

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tentang Amantara by Agung Sedayu Group

Amantara by Agung Sedayu Group merupakan salah satu unit usaha yang berada di bawah naungan Agung Sedayu Group, sebuah perusahaan yang bergerak di industri properti dan *real estate* sejak tahun 1971 dengan kantor pusat di Jakarta. Seiring dengan perkembangan bisnisnya, Agung Sedayu Group mulai melakukan ekspansi ke sektor ritel melalui pengembangan berbagai proyek, salah satunya dengan mendirikan Amantara pada tahun 2018 sebagai unit bisnis yang berfokus pada gaya hidup *modern*, perhotelan, serta pengembangan ruang komersial.

Amantara didirikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menikmati dan merayakan kehidupan melalui pengalaman ruang yang bermakna. Dalam setiap pengembangannya, Amantara mengedepankan nilai budaya, keberlanjutan, serta komitmen dalam mendukung bisnis lokal dan produk kerajinan tangan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang ritel dan perhotelan, Amantara menghadirkan berbagai proyek komersial yang dikurasi secara khusus, mulai dari ruang tematik, hotel, hingga pusat perbelanjaan dengan konsep yang kuat, guna menciptakan pengalaman yang unik bagi pengunjung melalui pengelolaan profesional serta pelayanan yang ramah dan menyenangkan (Amantara-ASG, 2026).

Sebagai pelopor gaya hidup *modern*, Amantara by Agung Sedayu Group menghadirkan beragam destinasi yang ditujukan bagi masyarakat urban yang menghargai budaya, menerapkan prinsip keberlanjutan, serta memiliki kepedulian terhadap perkembangan bisnis lokal dan UMKM. Perusahaan ini beroperasi di sektor ritel, perhotelan, dan pengelolaan pusat perbelanjaan, dengan jumlah karyawan yang mencapai sekitar 1.000 hingga lebih dari 5.000 orang. Selain itu, Amantara by Agung Sedayu Group terus memperluas portofolio proyeknya ke berbagai lokasi strategis, khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Kantor pusat

Amantara by Agung Sedayu Group berlokasi di ASG Tower, kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta (Amantara-ASG, 2026).



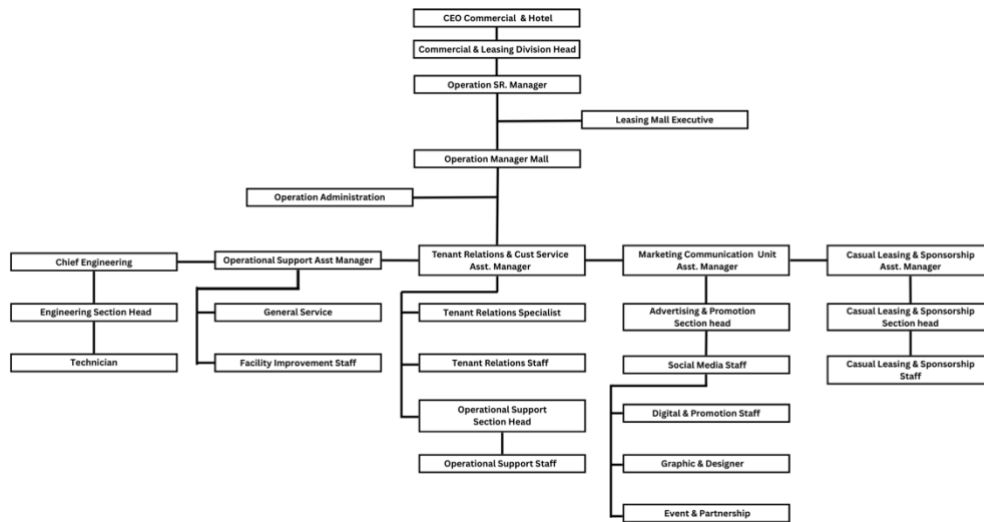
Gambar 2.1.1 Logo Amantara

Sumber : Amantara (2024)

Amantara by Agung Sedayu Group mengusung tagline “*Creating The Better Life*” yang merefleksikan visi perusahaan dalam menghadirkan destinasi modern yang tidak hanya memiliki keunikan, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip keberlanjutan (*sustainable living*). Melalui tagline tersebut, Amantara by Agung Sedayu Group menegaskan komitmennya untuk mendorong serta melibatkan pelaku bisnis lokal dan UMKM dalam setiap pengembangan proyek yang dijalankan. Sinergi yang terjalin antara perusahaan dan para *tenant* diharapkan mampu menciptakan dampak positif yang berkelanjutan, sekaligus memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak dalam jangka panjang.

2.2. Struktur Organisasi

Amantara by Agung Sedayu Group telah beroperasi selama kurang lebih tujuh tahun sebagai perusahaan yang bergerak di bidang properti dan ritel. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Amantara by Agung Sedayu Group memiliki struktur organisasi yang terdiri dari berbagai posisi dan divisi dengan tugas serta tanggung jawab yang terstruktur, sebagaimana ditunjukkan pada bagan struktur organisasi perusahaan.



Gambar 2.2.1 Struktire Amantara Harmoni Exchange

Sumber : Olahan Data Penulis (2026)

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, posisi tertinggi ditempati oleh *Chief Executive Officer* (CEO) Commercial & Hotel yang bertanggung jawab dalam menetapkan arah strategis perusahaan serta mengawasi keseluruhan aktivitas operasional. Di bawah CEO terdapat *Commercial & Leasing Division Head*, yang membawahi operasional komersial dan penyewaan kawasan. Selanjutnya, pengelolaan operasional mall berada di bawah koordinasi *Operation Mall Senior Manager*, yang bertanggung jawab atas jalannya kegiatan operasional pusat perbelanjaan secara menyeluruh.

Divisi *Marketing Communication* berada di bawah koordinasi *Operations Manager* Harmoni Exchange dan memiliki peran dalam mendukung aktivitas pemasaran serta komunikasi *brand mall*. Divisi ini dibawah naungan *Departement Marketing Communications Unit Assistant Manager* dan terbagi ke dalam beberapa unit kerja, antara lain *Advertising & Promotion*, *Social Media*, *Graphic Designer*, *Event & Community*, serta *Casual Leasing & Sponsorship*.

1. Advertising & Promotion

Divisi *Advertising & Promotion* bertanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan strategi promosi untuk meningkatkan eksposur serta daya tarik *mall* kepada masyarakat. Ruang lingkup pekerjaannya meliputi

perencanaan kampanye promosi, penyusunan konsep komunikasi pemasaran, pengelolaan media promosi, serta koordinasi dengan pihak internal maupun eksternal terkait pelaksanaan aktivitas promosi. Unit ini juga berperan dalam memastikan pesan promosi yang disampaikan selaras dengan identitas dan positioning *brand mall*.

2. *Social Media*

Divisi *Social Media* bertugas mengelola seluruh kanal media sosial milik Harmoni Exchange, seperti Instagram dan TikTok. Tanggung jawab unit ini mencakup perencanaan konten, penjadwalan unggahan, penulisan caption yang informatif dan persuasif, serta pemantauan performa konten melalui data engagement. Selain itu, unit Social Media juga berperan dalam menjaga konsistensi komunikasi brand, berinteraksi dengan *audiens*, serta menyesuaikan konten dengan tren digital yang relevan.

3. *Graphic Designer*

Divisi *Graphic Designer* berperan dalam memproduksi berbagai materi visual yang mendukung aktivitas pemasaran dan komunikasi perusahaan. Tugas utamanya meliputi perancangan *poster*, *banner*, konten media sosial, materi publikasi *event*, serta kebutuhan visual lainnya baik untuk keperluan internal maupun eksternal. Unit ini memastikan seluruh materi visual memiliki konsistensi desain dan sesuai dengan identitas visual Harmoni Exchange.

4. *Event & Community*

Divisi *Event & Community* bertanggung jawab dalam merancang dan menyelenggarakan berbagai kegiatan *event* serta aktivitas berbasis komunitas dengan tujuan meningkatkan brand engagement dan pengalaman pengunjung. Unit ini mengoordinasikan perencanaan konsep acara, pelaksanaan teknis *event*, kerja sama dengan *tenant* maupun komunitas eksternal, serta evaluasi kegiatan *pasca-event*. Aktivitas yang dijalankan

oleh unit ini berperan penting dalam menciptakan interaksi langsung antara brand dan audiens.

5. *Casual Leasing & Sponsorship*

Divisi *Casual Leasing & Sponsorship* bertugas mengelola penyewaan area *mall* secara temporer serta kerja sama sponsorship dengan pihak eksternal. Tanggung jawabnya meliputi pencarian mitra kerja sama, negosiasi penyewaan dan *sponsorship*, koordinasi kebutuhan promosi mitra, serta memastikan kegiatan *casual leasing* berjalan sesuai dengan konsep dan regulasi *mall*. Unit ini berkontribusi dalam mendukung pemasukan non-tenant sekaligus memperkaya aktivitas promosi di area *mall*.

Dalam pelaksanaan kegiatan CAP 2, penulis menempati posisi sebagai intern pada unit *Event & Partnership* yang berada di bawah Divisi *Marketing Communication*. Secara struktural, posisi penulis berada di bawah koordinasi langsung *Event & Partnership Staff* dan berada dalam pengawasan *Marketing Communications Unit Assistant Manager*. Sebagai *Event & Partnership Intern*, penulis terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi berbagai kegiatan event serta aktivitas komunitas yang diselenggarakan oleh Harmoni Exchange.

Ruang lingkup tugas penulis meliputi keterlibatan dalam persiapan konsep acara, koordinasi teknis pelaksanaan *event*, pendataan *tenant* dan komunitas yang terlibat, serta dukungan operasional selama kegiatan berlangsung. Selain itu, penulis juga berperan dalam membantu dokumentasi kegiatan dan mendukung kebutuhan komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan event dan aktivitas komunitas. Melalui posisi tersebut, penulis memperoleh pemahaman langsung mengenai alur kerja Divisi *Marketing Communication* serta kontribusi unit *Event & Partnership* dalam membangun *brand awareness* Harmoni Exchange.

2.3 Tentang Amantara by Agung Sedayu Group

Amantara yang didirikan pada tahun 2018 merupakan bagian dari Agung Sedayu Group dan telah terlibat dalam berbagai proyek serta menjalin kerja sama

dengan pihak eksternal dari beragam bidang. Melalui pelaksanaan proyek-proyek tersebut, Amantara berhasil menghadirkan ruang-ruang yang tidak hanya berorientasi pada fungsi komersial, tetapi juga dirancang sebagai wadah interaksi sosial dan aktivitas kreatif. Adapun beberapa proyek unggulan yang telah dikembangkan oleh Amantara akan dijabarkan sebagai berikut:

2.3.1 Best Retail Development

Tahun 2022, curated spaces yang dikelola oleh Amantara, yaitu Batavia PIK dan Pantjoran PIK, berhasil meraih penghargaan dalam ajang PropertyGuru Indonesia Property Awards ke 8 yang diselenggarakan pada 11 November 2022. Ajang *Property Guru Indonesia Property Awards* merupakan acara apresiasi yang ditujukan untuk memberikan penghargaan kepada proyek-proyek terbaik dalam bidang desain, pengembangan, serta inovasi di industri properti sepanjang tahun.



Gambar 2.3.1 1 Dokumentasi Best Retail Development

Sumber : Amantara (2022)

Penghargaan yang diraih antara lain Batavia PIK curated by AMANTARA sebagai *Best Retail Development* serta Pantjoran PIK curated by AMANTARA sebagai *Best Retail Architectural*.

2.3.2 Indonesian Design Week (IDW)

Indonesia Design Week (IDW) merupakan sebuah acara yang diselenggarakan oleh salah satu curated spaces Amantara, yaitu

Indonesia Design District. Acara *Indonesia Design Week* menghadirkan beragam rangkaian kegiatan, seperti *workshop*, *talkshow*, *showcase*, *exhibition*, serta berbagai program pendukung lainnya. *Indonesia Design Week* dilaksanakan selama sepuluh hari, mulai dari tanggal 10 Oktober hingga 20 Oktober 2024.



Gambar 2.3.1 2 Dokumentasi Indonesia Design Week

Sumber : AMANTARA (2022)

Dalam penyelenggaraannya, *Indonesia Design Week* turut melibatkan sejumlah seniman dan *Key Opinion Leader* (KOL) untuk berkolaborasi dan meramaikan acara. Adapun tujuan utama dari pelaksanaan acara ini adalah untuk merayakan serta mengapresiasi kekayaan dan perkembangan desain Indonesia.