

## BAB II

### PROFIL UMUM JOGJA CITY MALL

#### A. Sejarah Berdirinya Jogja City Mall (JCM)

Jogja City Mall (JCM) dibuka pada Mei 2013 yang dikembangkan oleh PT Garuda Mitra Sejati. Berada di Jalan Magelang Km 5,8 yang menghubungkan Kota Yogyakarta dengan Magelang. Dengan mengusung konsep *one stop shopping*, JCM didesain dengan arsitektur Romawi yang berpadu dengan interior tradisional khas budaya Yogyakarta sehingga terkesan megah, mewah tanpa menghilangkan kesan tradisionalnya. Pendirian JCM berawal dari keinginan para pengusaha asli Jogja untuk memiliki Mall sendiri di Jogja. Karena hampir seluruh Mall di Jogja sekarang adalah milik pengusaha di luar daerah. Jika pemiliknya pengusaha asli Jogja, maka keuntungan yang diperoleh akan mengendap di Jogja dan dinikmati oleh masyarakat Jogja. Dengan mengantongi ijin serta dukungan penuh dari Sri Sultan Hamengkubuwono X dan Bupati Sleman Sri Purnomo, maka berdirilah Jogja City Mall (JCM).

JCM merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang berada dalam satu kawasan dengan The Sahid Rich Hotel Yogyakarta. *Shopping Mall* ini memiliki keunikan dibandingkan dengan mall yang lain. Pasalnya JCM dirancang dengan arsitektur Romawi dengan bangunan *fasade* dengan pilar-pilar tinggi khas arsitektur Romawi. Lalu ciri khas lainnya dengan interior budaya Jawa yakni tegel-tegel kunci dan *railing* khas Kraton Ngayogyakarta.

Jogja City Mall mempunyai 17 Pilar yang terdapat pada *fasade* depan, delapan pilar di sebelah kiri dan sembilan pilar di sebelah kanan 8 pilar di sebelah kiri diartikan sebagai angka keberuntungan. Sementara 9 pilar di sebelah kanan diartikan sebagai angka sempurna. Pilar-pilar tersebut mengartikan bahwa Jogja City Mall (JCM) akan membawa keberuntungan dan akan menjadi Mall terdepan diantara mall-mall lain di Indonesia khususnya di Yogyakarta. Jogja City Mall berada di dalam satu kawasan dengan Hotel Berbintang 4 The Sahid Rich Jogja Hotel yang memiliki luas lahan sekitar 18.975 m<sup>2</sup> dengan luas bangunan 101.531 m<sup>2</sup> dengan jumlah lantai JCM ada tujuh, diantaranya P2, P1, LGM, GF, UG, L1 dan L2.

Jogja City Mall memiliki lahan parkir yang luas sehingga memiliki daya tampung untuk mobil sekitar 1135 dan untuk motor sekitar 1234 motor. Saat ini JCM, dikunjungi 4.000 orang per harinya. Dengan didukung tenant-tenant berkualitas memastikan semua kebutuhan dasar anda terpenuhi dalam satu lokasi. Berbagai pilihan kuliner dan fashion ternama ada di JCM diantaranya Hypermart, Matahari, Giordano, Starbuck, Excelso, JCO, Breadtalk, The Nannys Paviliun, Solaria, Kona, Electronic City, Nike, Adidas, Planet Surf, Levi's, D'Cost, Goldmart, Bakso Cak Man, Qua-Li, WatchClub, Samsone, Sport Station, Roti Boy, Optik Melawai, Optik Seis, Optik Melia, Hoshi, Mandoya, Bagong Gold, V-Nail Art, LBC, dan lain-lain. Untuk tenant yang akan buka diantaranya Cinema XXI, Amazone, Fat Bubble, Namiki, Newtown, Tea & Tea, Roti Bodo, Bale Raos, Erafone, IT City dan masih banyak lagi.

Jogja City Mall memiliki *Outdoor Stage* berukuran 112 m<sup>2</sup> yang sangat cocok untuk *event* musik, Pagelaran Kebudayaan ataupun acara-acara lainnya dengan *view* yang sangat menarik yaitu berhadapan langsung dengan Jogja city Mall. Hal ini diharapkan dapat menjadi alternatif hiburan bagi Pengunjung Jogja City Mall. Saat ini, JCM memiliki atrium yang terbesar di Yogyakarta dengan 1220 m<sup>2</sup> sehingga sangat tepat untuk event maupun *exhibition*.

## **B. Visi dan Misi**

### 1. Visi :

- a. Menjadi ikon yang terdepan dalam tujuan hiburan dan perbelanjaan di asia sesuai dengan *tagline* JCM “*Spirit of Jogja*”

### 2. Misi :

- a. Memberikan pengalaman *2in1* dalam hiburan dan berbelanja yang dipadukan dengan kearifan lokal
- b. Memberikan keberhasilan dalam finansial kepada mitra kerja
- c. Memaksimalkan *shareholder* untuk menambah nilai investasi kepada *stakeholder* lainnya

### C. Denah dan Lokasi



Gambar 2.1 Denah Jogja City Mall (JCM)  
(Sumber : *Marketing Communication Jogja City Mall*)

Jogja City Mall berada dalam satu kawasan dengan The Sahid Rich Hotel Yogyakarta terletak di Jl. Magelang km 6 no 18 Sinduadi, Mlati, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### D. Logo dan *Tagline*



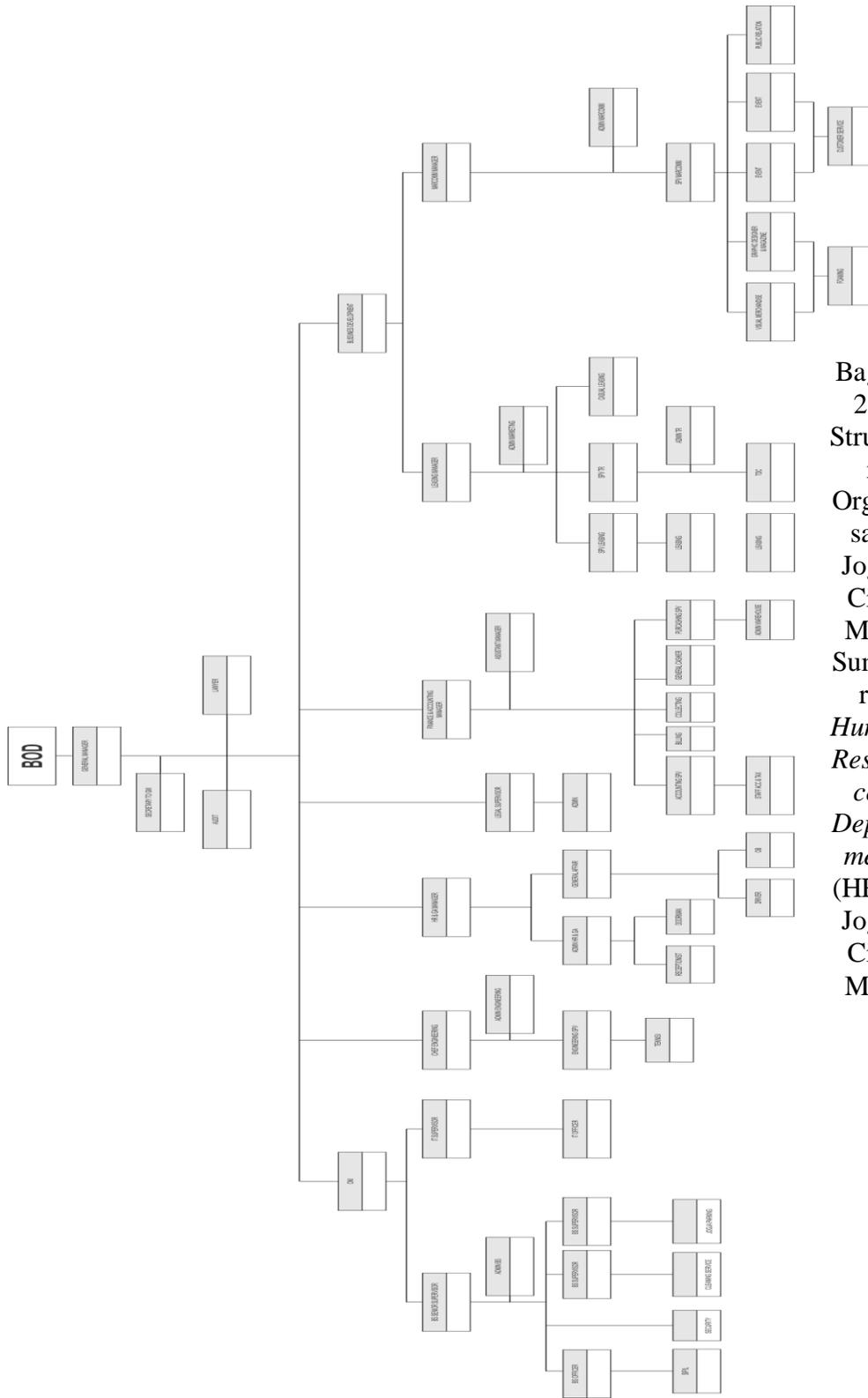
Gambar 2.2 Logo Jogja City Mall  
(Sumber : *Marketing Communication Jogja City Mall*)

Logo Jogja City mall terdiri dari 4 unsur dasar *logotype*, *tagline* dan *icon*, *Tagline* harus selalu muncul ke bagian bawah *logotype*. namun *Icon* dapat digunakan secara bebas ketika mewakili JCM dan mereka tidak harus selalu

muncul bersama-sama. penggunaan prinsip yang sama berlaku untuk ukuran minimum, zona eksklusif, penggunaan yang salah dan warna. Bila menggunakan simbol logo JCM. Susunan unsur-unsur ini tidak boleh diubah dalam ukuran, posisi untuk menjaga konsistensi visual. semua prinsip ini harus selalu muncul bersama-sama ketika mewakili logo Jogja City Mall. Semua prinsip yang terkait dalam hal ini akan dibahas secara lebih rinci pada standar grafik manual Jogja City Mall.

Penjelasan Logo, 3 elemen warna *full colour* menjelaskan bahwa Jogja City Mall ingin mencapai kejayaan dengan langkah yang berani dan berbeda namun tetap berbudaya. *Icon*, Mahkota Jawa dan tiang khas eropa merepresentasikan bahwa budaya jawa khususnya jogja dapat menjadi sebuah kesatuan yang indah jika dipadukan dengan arsitektur bergaya eropa. warna emas melambangkan kejayaan dan kesan tradisonal. *Logotype Jogja City Mall*, *Logotype* pada Jogja City Mall menggunakan jenis *font* sherif *Bodoni MT Condensed* yang akan merepresentasikan ketegasan serta melambangkan intelektualitas, selain itu mencerminkan sebuah organisasi yang menampilkan keanggunan karena warna hijau khas Keraton Yogyakarta juga dapat memberikan ketenangan. *Spirit Of Jogja* , *Spirit of Jogja* adalah *tagline* dari Jogja City Mall. di balik kemegahan Jogja City mall masih terdapat unsur-unsur tradisional Yogyakarta. hal ini diharapkan agar Jogja City Mall menjadi salah satu destinasi wisata di kota Jogja. Dengan *font* *vivaldi* yang terkesan luwes akan membantu menjadi penyeimbang logo Jogja City Mall.

## E. Struktur Organisasi



Bagan 2.1 Struktur Organisasi Jogja City Mall Sumber : Human Resources Department (HRD) Jogja City Mall

## **F. Job Desk**

Struktur organisasi divisi *Marketing Communication* Jogja City Mall dapat dijelaskan peran tugas dan tanggung jawabnya sebagai berikut :

### *1. General Manager*

- a. Bertugas memimpin, mengelola dan mengkoordinasikan semua hal yang berkaitan jalannya roda perusahaan.
- b. Menyusun rencana perusahaan jangka pendek, maupun jangka panjang serta visi, misi dan strategi dalam mencapai tujuan perusahaan.
- c. Mengontrol operasional mall

### *2. Bussiness Development*

- a. Bertugas sebagai penanggung jawab dalam semua kegiatan semua department yang termasuk dalam divisi *business development* meliputi department *Leasing* dan *Marcomm*

### *3. Marketing Communication Manager*

- a. Sebagai penanggung jawab tercapainya target *Marcomm* melalui *event* dan program promosi yang memberikan hasil untuk meningkatkan pertumbuhan pengunjung dan peningkatan sales *tenant*.
- b. Mengawasi dan mengontrol seluruh kegiatan maupun *event* yang berlangsung
- c. Berperan aktif dalam mengembangkan program-program dan *event* untuk mencapai hasil yang diharapkan oleh divisi.
- d. Membuat *planning event*, program promosi untuk mencapai target

pengunjung

- e. Menjaga dan meningkatkan citra positif perusahaan

#### 4. *Admin Marketing Communication*

- a. Bertugas sebagai pengendali pengeluaran pada *marcomm* yang meliputi *petty cash* maupun budget *event* dan promosi.
- b. Pengarsipan setiap dokumen yang masih aktif maupun yang sudah aktif tidak terpakai agar tersusun dan dapat diidentifikasi secara baik.
- c. Mendokumentasikan yang berkaitan dengan *marketing communication*

#### 5. *Supervisor Marketing Communication*

- a. Sebagai pelaksana *event*
- b. Bertugas sebagai pelaksana promosi khususnya yang berkaitan dengan SOP

#### 6. *Visual Merchandise*

- a. Membuat konsep dekorasi sesuai dengan tematik mall
- b. Mengaplikasikan desain yang telah dibuat kedalam bentuk real.
- c. Bertanggung jawab terhadap menjaga barang *display* perusahaan
- d. Sebagai koordinator saat *loading in* dan *loading out* dalam pemasangan dan pelepasan dekorasi
- e. Bertanggung jawab untuk tampilan dari perusahaan, dengan tujuan mempromosikan barang dalam rangka untuk memaksimalkan

penjualan.

7. *Graphic Designer & Magazine*

- a. Bertanggung jawab atas semua desain yang akan digunakan dalam kegiatan promosi seperti desain untuk brosur, poster, spanduk dan baliho.
- b. Bertugas sebagai penanggungjawab majalah yang akan diterbitkan oleh perusahaan
- c. Sebagai koordinator acara dan perusahaan yang terlibat dalam perancangan dan pembuatan produk

8. *Event*

- a. Bertanggung jawab sebagai pelaksana kegiatan *event* dan promosi baik internal maupun eksternal sesuai dengan SOP yang telah ditentukan yang mendukung tercapainya kegiatan *Marcomm*.
- b. Merangkai dan membuat *event* sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan
- c. Sebagai penentu *talent* dan teknisi acara yang akan dilakukan pada saat *event* berlangsung
- d. Mengabsen segala keperluan *event*

9. *Customer Service*

- a. Melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan

yang biasanya meliputi penerimaan order/pesanan barang, menjawab pertanyaan-pertanyaan atau memberikan informasi, dan penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

- b. Menyampaikan program yang dimiliki oleh manajemen untuk disampaikan secara baik ke pihak *customer*
- c. Sebagai pusat informasi segala jenis promosi dan kegiatan di Jogja City Mall.

#### 10. *Public Relations*

- a. Bertanggung jawab untuk menjaga relasi yang baik dengan media dan internal perusahaan.
- b. Menjadi jembatan penghubung antara perusahaan dengan pengunjung dan sebaliknya
- c. Membuat program berdasarkan masukan yang telah diterima dari pengunjung.
- d. Sebagai penasihat *Marcomm* dalam pelaksanaan *event* dan promosi.
- e. Menjaga dan meningkatkan citra positif perusahaan
- f. Pelaksana dan pengembang media digital seperti *social media* (Facebook, Twitter, Instagram, Email, Website) dan *media branding*.

#### 11. *Marketing Communication dan Public Relations*

*Public Relations* Jogja City Mall, berperan untuk bertanggung

jawab dalam menjaga relasi dengan media yang difokuskan kepada radio, portal berita *online* dan koran untuk meningkatkan citra yang positif serta mempromosikan *special event anniversary* Jogja City Mall. Selain itu, *Public Relations* berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam event seperti sponsor yang berasal dari tenant-tenant yang ada di Jogja City Mall, maupun dari luar JCM, seperti pada *event* CSR yang bekerjasama dengan Palang Merah Indonesia dalam salah satu *event* yang terdapat dalam *anniversary* yakni donor darah, agar dapat bekerjasama dalam pelaksanaan *special event anniversary*.

*Public Relations* memiliki tugas untuk mem-*follow up* hingga terjadinya hubungan kerjasama yang *deal* yang menguntungkan antara JCM dengan sponsor seperti bagi Jogja City Mall mendapatkan *sponsorship*, sementara dari pihak yang bekerjasama mendapatkan keuntungan dapat mempromosikan perusahaan mereka di Jogja City Mall. Selain itu, *Public Relations* juga memiliki tugas untuk menjadi penasihat bagi *Marketing Communication* dalam pelaksanaan *event*. Bertujuan untuk memberikan saran yang baik dalam menjalankan *event* dengan memberikan gambaran kepada *Marketing Communication* dalam melaksanakannya, sehingga *Marcomm* memiliki rekomendasi dan pertimbangan yang dapat membuat *special event anniversary* berjalan dan tetap menjaga citra yang positif dimata masyarakat dan tidak merugikan bagi perusahaan.

Tugas dan fungsi *Public Relations* lebih mencakup kepada *internal*

mall, sebagai jembatan penghubung antara pengunjung dengan perusahaan. Tugas *Public Relations* lebih banyak berada di lapangan karena secara berkala PR keluar untuk menampung kritik dan saran pengunjung Jogja City Mall kemudian saran tersebut dijadikan program yang dimasukkan ke dalam tim *Marketing Communication*.

*Marketing Communication* memiliki tugas inti dalam melaksanakan *Special Event Anniversary* Jogja City Mall, menjalani fungsi dan peran sebagai *Marketing Public Relations* bertanggungjawab dalam mengimplementasikan *event*. Tugas *Marketing Communication* sebagai pelaksana *event* dan tercapainya target *special event anniversary* untuk selalu meramaikan mall pada saat *weekday* maupun *weekend* melalui indikator kepada pengunjung dibagi menjadi dua jenis yakni, pengunjung yang datang khusus berkunjung untuk turut meramaikan ke *special event anniversary* Jogja City Mall dan pengunjung prioritas yakni pengunjung yang datang ke Jogja City Mall untuk turut meramaikan sekaligus untuk berbelanja ke *tenant* yang ada di JCM. Selain itu, *Marketing Communication* menjadi pelaksana *event* dan bertugas untuk mengontrol jalannya *event* sehingga tercapainya target yang telah ditentukan oleh *General Manager* perusahaan.

## **G. Desain dan Bangunan**

Jogja City Mall dibangun oleh PT. Garuda Mitra Sejati pada tahun 2013 JCM dirancang dengan arsitektur Romawi dengan bangunan *fasade* dengan pilar-

pilar tinggi khas arsitektur Romawi. Lalu ciri khas lainnya dengan *interior* budaya Jawa yakni tegel-tegel kunci dan *railing* khas Kraton Ngayogyakarta.



Gambar 2.3 Tampak depan Jogja City Mall  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)



Gambar 2.4 Tampak dari depan Jalan Raya Magelang  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Pintu utama Jogja City Mall yang memiliki halaman yang luas dan langsung berhadapan dengan Jalan Raya Magelang memudahkan akses untuk pengunjung yang akan datang berkunjung ke JCM. Selain itu bagi para pengunjung yang menggunakan kendaraan baik kendaraan pribadi maupun Ojek dan Taksi dapat langsung turun di depan pintu utama lobi utama tanpa harus

berjalan dari depan Jalan Raya Magelang.



Gambar 2.5 Tampak dari samping parkir

(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)



Gambar 2.6 Akses Pejalan Kaki

(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Pintu masuk tempat Parkir Jogja City Mall sangat diberikan akses kemudahan bagi para pengunjung untuk memarkirkan kendaraannya

ketika akan berkunjung ke JCM karena pengunjung bisa langsung mengakses melalui Jalan Raya Magelang menuju parkiran yang berada di *basement* melalui pintu utama yang letaknya tidak jauh dari tempat parkiran. Selain itu diberikan akses khusus juga bagi pengunjung yang berjalan kaki melalui Jalan Raya Magelang.



Gambar 2.7 Atrium dalam Mall  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)



Gambar 2.8 Interior dalam Mall  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)



Gambar 2.9 Interior dalam Mall  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

## H. Fasilitas Entertainment

### 1. Amazone Family Entertainment Center



Gambar 2.10 Amazone Jogja City Mall  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Merupakan wahana bermain untuk keluarga yang ingin menghabiskan waktu bersama keluarga tanpa perlu berpanas-panasan. Wahana bermain yang dilengkapi dengan teknologi yang canggih dan didesain untuk segala usia dan

kalangan membuat pengunjung dapat menghabiskan waktu di amazon tanpa perlu keluar dan berkeringat. Karena fasilitas yang disediakan juga ada wahana yang disesain sama dengan wahana bermain *outdoor*. Menyasarkan kepada segala jenis usia, wahana yang terdapat di Amazone dapat ditemui dari tembak-tembakkan, olahraga, dance, mobil-mobilan dan motor-motoran serta masih banyak wahana lainnya.

## 2. Coconut Island



Gambar 2.11 Wahana Coconut Island  
(Sumber : Divisi Marketing Communication Jogja City Mall)



Gambar 2.12 Wahana Ice Skating Coconut Island  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Merupakan wahana bermain keluarga yang lebih terfokuskan kepada anak-anak dan keluarga, taman bermain *indoor* yang disediakan oleh Coconut Island sesuai dengan *tenant* yang diberikan, memiliki konsep seperti berada disebuah pulau yang banyak pepohonan rindang di dalamnya. Selain wahana bermain anak, Coconut Island juga menyasarkan kepada semua usia untuk wahana *ice skating* yang disediakan. Spesialisasi yang diberikan oleh Coconut Island dibandingkan wahana bermain lain yang ada di Jogja City Mall yakni memiliki fasilitas olahraga *ice skating* untuk segala jenis usia.

### 3. Princess Syahrini K-TV



Gambar 2.13 Ruang Karaoke Princess Syahrini K-TV  
(Sumber : Divisi *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Merupakan fasilitas *entertainment* bernyanyi untuk menghabiskan waktu luang bersama keluarga maupun teman. Sama seperti tema yang diberikan yakni *princess*, disetiap ruangan bernyanyi didesain sedemikian rupa agar sesuai seperti berada dalam ruangan seorang putri kerajaan, memiliki kesan

mewah dan *glamour* namun tetap elegan. Koleksi lagu yang dimiliki juga cukup lengkap dan memberikan fasilitas yang tidak kalah memuaskannya dari rumah bernyanyi lain.

#### 4. Jogja City XXI & *The Premiere*



Gambar 2.14 Lobi XXI  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Merupakan fasilitas *entertainment* untuk meluangkan waktu bersama keluarga, maupun dengan pasangan. Film yang ditayangkan telah memiliki kategori golongan usia penonton. Tersedia 6 teater *deluxe* dan 1 teater *premier* dengan kapasitas melampaui 900 lebih *seat deluxe* dan 48 *seat premiere*. Fasilitas yang tersedia terdapat café XXI yang terletak di dalam gedung bioskop ini. Sambil menonton film yang disajikan penonton dapat menikmati sajian makanan pengganjal perut disini.

## I. Tenant di Jogja City Mall



Gambar 2.15 Tenant-Tenant di Jogja City Mall  
(Sumber : *Marketing Communication* Jogja City Mall)

Berikut daftar nama-nama tenant disetiap lantai pada Jogja City Mall (JCM) yang diperoleh dari Divisi *Marketing Communication* Jogja City Mall :

Lantai	Nama Tenant
<i>Lower Ground (LG)</i>	Bedding Depo, Boston Health & Beauty, Century Healthcare, Hitoshi, Hoshi, Hypermart, Jaco TV Shopping, Kospin PAS, Mandoya, Optik Melia
<i>Ground (G)</i>	Bagong Jewellery, Bakso Kota Cak Man, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Bale Raos Fusion, BonChon, BreadTalk, D'Cost Seafood, D'Roti Bodo, Excelso, Giordano, Goldmart, Hakata Ikkhousa, J.CO Donuts & Coffee, Kona Hawaii, Legend Premium, London Beauty

	Center ( LBC ), Matahari Department Store, Nanny's Pavillon, Olla Beauty Store, Optik Melawai, Optik Seis, Qua-Li, Roti Boy, Samsonite, Solaria, Starbucks Coffee, The Coffee Bean & Tea Leaf, The V Relaxology, Watch Club, Wendy's, XO Suki & Cuisine
<i>Upper Ground (UG)</i>	Adidas, Avenue, Bata, Cardinal, Celcius, Eprise, Flies, Gramedia Bookstore, Colorbox, Iconinety9, Johnny Andrean, J.rep, Les Femmes, Levi's, Matahari Department Store, Manzone Concept, Mineola, Mississippi, Naughty, New Balance, Nike, Payless Shoesource, Planet Surf, Pollux Shoes, Rodeo, Sketchers, Sports Station, The Executive, United Glam, Via Boutique, VNY, Wrangler, Wacoal, X8
<i>1<sup>st</sup> Floor</i>	ASUS Store, Cocoland, Electronic City, Erafone, Gallery ATM BCA, Gallery ATM BNI, Glow, Grapari Telkomsel, New Topsy Bridal & Salon, Oke Shop, Oppo, Pasar Jogja, Salon Rudy, Samsung, Samsung Partner Plaza, Sony Retail & Information Center, Trinity Mobile, Trixie Accesories, Vivo Smartphone
<i>2<sup>nd</sup> Floor</i>	Amazone Family Entertainment Center, Calais, Capitea, Jogja City XXI & The Premiere, De Wave Reflexology, Fat Bubble Dessert House, Food Garden Yogyakarta, Ice Manias, May Star Restaurant, Namiki, Princess Syahrini

	FKTV, Princess Syahrini Lounge, Sour Sally, Toko Oen, Tong Tji Tea House, Tea n Tea, Wafflelicious, Waroeng Spesial Sambal (SS)
--	---