



PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Haris Susanto
NIM : 5521 0120 029
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pusat Perbelanjaan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Tahun 2015 (Studi Kasus pada PT. Kobame Propertindo dalam mengelola Mall Graha Cijantung)

ABSTRAK

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan di Jakarta mengakibatkan tingginya tingkat Persaingan bisnis pada sektor pusat perbelanjaan. Pelaku bisnis pusat perbelanjaan perlu memikirkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat, agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis mengingat banyaknya pelaku bisnis pusat perbelanjaan. Melalui uraian tesis ini mencoba melihat upaya PT. Kobame Propertindo, Khususnya tentang Strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam mengelola Mall Cijantung.

Tesis ini menggunakan penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif, metode penelitian adalah Studi Kasus tunggal *holistic*. Analisis data dengan mengurai seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, baik melalui wawancara, observasi, maupun studi dokumentasi. Pengamatan yang sudah dituliskan pada catatan lapangan.

Hasil penelitian terhadap strategi komunikasi pemasaran PT. Kobame Propertindo dalam menjalankan bisnis mall Cijantung dalam menghadapi persaingan bisnis pusat perbelanjaan, sudah cukup baik sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam implementasinya unsur-unsur strategi komunikasi pemasaran difokuskan yaitu, *Advertising, personal selling, direct marketing, sales promotions, public relation* dan *Sponsorship*. Dilakukan oleh manajemen Mall Cijantung dengan cukup baik. Kegiatan Public relation sebagai kekuatan dari pemasaran mall Cijantung. Meski masih banyak yang harus di tingkatkan dan dievaluasi dalam strategi komunikasi pemasaran dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis pada sektor pusat perbelanjaan.

Keywords : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Pusat Perbelanjaan.



PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Haris Susanto
NIM : 5521 0120 029
Judul : *SHOPPING CENTER MARKETING COMMUNICATIONS STRATEGY IN DEALING WITH BUSINESS COMPETITION 2015 (Case Study at PT. Kobame Propertindo manage Mall Graha Cijantung)*

ABSTRACT

The development of shopping centers in Jakarta resulted in a high level of business competition in the shopping center sector. Businesses operating shopping centers need to think about the proper marketing communication strategy, in order to survive in a competitive business with many actors business shopping center. Through the description of this thesis try to see the efforts of PT. Kobame Propertindo, particular on marketing communication strategies do manage Mall Cijantung.

This thesis research with descriptive approach using a qualitative research method is a holistic tunggal Case Study. Analysis of data to parse all the data available from various sources, both through interviews, observation, and documentation. Observations that have been written on the calendar notes field.

The study of marketing communications strategy PT. Kobame Propertindo in conducting business in the face of competition Cijantung mall shopping center business, has been quite good in accordance with the company's goals. In the implementation elements of the marketing communication strategy focused namely, Advertising, personal selling, direct marketing, sales promotions, public relations and Sponsorship. Conducted by management Mall Cijantung pretty well. Public relations activities as the power of marketing Cijantung mall. Although there is still much to be improved and evaluated in the marketing communication strategy in the face of competition ketetnya bisni in the shopping center sector.