

## Strategi program public relations Mal Daan Mogot

Isyak Sabroni Stamboel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78073&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Peran public relations saat ini kian diperhitungkan para pelaku bisnis. Public relations digunakan diberbagai instrumen bisnis dalam upaya memenangkan persaingan yang semakin kompetitif. Fungsi public relations tidak semata untuk memperoleh citra positif pada publik yang dituju. namun sering digunakan untuk mendukung upaya marketing dalam memperoleh keuntungan dalam suatu bisnis sekaligus mencapai image positif perusahaan. dapat dipercaya, simpati dan dukungan publik.

Tujuan public relations bagi suatu institusi atau perusahaan antara lain : sebagai penghubung enter perusahaan dengan stakeholder (publik berkepentingan), aktivitas komunikasi dalam menciptakan dan memelihara citra perusahaan, memantau, mengkaji dan tanggap terhadap sikap, persepsi dan pendapat khalayak. serta menjalin hubungan harmonis dengan lembaga serta berbagai media massa.

Public relations mengemban usaha pelayanan dimana seluruh unsur yang terlibat dalam kegiatan perusahaan merupakan public relations (Humus). Operasional public relations menekankan pada pengertian bahwa perusahaan yang membutuhkan klien bukan sebaliknya, dan pelayanan yang dilakukan aparat perusahaan menggunakan pendekatan human relations. Pelayanan bagi usaha public relations juga bersandar pada suatu fakta bukan mengacu kepada osumsi dan imajinasi, selain memegang teguh kepada transparansi komunikasi dan orientasinya yang menitik beratkan kepada kepentingan umum.

Lingkup kegiatan public relations antara lain : pembinaan relasi, media relations , pemantauan dan pengkajian umpan balik dan pendapat umum, publisitas, periklanan, kegiatan pameran, kegiatan sponsorship, pengelolaan alert promosi, informasi dan dokumentasi.serta melaksanakan aktivitas special events.

Mal Daan Mogot yang berada di kawasan Jakarta Barat melakukan berbagai kegiatan kehumasan guna memperoleh dukungan publik internal - eksternal dan tercapainya peningkatan jumlah target sasaran pengunjung serta menuju sasaran bisnis real dengan meningkatnya jumlah transaksi di pusat perbelanjaan tersebut. Dari sisi pandang kegiatan public relations maka setiap unsur yang bertugas dan terlibat dalam kegiatan di Mal sangat menentukan citra dan keberhasilan beroperasinya mat tersebut.

Manajemen Mal Daan Mogot menyadari pula bahwa kegiatan public relations yang terencana, terarah dan fokus dapat mendukung kegiatan usaha dan sukses beroperasinya mal. Kegiatan komunikasi terpadu yang menitik beratkan kepada kegiatan public relations memberikan kontribusi positif dengan meningkatnya jumlah pengunjung dan transaksi di mal.

Tesis ini mencoba menelaah dan membahas kegiatan komunikasi, khususnya program public relations, yang

telah dan sedang dilaksanakan manajemen Mal Daan Mogot dalam upaya menciptakan dan memelihara serta meningkatkan citra atau image pusat perbelanjaan tersebut guna memperoleh peningkatan jumlah pengunjung dan transaksi yang terjadi dalam bisnis retail yang kian kompetitif.

Bagaimana program public relations diciptakan dan direncanakan, siapa saja yang terlibat, dan melaksanakan program, juga jajaran yang terkait pada operasionalisasi program tersebut. Sejauh mana efektifitas program menghasilkan sumbangan positif terhadap bisnis mal, juga nilai ekonomis dibanding pelaksanaan program lain.

Dalam penyusunan tulisan ini penulis telah mengumpulkan data dari berbagai aktivitas yang dilaksanakan, wawancara dengan manajemen Mal, konsultan properti atau pusat perbelanjaan (mall serta menelaah berbagai materi publikasi antara lain; flyer, buletin, spanduk dll. Bagian akhir tulisan ini penulis berkesimpulan bahwa melalui program public relations yang terencana secara baik, fokus dan terpadu, dilaksanakan secara konsisten, dan berkesinambungan, maka akan menghasilkan kontribusi positif terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan kualitas pengunjung yang menjadi target sasaran mal serta meningkatnya jumlah transaksi di mal. Penulis juga memberi rekomendasi dan saran-saran bagi kelanjutan sukses beroperasinya mal melalui program public relations.