

UNIVERSITAS  BAKRIE

**STRATEGI MARKETING COMMUNICATION GRAND ITC PERMATA HIJAU
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**

TESIS



DEBY RIZQI FITRIANI

2151021002


**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Deby Rizqi Fitriani

NIM : 2151021002

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN
TESIS

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Deby Rizqi Fitriani
NIM : 2151021002
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Strategi Marketing Communication Grand ITC Permata Hijau
dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D (.....)
Penguji 1 : BP. Kusumo Bintoro, Ir., M.B.A., Dr. (.....)
Penguji 2 : Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, Ph.D (.....)



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabbi'lalamin, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Strategi Marketing Communication Grand ITC Permata Hijau dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Master Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa dari awal masa perkuliahan sampai penyusunan tesis ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Mama, Papa, Mbak Asri dan seluruh keluarga peneliti yang selalu ada untuk mendukung dan mendoakan kebaikan peneliti di waktu suka maupun duka, memberikan bantuan baik moril maupun materiil serta mendorong peneliti untuk segera menyelesaikan tesis.
2. Yayasan Pendidikan Bakrie yang telah memberikan kesempatan berkuliah serta memperkaya ilmu, wawasan dan pengalaman kepada peneliti.
3. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengarahkan peneliti dari awal hingga akhir penelitian.
4. Bapak Devy Krisnandi yang telah bersedia melakukan wawancara dan mendukung segala proses penelitian di Grand ITC Permata Hijau .
5. Ibu Gepita Pradjawati, Ibu Elsa Sulaeman, Ibu Diah, Mbak Desi dan seluruh karyawan di Grand ITC Permata Hijau yang telah memberi banyak informasi serta bersedia menjadi objek penelitian peneliti.
6. Bangun Rizky Desamba yang selalu menjadi tempat peneliti untuk berkeluh kesah, memberi semangat dan doa serta bersedia membantu dan menemani peneliti dari proses pembuatan proposal hingga akhir pembuatan tesis. I love you 300000000... Dan juga untuk Ayah & Bunda yang selalu memberi semangat dan doa serta mendukung peneliti untuk segera menyelesaikan tesis ini.

7. Atasan dan teman-teman di Manulife Indonesia, tempat bekerja peneliti saat ini yang juga memberikan semangat dan mengizinkan peneliti beberapa kali izin untuk mengurus tesis ke kampus
8. Seluruh rekan-rekan dari MM Universitas Bakrie batch V dan VI serta teman-teman lainnya yang telah sama-sama berjuang dari awal perkuliahan hingga lulus, saling memberikan semangat, motivasi dan inspirasi.

Akhir kata, peneliti berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2019

Peneliti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah

ini: Nama : Deby Rizqi Fitriani

NIM : 2151021002

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Tugas akhir)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Marketing Communication Grand ITC Permata Hijau dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2019

Yang menyatakan



Deby Rizqi Fitriani

**STRATEGI MARKETING COMMUNICATION GRAND ITC
PERMATA HIJAU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PENGUNJUNG**

Deby Rizqi Fitriani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *Marketing Communication* di salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta yaitu Grand ITC Permata Hijau, yang merupakan salah satu proyek dari perusahaan properti terkemuka di Indonesia yaitu PT Sinar Mas Land Tbk. Penelitian ini bersifat kualitatif dimana untuk mendapatkan data primer digunakan metode wawancara terstruktur. Peneliti mewawancarai empat orang karyawan yang mewakili pihak pengelola di Grand ITC Permata Hijau dan mewawancarai tiga orang informan dari pihak eksternal untuk memvalidasi beberapa pernyataan informan dari pihak pengelola. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Grand ITC Permata Hijau melakukan *Strategy of Image* berupa aktivitas tenant rebranding dan penambahan *tenant F&B*. *Strategy of Publicity* dilakukan melalui kerrjasama dengan media massa untuk membuat pemberitaan positif. Grand ITC Permata Hijau juga melakukan Strategi *Content* (Isi) dengan membuat program promosi serta kegiatan festival kuliner serta Strategi *Channel* (Saluran) dilakukan dengan fokus untuk menyampaikan informasi melalui media *online* terutama media sosial.

Kata Kunci : Strategi, *Marketing Communication*, *Strategy of Image*, *Strategy of Publicity*, *Content*, *Channel*, *Public Relations*, Pusat Perbelanjaan, *Tenant*, Jumlah Pengunjung

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF
GRAND ITC PERMATA HIJAU TO INCREASE THE
NUMBER OF VISITORS**

Deby Rizqi Fitriani

ABSTRACT

This study aims to determine how the implementation of marketing communication strategy in one shopping centers in Jakarta, Grand ITC Permata Hijau, which is one of project from leading company of property in Indonesia, PT Sinar Mas Land Tbk. This is a qualitative research where to obtain primary data used structured interview method. Researchers interviewed four employees, representing as the building management of Grand ITC Permata Hijau and interviewed three informants form external sides to validate some of the statements of informants from the management. In this study, it was found that Grand ITC Permata Hijau applied Strategy of Image through the activity of tenant rebranding and increased of F&B tenant. Strategy of Publicity is implemented through the partnership with mass media to make positive coverage. Grand ITC Permata Hijau also applied Content Strategy by making promotion programs and culinary festival. Channel Strategy is carried out with a focus for conveying information through online media especially social media.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Strategy of Image, Strategy of Publicity, Content, Channel, Public Relations, Shopping Centers, Tenant, the Number of Visitors

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Penelitian	1
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Tujuan Penelitian	5
I.4. Manfaat Penelitian	5
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	6
II.1. Profil Objek Penelitian	6
II.2. Perkembangan Objek Penelitian	7
II.3. Program Promosi Grand ITC Permata Hijau	8
KAJIAN PUSTAKA	11
III.1. Landasan Teori	11
III.1.1. Komunikasi	11
III.1.2. Pemasaran	11
III.1.3. Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	12
III.1.4. Strategi Komunikasi Pemasaran	13
III.1.5. Marketing Public Relations (MPR)	15
III.1.6. Pusat Perbelanjaan (<i>Shopping Center</i>)	15
III.1.7. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan	16
III.1.8. Elemen Pusat Perbelanjaan	16
III.1.9. Pengunjung / Konsumen	17
III.1.10. Pesaing (<i>Competitor</i>)	18
III.2. Strategi Pemasaran untuk Pusat Perbelanjaan	18
III.3. Kerangka Pemikiran	22
METODE PENELITIAN	23
IV.1. Metode Penelitian	23
IV.2. Objek Penelitian	23
IV.3. Sumber Data	24
IV.4. Teknik Pengumpulan Data	25
IV.5. Instrumen Penelitian	27
IV.6. Teknik Analisis Data	27
IV.7. Keabsahan Data	28
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
V.1. Profil Informan	30
V.2. <i>Strategy of Image</i> (Strategi Citra)	32
V.3. <i>Strategy of Publicity</i> (Strategi Publisitas)	38
V.4. <i>Content</i> (Isi)	40
V.5. <i>Channel</i> (Saluran)	45
V.6. Evaluasi	48

KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
VI.1. Kesimpulan.....	51
VI.2. Saran.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jumlah Pengunjung Grand ITC Permata Hijau Periode	2
Januari – Desember 2018	
Tabel 4.1: Kriteria Pemilihan Informan	24
Tabel 4.2: Daftar Informan	26
Tabel 4.3: Detail Pelaksanaan Wawancara	26
Tabel 5.1: Profil Informan... ..	30
Tabel 5.2: Pertumbuhan Jumlah Followers Social Media	48
Grand ITC Permata Hijau	
Tabel 5.3: Evaluasi Strategi Marketing Communication... ..	48
Grand ITC Permata Hijau	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Tampilan Instagram Grand ITC Permata Hijau	9
Gambar 2.2: Tampilan Facebook Grand ITC Permata Hijau	10
Gambar 3.1: Segitiga Emas Komunikasi Pemasaran.....	14
Gambar 5.1: Counter Tenant Puyo	34
Gambar 5.2: Counter Tenant Free & Joy	36
Gambar 5.3: Counter Tenant Gulu Gulu	37
Gambar 5.4: Program Promosi di Media Sosia GITC PH	41
Gambar 5.5: Suasana “Festiival Kuliner Ramadhan”	43
Gambar 5.6: Flyer “Festiival Kuliner Ramadhan”	44

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1: Pertumbuhan Social Media Grand ITC Permata Hijau 2019.....	47
---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara
Lampiran 2: Suasana Area Perbelanjaan Grand ITC Permata Hijau
Lampiran 3: Flyer Program Promosi Grand ITC Permata Hijau
Lampiran 4: Event dan Kegiatan Grand ITC Permata Hijau