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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II
GAMBARAN UMUM TERASKOTA *ENTERTAINMENT CENTER*

2.1 Profil Teraskota *Entertainment Center*

Teraskota *Entertainment Center* adalah sebuah pusat perbelanjaan atau mall yang berada di daerah Tangerang Selatan, tepatnya di Jl. Pahlawan Seribu, CBD Lot VII B, Lengkong Gudang Serpong Bumi Serpong Damai (BSD). Berdasarkan buku profil Teraskota *Entertainment Center*, Mall yang berdiri sejak tahun 2009 ini, berada di bawah naungan PT Deyon *Resources*. Perusahaan yang bergerak di bidang *real estate*, pembangunan dan jasa pengelolaan gedung ini didirikan pada tahun 2007 dengan nomor Akta Pendirian Perseroan Terbatas M7-00615 HT.01,01-TH.2007. Perusahaan ini didirikan oleh tujuh orang pengusaha yakni Antonius Jatmiko, Haporo, Handoko Anggraito, Ipeng Widjojo, Hartanto, Ronald Wihardja dan Rivo Pamudji.

Selain membangun Mall Teraskota *Entertainment Center*, PT Deyon *Resources* juga membangun hotel bintang tiga, yakni Hotel Santika yang terletak di samping Mall Teraskota *Entertainment Center*. Dalam hal ini, perusahaan melihat peluang yang bagus untuk menyediakan sarana yang menunjang kebutuhan masyarakat. Selain itu, posisi Teraskota *Entertainment Center* yang dekat dengan perkantoran, *Ocean Park* (*waterpark*), Rumah Sakit Eka Hospital dan sebagainya, membuat Teraskota hadir sebagai pusat perbelanjaan yang dapat memenuhi daya beli dan hiburan masyarakat BSD dan sekitarnya.

2.1.1 Struktur organisasi Teraskota *Entertainment Center*

Struktur organisasi Teraskota *Entertainment Center* terbagi menjadi lima divisi yang dipimpin oleh Bapak Andry selaku

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014

General Manager Teraskota *Entertainment Center*. Kelima divisi tersebut adalah Divisi *Purchasing & Human Resources*, Divisi Operasional, Divisi *Leasing*, Divisi *Finance* dan Divisi *Event* & Promosi.

Dalam manajemen *Teraskota Entertainment Center*, Divisi *Purchasing & Human Resources* bertugas untuk melakukan pembelian segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh perusahaan serta bertanggung jawab atas perekruitan karyawan, pengembangan karyawan hingga pengurangan karyawan.

Divisi Operasional bertanggung jawab terhadap semua hal yang bersifat operasional seperti perawatan gedung Teraskota, aset dan atribut di dalam Teraskota, lampu dan audio panggung, listrik dan segala hal yang secara langsung berhubungan dengan kenyamanan pengunjung Teraskota.

Divisi *Leasing* memiliki tugas untuk memegang tanggung jawab atas kontrak sewa–menyewa dengan pihak penyewa (perusahaan maupun perorangan yang hendak berpartisipasi dalam pameran) meliputi lokasi sewa, negosiasi harga dan sebagainya. Tidak hanya itu, Divisi *Leasing* juga bertanggung jawab untuk membina hubungan yang baik dengan pihak penyewa guna keberlangsungan kerja sama yang baik dan berkepanjangan.

Divisi *Finance* bertugas untuk mendata dan merinci arus dana perusahaan, yakni pemasukan dan pengeluaran uang secara detail. Data–data tersebut digunakan sebagai dokumen Teraskota dalam melakukan pemantauan anggaran dan evaluasi bagi manajemen Teraskota *Entertainment Center*.

Kemudian yang terakhir adalah Divisi *Event* & Promosi yang bertugas dalam mengadakan event–event dan melakukan kegiatan promosi. Merencanakan, merealisasikan dan mengontrol keberlangsungan *event* yang ada merupakan tugas utama dari divisi

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014

ini. Selain itu, Divisi *Event* & Promosi bertanggung jawab atas segala kegiatan promosi Terakota seperti *event*, promo harga *tenant*, kolom iklan bagi *tenant* dan sebagainya. Divisi ini turut menjaga hubungan baik dengan media, terutama media–media lokal.

Secara keseluruhan, kelima divisi tersebut saling berinteraksi satu sama lain sebab struktur organisasi yang tidak terlalu besar menciptakan situasi yang komunikatif dan terorganisir. Kegiatan rapat setiap bulan yang melibatkan pihak manajemen dan rapat BOD yang diadakan pada kurun waktu tertentu menjadikan Teraskota semakin matang untuk memberikan yang terbaik bagi pengunjung.

2.1.2 Visi dan Misi Teraskota *Entertainment Center*

Dalam menjalankan seluruh aktivitas, Teraskota *Entertainment Center* memegang teguh visi dan misi yang sudah ditetapkan bersama. Visi dari Teraskota *Entertainment Center* adalah *To Become a Cozymunity Place*, yang mencerminkan komitmen Teraskota untuk menjadi mall yang nyaman untuk berkumpul dan menghabiskan waktu bersama dengan keluarga, sanak saudara, teman-teman maupun rekan kerja. Melihat kondisi di BSD dan sekitarnya yang kini sangat padat, Teraskota *Entertainment Center* menghadirkan mall dengan konsep pusat hiburan yang lengkap, nyaman, menyenangkan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Kemudian untuk merealisasikan visi tersebut, Teraskota memiliki misi yakni *Increasing Loyalty, Profit and Reputation From Customer*. Makna dari misi tersebut adalah harapan Teraskota agar pengunjung loyal terhadap Teraskota *Entertainment Center*. Untuk itulah Teraskota selalu berusaha menjaga hubungan yang baik dengan pengunjung melalui

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014

pemberian *reward* kepada pengunjung setia Teraskota *Entertainment Center* serta mengadakan *event–event* yang menarik dan bermanfaat bagi pengunjung. Teraskota juga berusaha meningkatkan *profit* perusahaan dengan berkerjasama dengan berbagai *tenant* agar pengunjung dapat berbelanja segala kebutuhan di Teraskota. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan reputasi Teraskota *Entertainment Center* sebagai mall dengan pusat hiburan yang lengkap dan menyenangkan.

Secara filosofi, visi dan misi Teraskota *Entertainment Center* tergambarkan dalam logo sebagai berikut :

Gambar 2.1 Gambar Logo Teraskota *Entertainment Center*

TERASKOTA
ENTERTAINMENT CENTER

Sumber : Teraskota *Entertainment Center*

Pada logo tersebut menampilkan bentuk bulat lonjong menggambarkan jagat raya. Garis–garis melengkung pada bagian dalam bulatan tersebut menunjukkan gambar teras. Kemudian warna coklat pada bentuk bulat lonjong dan garis di dalamnya mengesankan unsur bumi yakni tanah. Dari logo tersebut, Teraskota ingin menunjukkan bahwa Teraskota *Entertainment Center* dapat menjadi “teras” untuk berkumpul dan bersantai di tengah hiruk pikuk kota yang semakin padat.

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014

2.1.3 Konsep Teraskota *Entertainment Center*

Sebagai *entertainment center* (pusat hiburan), Teraskota memiliki empat konsep utama yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung. Keempat konsep tersebut antara lain :

1) *Terasfood*

Terasfood merupakan konsep Teraskota yang menghadirkan berbagai macam makanan yang berasal dari lokal maupun internasional. Dalam hal ini, Teraskota berkerjasama dengan perusahaan–perusahaan yang bergerak di bidang makanan. Selain makanan, Teraskota juga menyediakan kafe–kafe lengkap dengan tempat bersantai di dalam maupun di luar mall bagi para pengunjung untuk menikmati sajian sambil bersantai.

2) *Terasfun*

Terasfun merupakan konsep Teraskota dengan menghadirkan berbagai jenis hiburan yang dibutuhkan oleh pengunjung. Berbagai macam *tenant* disediakan Teraskota seperti arena bermain keluarga, tempat karaoke, toko buku dan sebagainya. Untuk melengkapi keceriaan pengunjung, Teraskota menampilkan *live music* setiap hari nya dengan tema dan penampilan band berbakat. Kemudian setiap bulannya, Teraskota mengadakan *event–event* menarik. *Event–event* tersebut dikemas dalam konsep dan tema yang sesuai dengan situasi dan bermanfaat bagi pengunjung. *Terasfun* diharapkan dapat memberikan suasana nyaman, ceria dan meriah kepada pengunjung Teraskota *Entertainment Center*.

3) *Terasfit*

Menyadari pentingnya mendapatkan tubuh yang sehat dan bugar di tengah rutinitas masyarakat yang padat, Teraskota menghadirkan konsep Terasfit. Dalam konsep ini, Teraskota menyediakan *fitness center* dan yoga center bagi pengunjung yang ingin berolahraga.

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014

Kemudian Teraskota juga menyediakan salon bagi para pengunjung yang ingin tampil prima dan segar. Selain itu, Teraskota turut mendukung gerakan sehat bersepeda dengan menyediakan parkir khusus bagi pengunjung yang mengendarai sepeda.

4) *Terasfilm*

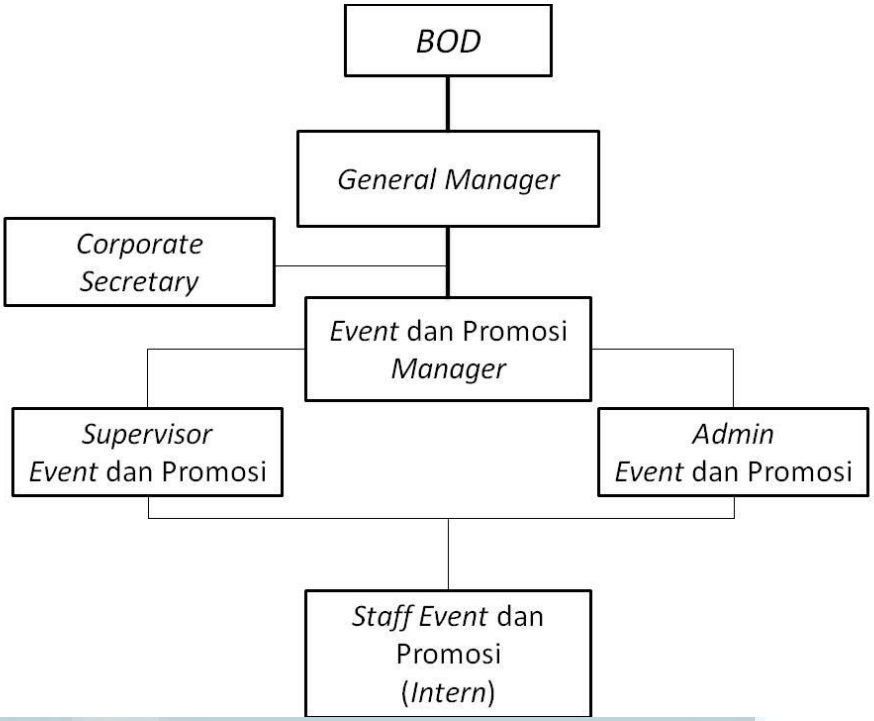
Terasfilm merupakan konsep Teraskota untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang gemar menonton film. Teraskota berkerjasama dengan Blitzmegaplex untuk membuka sembilan auditorium sehingga pengunjung dapat menonton bermacam-macam genre *film* yang ada, mulai dari film lokal hingga manca negara. Dalam hal kerjasama dengan Blitzmegaplex, Teraskota memiliki keunggulan tersendiri karena Teraskota merupakan satu–satunya mall yang menyediakan Blitzmegaplex di Tangerang Selatan. Sehingga bagi masyarakat yang ingin merasakan sensasi menonton di Blitzmegaplex, dapat mengunjungi Teraskota *Entertainment Center*.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Event* dan Promosi

Pada kerja magang di Teraskota *Entertainment Center*, penulis menempati posisi sebagai bagian dari staf divisi *event* dan promosi. Pada mulanya, divisi *event* dan promosi terdiri dari dua supervisor dan satu *admin event* dan promosi. Akan tetapi pada pertengahan periode magang penulis, terdapat perubahan struktur organisasi atas keputusan rapat besar yang dilakukan oleh pihak manajemen Teraskota *Entertainment Center*. Sehingga pada saat ini, posisi staf *event* dan promosi berada langsung di bawah pimpinan *manager event* dan promosi. Berikut adalah gambar kedudukan divisi *event* dan promosi :

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014

Gambar 2.2 Gambar Kedudukan Divisi *Event* dan Promosi



Sumber : Teraskota *Entertainment Center*

Divisi *event* dan promosi bertugas untuk menganalisis, merencanakan dan mengadakan berbagai macam *event* menarik di Teraskota. Divisi ini juga melaksanakan segala bentuk kegiatan promosi di Teraskota *Entertainment Center* (baik mempromosikan *event–event* yang ada di Teraskota, promo yang ditawarkan Teraskota dan *tenant-tenant* yang berkerja sama dengan Teraskota). Selain itu, divisi *event* dan promosi juga menjalankan praktik PR yakni membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder* Teraskota yakni *tenant–tenant* yang berada dan berkerjasama dengan Teraskota, media masa serta masyarakat sekitar. Ragam aktivitas yang dilakukan oleh divisi ini untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* antara lain menyediakan promo menarik bagi *tenant* yang hendak dan sudah bekerja sama dengan Teraskota, memberikan *reward* bagi pengunjung setia Teraskota yang menggunakan *privilege card,* melakukan kerjasama dengan Info Serpong serta media lainnya untuk mengadakan *event* dan sebagainya.

Aktivitas event dan..., Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, FIKOM UMN, 2014