

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang ICE BSD City

Indonesia Convention Exhibition (ICE) merupakan BSD City ini merupakan pusat konvensi di bawah naungan PT International Indonesia Expo (IIE), sebuah perusahaan hasil kolaborasi antara Sinar Mas Land dan Kompas Gramedia. Gedung ICE BSD City ini telah diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2015. Saat ini, ICE BSD City berada di bawah kepemimpinan E. Ernawan yang menjabat sebagai Presiden Direktur dari tahun 2022 hingga saat ini. ICE BSD City ini sendiri, berlokasi di Jl. BSD Grand Boulevard No.1, Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten.



Gambar 2. 1 LinkedIn milik E Ernawan

Gedung ICE BSD City ini dibangun bukan semata-merta tanpa tujuan, melainkan dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya industri pada jasa penyelenggaraan meetings, incentive, conference, dan exhibition (MICE) yang diikuti dengan ekonomi Indonesia yang stabil dan semakin membaik. Dari keberhasilan industri MICE terhadap stabilitas ekonomi, Indonesia semakin dilirik oleh penyelenggara pameran dan konferensi mancanegara.

Gedung MICE Terbesar se-Asia Tenggara Dioperasikan awal 2015

Tuesday, July 22, 2014 1:05 PM

Share:    

Timlo.net – PT Indonesia Internasional Expo (IIE) menargetkan proyek pembangunan gedung Indonesia Convention and Exhibition (ICE) senilai Rp 3,8 triliun di BSD City, Tangerang, bisa dioperasikan awal 2015. Perusahaan patungan Grup Kompas Gramedia dan Sinar Mas Land itu telah menunjuk Hannover Fairs Internasional, anak usaha raksasa bisnis pameran dan konvensi Jerman Deutsche Messe AG sebagai operator gedung pameran dan konvensi terbesar dan termegah se-Asia Tenggara itu.

Baca juga: [Raksasa Jerman Kelola Gedung Pameran Terbesar di Indonesia](#)

Alasan Pembangunan ICE BSD

Pembangunan sarana ini dilatarbelakangi dengan makin berkembangnya industri jasa penyelenggaraan pertemuan, insentif, konferensi dan pameran (MICE) serta stabilitas ekonomi yang semakin membaik sehingga Indonesia mulai dilirik pangsa pasar penyelenggara pameran dan konferensi mancanegara, ujar Danny Budiharto, Presiden Direktur PT Indonesia International Expo (IIE) di Jakarta, Senin (7/7/2014).

Gambar 2. 2 Alasan pembangunan ICE BSD City

(Sumber: bsdcity.com)

Keberadaan venue dengan kapasitas besar pada tahun 2014 tidak sebanding dengan banyaknya jumlah pameran, konferensi, dan acara dengan skala nasional dan internasional. ICE BSD City yang dibangun dengan total investasi Rp 3,8 triliun ini harapannya dapat memberikan pertumbuhan dan manfaat bagi semua pihak, baik penyelenggara ataupun pemangku kepentingan.

Agar dapat memberikan dampak nyata, ICE BSD City membangun gedung di lahan seluas 220.000 meter persegi dengan luas lahan *outdoor* sebesar 35.000 meter persegi dengan keunggulannya, yang memiliki pelayanan yang ramah dan lengkap dengan standar internasional, reputasi baik dan dikelola secara profesional, layanan penyelenggaraan acara yang lengkap dan menyeluruh, serta lokasi yang mudah diakses.

Keunggulan ICE BSD City yang berorientasi pada pelayanan yang ramah dan lengkap dengan standar internasional tampak pada berbagai fasilitas unggul yang diberikan. Pertama, ICE BSD City terkenal dengan banyaknya jumlah *exhibition hall*, yaitu 10 ruang pameran dengan total luas 50.000 meter persegi. Hallnya pun dapat digunakan untuk berbagai jenis acara. Selain dari kapasitas hallnya yang luas, ICE BSD City tidak luput untuk memperhatikan kenyamanan pengunjungnya, yang dimana setiap hallnya diberikan pendingin ruangan yang

cukup. Beberapa *event organizer*, seperti Richard Buntario mengatakan kalau ruangan tertutupnya dan pendingin ruangan pada ICE BSD City membuat kegembiraan acara lebih terasa, karena mampu memberikan kenyamanan pada pengunjung.



Gambar 2. 3 Respon Richard Buntario terhadap ICE BSD City

(Sumber: YouTube Ice Indonesia)

Selain *hall*nya, ICE BSD City memiliki fasilitas unggulan lainnya, yaitu berupa ruangan pertemuan yang disesuaikan dengan kebutuhan para kliennya. Mulai dari Garuda room (20), Cendana room (6), Kalimaya room (3), dan VIP room. Banyaknya ruang meeting di ICE BSD City, menjadi tanda bahwa ICE memiliki kepedulian penuh terhadap kegiatan klien yang dinamis dan beragam. Bukan hanya itu, ICE BSD City juga menyediakan masjid, minimarket, tempat pengisian kendaraan listrik, layanan parkir valet, dan ruangan medis. Ketersediaan ruangan tersebut memungkinkan klien untuk mengadakan rapat di waktu yang bersamaan, tanpa adanya gangguan. Dengan begitu, fasilitas tersebut menunjukkan keunggulan yang dimiliki ICE BSD City untuk memberikan yang terbaik kepada para klien (pemangku kepentingan).

Keunggulan selanjutnya yang dimiliki oleh ICE BSD City adalah reputasi baiknya yang dikelola secara profesional, nampak pada beragamnya acara yang

diselenggarakan dan penghargaan yang didapatkan ICE BSD City. Salah satunya adalah Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS), yang merupakan acara tahunan yang rutin diselenggarakan oleh para penggemar otomotif, di ICE BSD City. Dalam penyelenggaraannya, ICE BSD City mampu menampung setidaknya 60 peserta pameran dari berbagai merek otomotif yang menampilkan berbagai jenis kendaraan dan inovasi desainnya. Bukan hanya itu, GIIAS 2025 mendapatkan sebanyak 485.569 pengunjung dan ICE BSD City berhasil menampungnya. Meskipun acaranya menampilkan berbagai macam jenis kendaraan dan didatangi oleh banyaknya pengunjung, ICE BSD City tetap dapat mengontrol fasilitasnya dengan baik, tetap terorganisir. Hal inilah yang menunjukkan reputasi baik yang dikelola secara profesional beranjak dari exhibitor untuk tetap memilih ICE BSD City, dan ICE BSD City mempertahankannya dengan selalu memberikan pelayanan yang optimal.

Keunggulan selanjutnya adalah bagaimana ICE BSD City mampu memberikan layanan yang lengkap dan menyeluruh. Hal ini nampak pada kehadiran SALT sebagai layanan yang menyediakan makanan dan minuman bagi pengunjung dan penyelenggara acara di ICE BSD City. Bukan sebagai tempat makan saja, SALT juga menyediakan ruang makan privat yang dapat digunakan untuk kegiatan acara apapun. Selain itu, ICE BSD City juga memiliki *chef* dan karyawan profesional yang mampu menyajikan berbagai jenis makanan yang menyesuaikan dengan kebutuhan acara.

Bukan hanya dari sisi pelayanan penyajian makanan saja, ICE BSD City juga memiliki ICE *Partnership and Event Creation* (ICE-PEC) yang menyediakan layanan pengelolaan acara, untuk membantu membuat acara konser, pameran, dan aktivasi merek yang mengikuti perkembangan di era digital ini. Adapun beberapa acara yang pernah dibuat oleh ICE-PEC seperti, PetFest, IHHD, Parentale, Golden Disc Award, dan ICE Fest. Dari acara ini, menjadi bukti bahwa ICE-PEC mampu membantu klien untuk mencapai konsepnya dalam membuat sebuah rangkaian acara. ICE-PEC sendiri memiliki 3 komponen yaitu, ICE *Creation* yang aktif untuk menyelenggarakan sebuah acara, ICE *Partnership* yang membantu untuk mencari

kemitraan dan membangun relasi antar brand dalam suatu acara, dan ICE *Production* yang memiliki bagian untuk aktivasi suatu event, dengan membuat booth. Hal ini dikarenakan layanan ICE-PEC yang berfokus untuk membangun kemitraan, menunjang kebutuhan acara dalam produksi *booth*, sampai pembuatan acara itu sendiri.

Adapun *Oh My Food* yang merupakan manajemen tenant makanan untuk acara yang diselenggarakan di ICE BSD City. *Oh My Food* membantu penyelenggara acara dalam pengelolaan dari kebutuhan makanan bagi pengunjung, sehingga para penyelenggara acara dapat berfokus pada acara utama. Hadirnya layanan *Oh My Food* ini membantu untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung, sehingga mendorong mereka untuk menghabiskan waktu yang lebih lama pada acara tersebut.

Keunggulan terakhir yang dimiliki ICE BSD City adalah lokasinya yang strategis, sehingga memudahkan para pemangku kepentingan untuk bepergian. ICE BSD City bertempat di Tangerang Selatan, yang di mana ini dekat dengan Jakarta. Sehingga, para pengunjung cukup membutuhkan waktu 3 menit untuk mengakses jalan tol, 5 menit dari stasiun kereta, 10 menit dari stasiun Transjakarta, 5 menit dari intermoda, dan 35 menit dari Bandara Soekarno-Hatta. Lokasinya yang strategis, juga menciptakan kedekatan dengan setidaknya 4.000 kamar hotel, 20 *mall* dan tempat perbelanjaan, 65 tempat hiburan, 20 objek wisata, 65 rumah sakit. Keunggulan yang dimiliki ICE BSD City menjadi bukti dan tanda bahwa ICE BSD City menunjang dan memfasilitasi berbagai jenis kegiatan dan kebutuhan acara bagi masyarakat maupun pelaku industri.

Maka dari itu, tak heran kalau ICE BSD City berhasil meraih beberapa penghargaan sebagai bentuk pengakuan atas usaha kerasnya untuk menjadi pilihan pertama dalam industri MICE. Mulai pemenang dari *Indonesia's Best Convention Centre* dari *world MICE Awards 2025*, *Facilities Upgrade of the Year* dari *Travel daily media 2025*, dan *Meeting & Conferencing Property of the Year* dari *Travel daily media*. Hal ini menjadi tanda bahwa ICE BSD memiliki pelayanan yang optimal, yang diakui oleh pihak eksternal.

Selain penghargaan yang diraihnya, kualitas ICE BSD City juga tercermin dari kepercayaan publik terhadapnya dan pemberitaan media yang ada. Salah satu dari beberapa media yang menyorot keberhasilan ICE BSD City dalam membentuk venue yang nyaman adalah [Investor.id](https://investor.id), yang mengatakan kalau ICE BSD City venue yang mampu memberikan kenyamanan dan mendukung berbagai jenis acara, mulai dari konser, pameran, hingga pertemuan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan tidak hanya diakui dengan mendapatkan penghargaan saja, melainkan juga dirasakan langsung oleh pengguna. Tidak sedikit pemangku kepentingan yang menunjukkan respon positif terhadap pelayanan yang dan fasilitas yang ditawarkan oleh ICE BSD City.

Secara keseluruhan, ICE BSD City benar-benar menunjukkan komitmennya sebagai perusahaan di industri MICE yang berusaha untuk menjadi pilihan pertama pada setiap pemangku kepentingan, dengan mengutamakan venue yang nyaman bagi para pengunjung.

2.2 Visi Misi ICE BSD City

Berikut adalah Visi dan Misi yang dimiliki ICE BSD City

VISI

Leading world class for international experience (Menjadi yang terdepan dalam menghadirkan pengalaman berstandar internasional.)

MISI

To deliver excellence and sustainable services with international standards (Memberikan layanan unggul dan berkelanjutan dengan standar internasional.)

TAGLINE: *World class Experience*

Di tengah banyaknya persaingan dalam industri MICE, ICE BSD City memiliki tujuan jangka panjang untuk menempatkan dirinya sebagai salah satu yang unggul, khususnya di tingkat internasional. Hal ini dilakukan dengan terus meningkatkan kualitas, fasilitas, serta pengalaman yang diberikan kepada pemangku kepentingan, sehingga mampu bersaing di dunia global.

Melalui misinya, ICE BSD City berupaya memberikan pelayanan terbaik guna mencapai kepuasan maksimal bagi seluruh pihak, baik pengunjung, klien, maupun mitra kerja. Upaya ini diwujudkan melalui pengembangan yang berkelanjutan serta penyesuaian terhadap kebutuhan audiens, sehingga setiap kegiatan yang diselenggarakan dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi target audiensnya. Dengan demikian, ICE BSD City menunjukkan bahwa bersaing di tingkat internasional merupakan hal yang dapat dicapai melalui komitmen untuk selalu berinovasi disertai dengan kualitas terbaik.

Tagline yang dimiliki ICE BSD City merupakan sebuah penanda bahwa ICE BSD City memberikan pengalaman yang berkelas, yaitu *professional* dan memuaskan

2.3 Struktur Organisasi ICE BSD City



Gambar 2. 4 Struktur organisasi PT IIE

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Penulis memperoleh informasi terkait struktur perusahaan dari dokumen perusahaan, namun hanya dapat meliputi sebagian dari keseluruhan struktur organisasi perusahaan mengikuti persyaratan yang disampaikan oleh HR ICE BSD City. Struktur tersebut dipimpin oleh *General Manager*, yang membawahi beberapa kepala departemen, *Head of Sales and Marketing*. Kemudian ICE-PEC serta *Finance* yang tidak berada dibawah pimpinan General Manager.

Mengingat penulis merupakan bagian dari departemen *Marketing communication*, maka pembahasan akan difokuskan pada penjelasan terkait tugas dan posisi yang terdapat dalam departemen *Marketing communication*.

Departemen *Marketing communication* bertanggung jawab terhadap pemasaran terhadap ICE BSD City maupun acara-acara yang terselenggara di ICE BSD City. Berikut tugas yang dilakukan oleh departemen *Marketing communication* pada ICE BSD City:

1. *Marketing Activities*

- a. Meningkatkan *awareness brand*

Marketing communication bertugas untuk meningkatkan *awareness brand* dengan memperkenalkan fasilitas yang dimiliki oleh ICE BSD City kepada organisator dan komunitas, berusaha untuk mengukur kesadaran masyarakat terhadap ICE BSD City, melakukan monitoring pada kompetitor, dan memperkuat *brand recall*.

- b. Kampanye digital

Marketing communication bertugas untuk melakukan kampanye digital dengan mengutamakan pesan bahwa ICE BSD City adalah pilihan utama dalam mengadakan acara, karena fasilitasnya yang memuaskan.

- c. Aktivasi event

Marketing communication bertugas untuk aktif terlibat dalam meningkatkan keramaian atau pengunjung pada booth milik ICE BSD City pada beberapa event, salah satunya adalah Bridestory Market.

- d. Penempatan brand

Marketing communication aktif untuk merancang strategi dalam menempatkan konten ICE BSD pada titik-titik strategis.

- e. Pembaharuan terhadap asset perusahaan

Marketing communication bertugas untuk terus memperbaharui *company profile* pada *website*, membantu *Sales* dalam memperbaharui data, dan membantu tim lain untuk terus dipromosikan dengan materi baru.

2. *Digital Activities*

- a. Pengelolaan media sosial

Marketing communication bertugas untuk mengawasi agensi media sosial untuk menyampaikan dengan tepat pesan yang ingin disampaikan. Selalu memastikan kontennya sesuai dengan brief & membangun engagement. Bukan hanya Instagram saja, pada media sosial YouTube dan LinkedIn, setiap acara harus terpublikasikan dengan baik pada media yang dimiliki ICE BSD City.

- b. Pengelolaan website

Marketing communication bertugas untuk mengunggah konten promosi suatu acara yang akan berlangsung di ICE BSD City pada website dengan menyesuaikan brief dari klien serta tone milik ICE BSD City.

- c. Pengelolaan reputasi

Marketing communication bertugas untuk mengawasi pendapat masyarakat terhadap ICE BSD City melalui *google review*.

- d. Membangun kerja sama

Marketing communication bertugas untuk berkolaborasi dengan penyelenggara acara dalam memperluas jangkauan ICE BSD City, maupun acara dari pihak penyelenggara.

3. *Public Relation Activities*

- a. Monitoring pemberitaan ICE

Marketing communication bertugas untuk melakukan pencarian dan pendataan menggunakan tools digital agar dapat mengetahui media yang menyebutkan ICE BSD. Tujuannya untuk merancang strategi dalam memperkenalkan ICE BSD City melalui liputan-liputan dari media.

b. *Press release* dengan media

Marketing communication bertugas untuk menggunakan layanan dari agensi untuk memperluas jangkauan ICE BSD City melalui media-media terpilih.

Departemen *Marketing communication* juga seringkali diminta untuk membantu ICE-PEC untuk memperluas jangkauannya, salah satunya dengan aktif mengelola akun instagram ICE-PEC.

