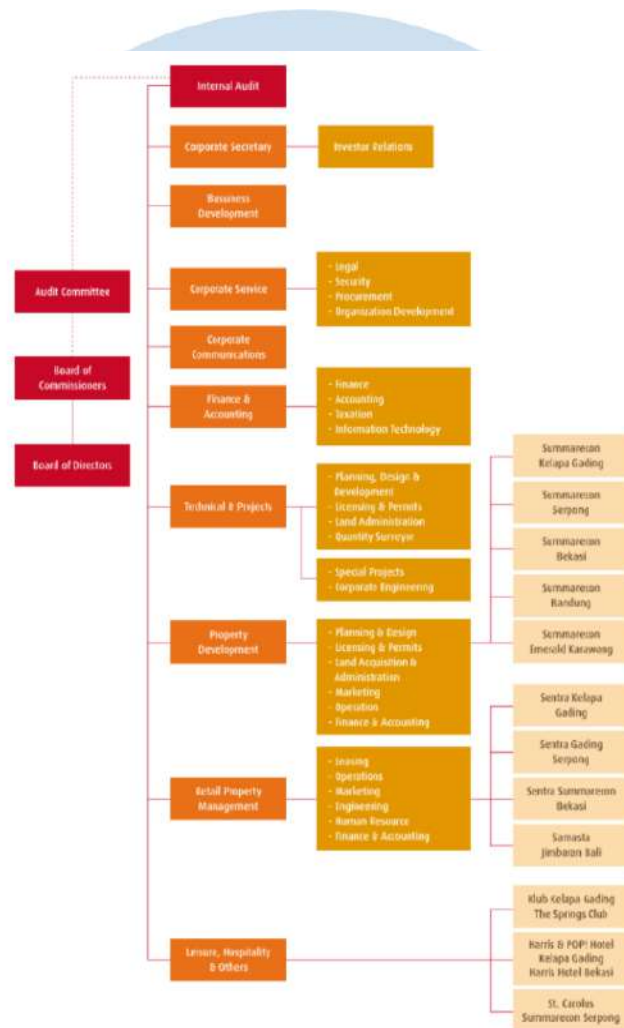
Summarecon Mall Kelapa Gading tidak hanya sebagai tempat pusat perbelanjaan ataupun kuliner, namun memiliki beberapa event yang diadakan di Mall Kelapa Gading itu sendiri seperti perayaan hari-hari beragama, kegiatan GAFOY, dan Jakarta Fashion and Food Festival, yang bekerjasama dengan beberapa perusahaan ataupun *tenant-tenant* untuk melakukan pameran. *Event* yang dilakukan di Summarecon Mall Kelapa Gading dilakukan secara rutin dan beragam-ragam setiap tahunnya, sehingga pengunjung akan menemukan hal yang baru yang dapat dirasakan saat berkunjung ke Summarecon Mall Kelapa Gading.

2.2 Visi Misi Summarecon Mall Kelapa Gading

Summarecon Mall Kelapa Gading menjadi salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia yang tentunya ingin memastikan bahwa pengunjung yang datang merasa nyaman berkunjung ke Summarecon Mall Kelapa Gading. Oleh karena itu Summarecon Mall Kelapa Gading memiliki visi dan misi untuk diterapkan. Visi dari Summarecon Mall Kelapa Gading itu sendiri adalah menjadi teman sepanjang waktu dan membangun komunitas dengan ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan. Selain itu, Summarecon Mall Kelapa Gading memiliki misi yaitu menciptakan terobosan inovasi perkotaan yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dari sekeliling kami, membangun tim yang berkomitmen, adaptif dan fokus pada menyajikan nilai untuk pelanggan, serta aktif berkontribusi untuk menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan (Summarecon's Vision & Mision, 2010).

2.3 Struktur Organisasi Summarecon Mall Kelapa Gading

PT Summarecon Tbk merupakan salah satu *real estate corporation* yang telah berusia lebih dari empat puluh tahun. PT Summarecon Agung Tbk beroperasi di Indonesia sejak tahun 1990 meliputi tiga aktivitas yang berbeda yaitu pengembangan properti, investasi dan manajemen properti, rekreasi, dan hospitality. PT Summarecon Agung Tbk memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

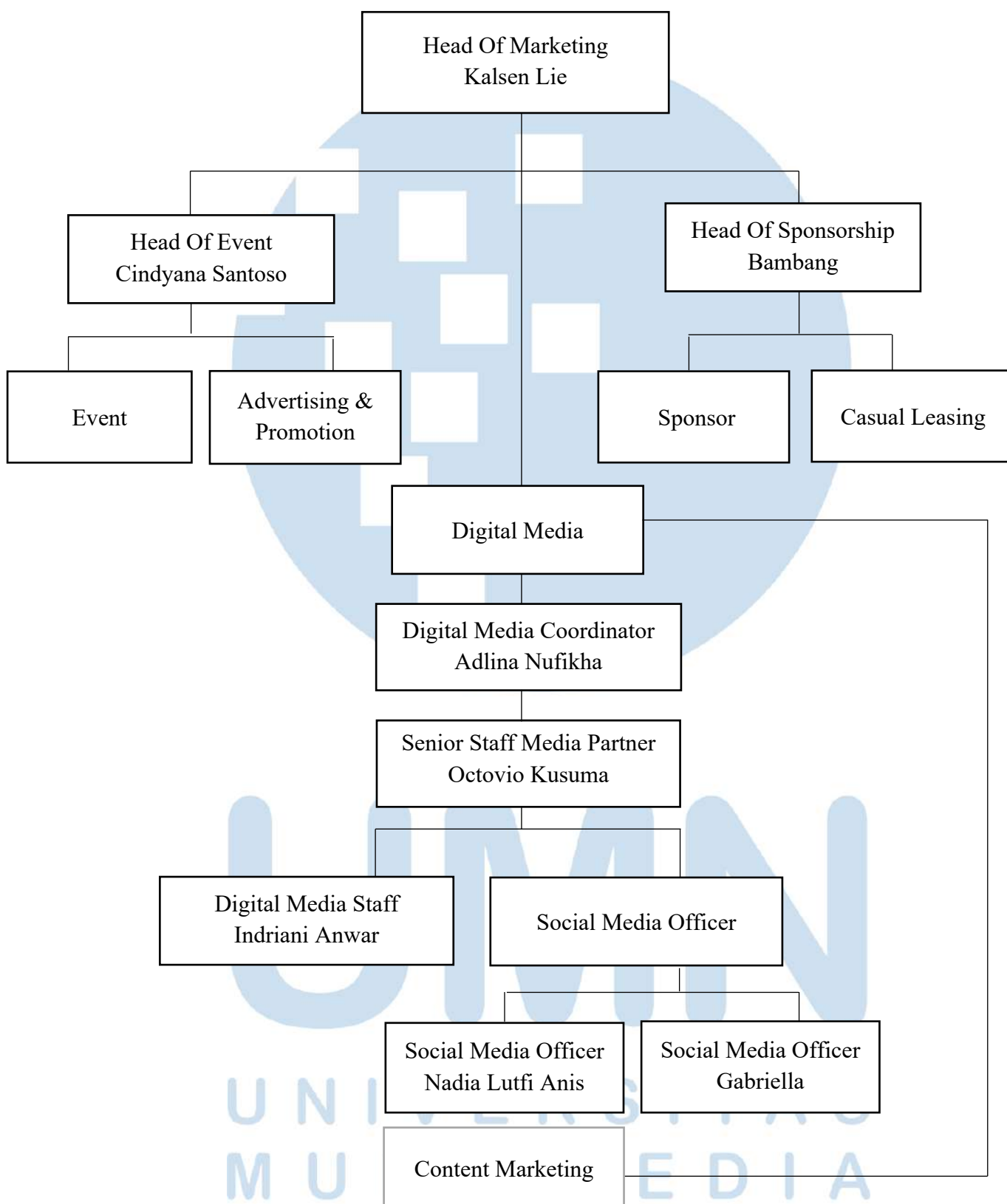


Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT.Summarecon Agung.Tbk.

Sumber: Website Summarecon Agung (2024)

Secara keseluruhan, Departemen *digital media* yang bertugas untuk merencanakan, melaksanakan dan melakukan pengawasan terhadap berbagai strategi pemasaran secara *digital* di Media Sosial. Departemen *digital media* di PT Summarecon Tbk pun saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Divisi *marketing* untuk PT Summarecon Tbk memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Struktur Divisi Marketing

Berikut divisi marketing di Summarecon Mall Kelapa Gading terdiri dari:

1) *Head of Marketing*

Bertugas untuk membuat presentasi mingguan antar seluruh divisi di Summarecon Mall Kelapa Gading untuk memberikan perkembangan pencapaian yang telah dicapai oleh tim *marketing* setiap minggunya. Selain itu, *Head of Marketing* bertugas untuk memantau dan mengkoordinasi segala pekerjaan yang telah dilakukan oleh seluruh tim marketing.

2) *Head Of Event*

Bertugas untuk perencanaan dan pengembangan di Summarecon Mall Kelapa Gading yang bertujuan untuk meningkatkan pengunjung ke Summarecon Mall Kelapa Gading dengan mengadakan beberapa event, mengembangkan konsep, tema yang sesuai dengan tujuan, anggaran, dan timeline dan memastikan event yang dirancang telah sesuai dan berhasil dijalankan.

3) *Advertising and Promotion*

Bertugas dalam merancang kampanye iklan, mengembangkan konsep iklan yang kreatif untuk Summarecon Mall Kelapa Gading, Menyusun rencana promosi Summarecon Mall Kelapa Gading, mengelola kegiatan promosi yang ada di Summarecon Mall Kelapa Gading dalam bentuk event maupun penawaran promo dari tenant-tenant yang bekerjasama dengan Summarecon Mall Kelapa Gading, Advertising and Promotion juga berugas dalam bekerjasama dengan pihak eksternal dengan berkolaborasi dengan agen periklanan di billboard, media, vendor promosi, dan membuat kesepakatan untuk kampanye iklan dan promosi dalam konten digital.

4) *Head Of Sponsorship*

Bertugas untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang sponsorship yang mendukung tujuan pemasaran dan branding Summarecon Mall Kelapa Gading dengan mencari dan mengevaluasi peluang sponsorship yang relevan, melakukan negosiasi, mengelola kontrak sponsorship, mengembangkan strategi sponsorship yang efektif, mengelola pelaksanaan aktivasi program sponsorship sesuai dengan kesepakatan, dan membangun hubungan yang kuat dengan mitra sponsor melalui koordinasi dengan departemen pemasaran, PR, dan acara, departemen Sponsorship dan mengevaluasi efektivitas program serta melaporkan hasilnya kepada manajemen untuk meningkatkan dampak sponsorship bagi Summarecon Mall Kelapa Gading.

5) *Casual Leasing*

Bertugas untuk melakukan pengelolaan penyewaan ruang untuk tujuan promosi jangka pendek atau kegiatan pop-up lainnya. Casual Leasing juga melakukan interaksi dengan klien potensial dengan memastikan kesesuaian acara dengan citra Summarecon Mall Kelapa Gading, menyusun kontrak sewa biaya di Summarecon Mall Kelapa Gading, mengkoordinasikan kebutuhan logistik dan operasional. Casual Leasing juga bertanggung jawab untuk merencanakan pelaksanaan acara, memastikan kepatuhan terhadap peraturan mall, dan menilai dampak keberhasilan kegiatan yang dilakukan.

6) *Digital Media Coordinator*

Bertugas untuk perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan strategi secara digital untuk meningkatkan jumlah *followers* Summarecon Mall Kelapa Gading. Digital media Coordinator juga melakukan pengelolaan akun media sosial Summarecon Mall Kelapa Gading dengan merancang konten-konten yang kreatif, menyusun strategi marketing dan branding terhadap Summarecon Mall Kelapa Gading di sosial media. Digital Media Coordinator juga bertanggung jawab untuk memantau *trend* saat ini di sosial media untuk dijadikan sebagai referensi untuk pembuatan

content plan yang disesuaikan dengan kebutuhan tenant-tenant yang ada di Summarecon Mall Kelapa Gading sehingga diharapkan meningkatkan jumlah *followers*.

7) Digital Media Staff

Bertugas untuk mengelola, merencanakan, membuat konten media social dari Mall Kelapa Gading yang terdiri dari Instagram, TikTok, Facebook dan Twitter. Membuat editorial kalender untuk konten-konten media sosial, melakukan analisis *insight* dari setiap konten dari media sosial, menjalin kerjasama dengan para *tenant* untuk melakukan promosi di media sosial Summarecon Mall Kelapa Gading, memantau *traffic* media sosial dari Summarecon Mall Kelapa Gading dan berbagai mall lainnya. Digital Media Staff juga bertugas untuk membangun interaksi dengan para *audiens* di media sosial, seperti mengadakan *giveaway*, atau kuis terkait *event* yang berlangsung, dan memastikan minimum kerjasama terpenuhi setiap bulannya.

8) Media Partnership

Bertugas untuk menjalin kerjasama dengan media massa diantaranya media cetak, online, elektronik, seperti televisi atau radio, atau media lainnya. Media Partner di Summarecon Mall Kelapa Gading juga akan meliput keseluruhan event di Summarecon Mall Kelapa Gading di sosial media.

9) Social Media Officer

Bertugas untuk mengelola akun media sosial Summarecon Mall Kelapa Gading, menciptakan dan memposting konten – konten yang sudah dibuat baik dalam bentuk mempromosikan *event* dan penawaran oleh *tenant-tenant* yang bekerjasama dengan Summarecon Mall Kelapa Gading, serta melakukan interaksi dengan *audiens* ataupun *followers* untuk meningkatkan *engagement* pada sosial media Summarecon Mall Kelapa Gading. Social Media Officer juga melakukan analisis terhadap data performa media sosial menggunakan alat analitik untuk mengukur efektivitas kegiatan-kegiatan di Summarecon Mall Kelapa Gading, seperti memantau *trend* dan inovasi terbaru di media sosial, serta berkolaborasi dengan tim

marketing dan penyelenggara acara untuk memastikan konsistensi pesan yang disampaikan ke *public* sebagai bentuk dan *branding* di seluruh *platform digital*.

10) Content Marketing Intern

Bertugas untuk membuat *storyline* dan melakukan eksekusi pada *storyline* atau *brief* yang sudah dibuat. *Content marketing* juga melakukan *approval* pada setiap konten yang dibuat kepada *coordinator digital media*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA