



BAB I

PENDAHULUAN

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

A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dunia bisnis dan pariwisata merupakan peluang yang cukup baik untuk ke depannya nanti, dimana dunia pariwisata dan bisnis telah tumbuh menjadi sebuah industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang lebih menjanjikan lagi di masa yang akan datang. Dunia bisnis dan pariwisata dapat berkaitan satu dengan yang lainnya. Misalnya saja, pusat perbelanjaan atau biasa disebut mal. Saat ini pusat perbelanjaan atau mal tidak hanya sebagai tempat berbelanja, namun dapat dijadikan sebagai tempat hiburan atau tempat berwisata. Hal ini dikarenakan beberapa pusat perbelanjaan diberikan konsep yang berbeda dan menarik dari pusat perbelanjaan biasanya.

Mal atau pusat perbelanjaan merupakan istilah yang tak asing lagi, terlebih bagi masyarakat ibukota. Mal juga merupakan jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur, sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Hal ini karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mal memiliki tinggi tiga lantai.

Seiring berkembangnya jaman, semakin berkembang pula pusat perbelanjaan yang ada terutama di daerah Ibu Kota Jakarta. Mal merupakan tempat di mana semua kalangan dari anak-anak hingga lansia dapat menghabiskan waktu

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.



bersama keluarga maupun kerabat. Mal terutama di daerah Jakarta sudah bertebaran dimana-mana yang membuat suatu rutinitas sebagian masyarakat untuk mengunjungi Mal setiap harinya. Mal atau pusat perbelanjaan yang dapat ditemui di setiap sudut Ibukota Jakarta contohnya Plaza Senayan, Senayan City, Plaza Indonesia, Grand Indonesia, Mal Taman Anggrek, Mal Ciputra, Mal Emporium Pluit, Pluit Village, Supermal Karawaci, Mal Kelapa Gading, *Baywalk Mall* Pluit, *Mall of Indonesia*, *Lippo Mall* Kemang, dan masih banyak mal - mal lainnya.

Persaingan bisnis di era perkembangan teknologi yang begitu cepat, dimana setiap mal yang ada bukan hanya menunjukkan kualitas produknya saja melainkan harus mengedepankan kualitas dalam bentuk keunikan pelayanan dan *event-event* yang diadakan. Saat ini, masyarakat Jakarta sudah menjadikan mal sebagai pusat perbelanjaan yang dijadikan juga sebagai tempat rekreasi keluarga. Dimana, disamping fungsi utama dari mal tersebut sebagai tempat berbelanja. Pusat perbelanjaan pada umumnya menyediakan juga sarana hiburan dalam misinya menawarkan suasana yang kondusif dan berbeda bagi para pengunjung untuk menghabiskan waktunya dengan bersantai bersama.

Semakin banyak pusat perbelanjaan yang ada terutama di daerah Jakarta membuat persaingan antara mal semakin ketat. Maka dari itu, setiap mal memiliki konsep, ide, dan ciri khas masing-masing supaya dapat menarik masyarakat, yang dapat dilihat dari konsep desain interior dan eksterior yang berbeda. Misalnya seperti *Central Park Mall*. Dimana *Central Park Mall* memiliki konsep yang berbeda dari mal-mal lainnya yang berlokasi di Jakarta. *Central Park Mall* mengusung nuansa *Go Green* dalam konsep mal tersebut. Nuansa *Go Green* ini

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diangkat oleh *Central Park Mall* karena melihat kurangnya lahan penghijauan di daerah ibukota Jakarta. Banyaknya gedung-gedung tinggi dan polusi udara membuat masyarakat kurang dapat merasakan sejuknya udara. Maka dari itu, *Central Park Mall* menggunakan 1,5 Ha bangunannya untuk dijadikan sebagai lahan penghijauan.

Nuansa *Go Green* yang diusung *Central Park Mall* ini sangat kental terlihat dikarenakan *Central Park Mall* ini memiliki lahan penghijauan berupa taman-taman di sekitar mal tersebut sehingga para pengunjung dapat dimanjakan dengan keindahan taman hijau yang rindang dan adanya kolam ikan di beberapa sudut mal sebagai penyeimbang ekosistem.

Konsep *Go Green* yang diusung *Central Park Mall* tidak hanya di tonjolkan di eksterior mal saja atau bangunan luarnya, tetapi konsep *Go Green* ini juga di masukan ke dalam interior mal dan konsep *Go Green* juga direalisasikan ke dalam *event-event* yang ada sehingga mal ini juga sebagai *icon* kampanye tentang *Go Green*. Tidak hanya itu, konsep *Go Green* ini juga terpancar dari logo *Central Park Mall*. Dimana, logo dari *Central Park Mall* ini menonjolkan gambar daun-daun sebagai pembentuk huruf dari logonya tersebut, terlebih lagi didorong juga dengan latarnya yang berwarna hijau.

Setiap pusat perbelanjaan yang ada memiliki suatu cara tersendiri dalam menarik pengunjungnya dalam mempromosikan pusat perbelanjaannya tersebut, seperti *advertising*, *sponsorship*, *sales promotion*, *event* dan lain-lain. Namun, saat ini konsep dengan menggunakan *event* lebih banyak dipergunakan karena sebuah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



event memiliki dampak yang jauh lebih penting dibanding dengan alat-alat promosi lainnya. Tidak hanya itu, *event* juga lebih dapat menarik para pengunjung untuk datang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Event management merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan suatu kegiatan yang dapat mendukung suatu promosi, di mana promosi ini sebagai salah satu bentuk publisitas yang merupakan salah satu strategi *Promotion Mix*. Suatu *event* diadakan sebagai salah satu fungsi komunikasi pemasaran yang melibatkan pengalaman dari individu-individu yang ikut terlibat atau hadir dalam *event* tersebut. Hal ini disebabkan karena *event* yang diadakan dapat secara langsung melibatkan banyak orang atau khalayak yang hadir dalam *event* tersebut.

Event management juga merupakan sarana promosi yang memanfaatkan situasi secara signifikan dan memfokuskan diri untuk menarik perhatian dan keterlibatan dari para pengunjung yang hadir dalam setiap *event* tersebut. Seperti yang dilakukan *Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan yang bernuansa *Go Green* ini pada masyarakat. Dimana, promosi yang dilakukan melalui *event* dari *Central Park Mall* ini hanya untuk memberitahukan, mengkomunikasikan dan mempublikasikan *Central Park Mall* yang berkaitan dengan konsep *Go Green* yang ditonjolkan mal tersebut.

Dengan adanya *Event Management* yang sudah dirancang *Central Park Mall* ini, sedikit demi sedikit masyarakat dapat mengetahui adanya pusat perbelanjaan baru di Jakarta yang memiliki konsep menjaga lingkungan atau ramah lingkungan. *Event-event* yang diadakan pun bertujuan untuk mengkomunikasikan

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pusat perbelanjaan yang bernuansa *Go Green* sehingga juga dapat menarik pengunjung untuk mengetahui pusat perbelanjaan tersebut. Oleh karena itulah penelitian ini bertopik : “ **Peran *Event Management Central Park Mall* dalam Mengkomunikasikan Pusat Perbelanjaan bernuansa *Go Green*”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Bagaimana peran *event management Central Park Mall* dalam Mengkomunikasikan Pusat Perbelanjaan bernuansa *Go Green* ?

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi adanya permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja *event* yang dirancang oleh *event management Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*?
2. Apa saja yang dilakukan *event management Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*?
3. Bagaimana cara *event management Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*?
4. Bagaimana cara *event management* dalam mengkampanyekan nuansa *Go Green* sebagai bagian promosi *Central Park Mall*?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



D. Tujuan Penelitian

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam penelitian terhadap “Peran *Event Management Central Park Mall* dalam Mengkomunikasikan Pusat Perbelanjaan Bernuansa *Go Green* “ ini, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui *event* yang dirancang *event management Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*.
2. Untuk mengetahui *event management* yang dilakukan *Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*.
3. Untuk mengetahui cara *event management Central Park Mall* dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*.
4. Untuk mengetahui cara *event management* dalam mengkampanyekan nuansa *Go Green* sebagai bagian promosi *Central Park Mall*.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian terhadap “ Peran *Event Management Central Park Mall* dalam Mengkomunikasikan Pusat Perbelanjaan bernuansa *Go Green* ” ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan suatu pengetahuan mengenai *event management* kepada para pembaca sehingga para pembaca

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.

dapat lebih memahami dan mengerti lebih mendalam mengenai konsep dari *event management* ini.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, dapat membantu dunia bisnis terutama bidang properti di *Central Park Mall* sehingga *Central Park Mall* dapat lebih berkembang lagi dalam mengkomunikasikan pusat perbelanjaan bernuansa *Go Green*. Tidak hanya itu, dunia bisnis properti juga bisa lebih mengembangkan *event management* dalam mengkomunikasikan suatu tempat hiburan bagi keluarga melepaskan kejenuhan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.