

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS UNTUK MEMPERTAHANKAN
*POSITIONING***

(STUDI KASUS PADA BAGIAN PROMOSI MALL GANDARIA CITY)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya kesadaran akan pentingnya sebuah komunikasi antara seorang public relations dan bagian devisi promosi. Mall Gandaria City adalah satu mall di kawasan Jakarta Selatan yang memiliki banyak benefit, banyak pengunjung asli dari Jakarta maupun luar daerah. Pihak Marketing Komunikasi mall Gandaria City akan membuat strategi agar Mall Gandaria City dapat bertahan tak kalah dengan mall-mall lainnya yang menawarkan berbagai tawaran menarik.

Public Relations dan devisi promosi memiliki langkah-langkah dengan cara *Positioning* mempromosikan, memberikan event-event menarik dan acara lebih ke anak di bawah umur 12 tahun, eksekusi kegiatan *Public Relations* sebagai bagian promosi pada mall Gandaria City ini sudah berjalan dengan baik, karena mempertahankan sebuah kredibilitas dalam hal ini *positioning mall* adalah hal yang sulit dilakukan dari pada membangunnya.

Gandaria City dalam mempertahankan *positioning mall* sebagai “family mall” adalah dengan lebih menciptakan keanekaragaman *took* serta mengadakan kegiatan yang lebih menarik dan tidak monoton atau kaku. Kerja sama promosi yang dapat mendukung transaksi in mall juga harus lebih ditingkatkan. Fasilitas seperti toilet juga harus tetap dijaga kebersihannya demi kenyamanan pengunjung.

Kata Kunci: Promosi, Event, Positioning

Pembimbing I : Drs. Solten Rajaguguk,MM

Pembimbing II : Indah Kurniawati . M.Si

ABSTRACT

The background of this research because of their awareness of the importance of a communication between a public relations and promotional division section. Gandaria City Mall is a regional mall in South Jakarta which has many benefits, many native visitors from Jakarta and outside the region. Party Marketing Communications Gandaria City mall will create Gandaria City Mall strategies that can last not least with the other malls that offer a variety of attractive offers.

Public Relations and promotional divisions have steps by way of Positioning promoting, giving interesting events and more events to children under 12 years old, execution Public Relations activities as a part of promotion at mall Gandaria City this in good work, because it maintains a credibility in this positioning Malls are hard to do rather than build them.

Gandaria City in maintaining a positioning mall as a "family mall" is by creating more store diversity and conducting activities that are more interesting or not monotonous or mine. Collaboration that can support transactional mall should also be improved. Facilities such as toilets should also be kept clean for the convenience of visitors.

Keywords: Promotion , Events , Positioning

Advisor I : Drs. Solten Rajaguguk, M.M.

Advisor II : Indah Kurniawati, M.Si.