

**PERAN *EVENT MANAGEMENT CENTRAL PARK MALL* DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN PUSAT PERBELANJAAN BERNUANSA *GO GREEN***

Oleh

Nama : Adriana Silvia

NIM : 69100092

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2014

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

**PERAN *EVENT MANAGEMENT CENTRAL PARK MALL* DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN PUSAT PERBELANJAAN BERNUANSA *GO*
*GREEN***

Diajukan Oleh

Nama : Adriana Silvia

NIM : 69100092

Jakarta, 11 September 2014

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Siti Meisyaroh, S.Sos., M. Soc. Sc)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2014

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Adriana Silvia / 69100092 / 2014 / Peran *Event Management Central Park Mall* dalam Mengkomunikasikan Pusat Perbelanjaan Bernuansa *Go Green* / Siti Meisyaroh, S.Sos., M.Soc.Sc.

Dunia bisnis dan pariwisata merupakan peluang yang cukup baik untuk ke depannya nanti. Persaingan bisnis yang ada begitu cepat, dimana setiap mal yang ada bukan hanya menunjukan kualitas produknya saja melainkan harus mengedepankan kualitas dalam bentuk keunikan pelayanan dan *event-event* yang diadakan. *Central Park Mall* mengusung nuansa *Go Green* dalam konsep mal tersebut. *Event Management* dirancang oleh *Central Park Mall* guna mengkomunikasikan adanya pusat perbelanjaan di Jakarta yang memiliki konsep ramah lingkungan. Peran *event management Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green* menjadi topik dalam penelitian ini.

Penggunaan *event management* dan promosi menjadi salah satu strategi *Central Park Mall* dalam memperkenalkan dan mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green* pada masyarakat. *Event management* ini memiliki peranan penting dalam melakukan promosi, di mana *event* dan promosi memiliki keterkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Dengan begitu, *event management* dan promosi yang ada dapat berjalan dengan baik demi tujuan mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green* ini.

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan agar peneliti mampu mendapatkan informasi secara rinci sehingga peneliti dapat menganalisisnya lebih dalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Anastasia Prima selaku *Senior Media and Public Relataion officer*, Michelle dan Sylvie Tan selaku pengunjung *Central Park Mall*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *event management* yang dirancang *Central Park Mall* memiliki peran yang penting dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*. Dengan adanya *event* dan promosi yang diadakan, *Central Park Mall* mendapatkan tanggapan-tanggapan yang positif dari para pengunjung mal tersebut.

Oleh karena itu peran *event management* menjadi sangat penting bagi *Central Park Mall*, karena akan sangat terlihat respon dari masyarakat luas terhadap pusat perbelanjaan tersebut. Selain itu, penggunaan promosi dan *event* yang berkaitan juga dengan nuansa *Go Green* mampu mendukung publikasi *Central Park Mall* sebagai Pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green* pada masyarakat.

Kata kunci : *event management*, komunikasi, promosi, *Central Park Mall*

ABSTRACT

Adriana Silvia / 69100092/2014 / *Act of Event Management in Central Park Mall as a Go Green Shopping Center* / Siti Meisyaroh, S.Sos., M.Soc.Sc.

The world of business and tourism is a good opportunity for the future later. One of the fastest business competition in the world, where every mall is not only show the quality of product but also showing how to put forward the quality of different services and the event they have made. That is the reason why Central park mall use the Go Green concept. Event Management made by Central Park Mall only for communicating that there is shopping center use the Go Green concept. Act of Event Management is being main topic in this observation.

Event Management and Promotion is being one of strategy to introducing shopping center themed Go Green concept to all people. Event Management have an important part on doing promotion that event and promotion have a strong linkages each other. So event management and promotion can work well to the purpose of communicating the Go Green concept Mall.

Researcher use qualitative research method. Qualitative research is used that researcher are able to receive detailed information so that researchers can analyze it more. Data collection techniques used by the researcher are interviews, observation and documentation. Interviews were conducted to Anastasia Prima, as a Senior of Media and Public Relation officer, Michelle and Sylvie Tan as visitors of Central Park Mall.

The results showed that the event management made by Central Park Mall has an important position in communicating the Go Green concept shopping center. That is the reason of Central Park Mall to get positive responses from the visitor.

Therefore the act of Event Management becomes very important department for Central Park Mall. In addition, the use of promotion and event also able to support the Central Park Shopping Mall as a themed Go Green on society.

Keywords : *Event Management, Communication, Promotion, Central Park Mall*





KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi konsentrasi *Marketing Communication* di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, semangat serta dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Pihak-pihak yang telah berjasa yaitu:

1. Bapak Deavvy M.R.Y Johassan, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah membantu dan memberikan mata kuliah kepada penulis selama perkuliahan.
2. Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos., M.Soc.Sc selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar membimbing, memberi saran, waktu, tenaga, masukan, diskusi, dan bantuan untuk penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie terutama para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang tiada ternilai kepada penulis sejak semester awal sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata satu.
4. Napi, Mami, Adriaus Vicky dan Yohanes Kelvin serta seluruh keluarga yang telah ikut mendoakan dan memberikan semangat dengan penuh cinta kasih kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.



5. Teman-teman terbaik Sylvia Chang, Michelle Octavia, Florencia Triana, Dian Tanjung,

Joana Melias, Fransiska Muliawati, dan Kevin Febrianto yang selalu memberikan bantuan dan semangat di saat penulis mengalami kejenuhan saat membuat dan menyelesaikan pembuatan skripsi.

Teman-teman kuliah seperjuangan dalam pembuatan skripsi Nancy Koestomo, Florencia, Melsa Erdyanlie, Agnes Telianto, Marsella Patrianny, dan teman-teman lainnya yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh pihak *Central Park Mall* terutama narasumber *Central Park Mall*, Ibu Anastasia Prima yang turut membantu penulis untuk mendapatkan data wawancara dan dokumentasi *event-event*.

8. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam penulisan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, penulis berharap adanya masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada para pembaca skripsi ini. Terima Kasih.

Jakarta, September 2014

Adriana Silvia

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Identifikasi Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teoritis.....	8
1. <i>Event Management</i>	8
a. <i>Event</i>	8
b. Pengertian <i>Event Management</i>	11
c. Dasar-dasar <i>Event Management</i>	12
2. Komunikasi.....	15
a. Pengertian Komunikasi.....	15
b. Unsur Proses Komunikasi.....	16



Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

c. Tujuan, Peran, dan Fungsi Komunikasi	17
d. Komunikasi Pemasaran	21
3. Pusat Perbelanjaan	26
4. Nuansa <i>Go Green</i>	28
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Subjek Penelitian.....	36
B. Metode Penelitian.....	36
C. Jenis Data	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum	44
1. Profil Perusahaan.....	44
2. Profil Produk.....	47
3. Profil Informan.....	51
B. Analisis dan Pembahasan	52
1. Event yang dirancang <i>Event Management</i>	53
2. <i>Event Management Central Park Mall</i>	62
3. Cara <i>Event Management</i>	68



4. Mengkampanyekan *Go Green*.....70

C C. Hasil Penelitian. 74

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN81

A. Kesimpulan.....81

B. Saran.....81

DAFTAR PUSTAKA83

LAMPIRAN.....86

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1	Komponen dalam Analisis Data	42
Gambar 4.1	Logo Agung Podomoro Land	44
Gambar 4.2	Logo Central Park Mall.....	47
Gambar 4.3	Tampak Belakang Central Park Mall.....	48
Gambar 4.4	Penghargaan Asia Pasific Property Awards 2011.....	49
Gambar 4.5	Penghargaan Asia Pasific Property Awards 2012.....	50
Gambar 4.6	Penghargaan Total Quality Management.....	51

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



- Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Profil Informan.....	86
Lampiran 2	Hasil Wawancara dengan Informan I.....	87
Lampiran 3	Hasil Wawancara dengan Informan II.....	93
Lampiran 4	Hasil Wawancara dengan Informan III.....	95
Lampiran 5	Foto foto <i>Event</i> dan Promosi <i>Central Park</i>	98

© Hak Cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.