UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas *public relations* adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communications*) antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan.[1] Aktivitas *public relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya.[2]

Dalam hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti aktivitas *tenant relations* selaku salah satu divisi yang terdapat pada manajemen Mal Pekanbaru, yang mana *tenant relations* melaksanakan tugas pokok dan fungsi *public relations*, yaitu menjembatani hubungan antara kepentingan *tenant* atau penyewa dengan manajemen perusahaan yaitu Mal Pekanbaru (PT. Bima Sakti Pertiwi), maupun antara manajemen Mal Pekanbaru dengan tenant.

Adapun salah satu tugas dari *tenant relations* Mal Pekanbaru ialah ikut serta dalam pengelolaan *house journal* MP Magazine, yang mana *house journal* ini bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik ataupun *stakeholder* seluas-luasnya sekaligus agar terciptanya *corporate image* yang positif pada Mal Pekanbaru.

Pengelolaan *house journal* mengadopsi teori pengelolaan *house journal* Soleh Soemirat (2012), yaitu terdiri dari: (1) tahap perencanaan, yaitu meliputi memperhatikan beberapa faktor dalam pembuatan *house journal*, serta perencanaan isi dan rubrikasi, (2) tahap pengumpulan informasi, yaitu proses peliputan, (3) tahap pengolahan informasi, yang terdiri dari proses penulisan naskah, desain, penyuntingan naskah, dan proses percetakan, serta (4) tahap penyebaran atau tahap distribusi.

---

[1] Rosady Ruslan. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 1.
[2] Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014),16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

House journal sebagai salah satu bentuk media kegiatan *public relations*, yang mana sudah seharusnya diarahkan kepada pencapaian tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu bertujuan untuk membangun citra positif bagi publik terhadap perusahaan/lembaga dengan harapan untuk mendapatkan dukungan dari publiknya. *House journal* dianggap sebagai media alternatif dalam melakukan komunikasi dialogis antara organisasi/perusahaan dengan publiknya. Media komunikasi dalam bentuk *house journal* diperlukan oleh *public relations* dalam memelihara citra positif dan dukungan publik yang menguntungkan.

Corporate image (citra perusahaan) merupakan kesan atau impresi psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya berdasarkan pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya dengan penilaian tertentu terhadap citra perusahaan, yaitu bisa berbentuk citra baik, sedang, dan bahkan buruk.[3]

Diterbitkannya *house journal* pada Mal Pekanbaru bukanlah penerbitan yang pertama. Pada awal Mal Pekanbaru berdiri, manajemen pernah menerbitkan *house journal* dalam bentuk buletin, namun pengelolaan *house journal* tersebut tidak dilakukan secara kontiniu. Setelah 13 tahun Mal Pekanbaru berdiri, serta melihat perkembangan dan persaingan Mal atau pusat perbelanjaan lainnya yang ada di kota Pekanbaru. Maka pihak manajemen Mal Pekanbaru terdorong untuk kembali menerbitkan *house journal* dalam bentuk majalah.

Sebelum diterbitkannya *house journal* MP *Magazine*, Mal Pekanbaru hanya lekat dengan *image* sebagai *Electronic and Fashion Center* saja. Namun, seiring berjalannya waktu pihak manajemen pusat yaitu PAM Group menuntut Mal Pekanbaru untuk hadir dengan *image* baru yaitu sebagai *Handphone, IT* dan *Fashion Center* Kota Pekanbaru. Sebagai pusat perbelanjaan tertua di kota Pekanbaru, bukan berarti Mal Pekanbaru mudah merasa puas dengan prestasi dan apresiasi yang mereka

[3] Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 325.

raih, namun hal ini justru mendorong Mal Pekanbaru untuk terus melakukan transformasi.

Selain itu, diterbitkannya *house journal* MP Magazine ini juga bertujuan untuk membentuk *good corporate image* pada Mal Pekanbaru, yang mana apabila selama ini khalayak luas hanya melihat Mal Pekanbaru dari luarnya saja, maka kini mereka bisa memperoleh informasi lebih mendalam lagi mengenai Mal Pekanbaru, baik informasi mengenai orang-orang yang terlibat terkait pengembangan Mal, informasi-informasi mengenai promosi para *tenant*, serta untuk menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas lagi.

Selama ini sebelum diterbitkannya *house journal* MP *Magazine*, manejemen Mal Pekanbaru hanya terfokus pada pengelolaan sosial media sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. Namun, pemanfaatan sosial media ini dirasa belum mampu untuk menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas lagi. Selain itu, diterbitkannya *house journal* ini juga bertujuan untuk menjangkau pengunjung yang datang dari luar kota Pekanbaru, sehingga mereka menjadikan Mal Pekanbaru sebagai salah satu destinasi wisata belanja.

Sebelum diterbitkannya *house journal* MP *Magazine*, masyarakat luas menilai Mal Pekanbaru hanya sebagai pusat perbelanjaan yang hanya terfokus pada pencapaian profit perusahaan. Namun, pada kenyataannya Mal Pekanbaru juga aktif dalam melaksanakan wujud kepedulian sosial kepada masyarakat luas, serta telah memperoleh berbagai penghargaan sebagai pusat perbelanjaan yang berprestasi, serta berkontribusi bagi perkembangan otonomi daerah. Namun demikian, tanpa adanya penerbitan *house journal* yang dilakukan secara kontiniu oleh manajemen Mal Pekanbaru, tentunya masyarakat luas tidak akan mengetahui pencapaian-pencapaian tersebut. Oleh sebab itu, adapun pengelolaan *house journal* ini merupakan upaya untuk mengefesiensikan penyebaran informasi serta wujud untuk membentuk *good corporate image* pada Mal Pekanbaru.

B. Penegasan Istilah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Aktivitas

Aktivitas adalah sekumpulan tindakan pengerahan sumber daya baik yang berupa personel (sumber daya manusia), barang modal termasuk peralatan dan teknologi, dana, dan kombinasi dari beberapa atau kesemua jenis sumber daya tersebut sebagai masukan (*input*) untuk menghasilkan keluaran (*output*) dalam bentuk barang/jasa.[4] Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Aktivitas adalah kegiatan, usaha, pekerjaan, atau kekuatan dan ketangkasan serta kegairahan." Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa aktivitas merupakan suatu perilaku yang dikerjakan secara sungguh-sungguh dan terencana untuk mencapai suatu tujuan.

2. Tenant Relations

Tenant Relations berfungsi untuk menjalin hubungan baik antara manajemen Mal dengan *tenant*. Dalam menjalankan fungsi manajemen komunikasi, *tenant relations* berfungsi mendorong kemapanan dan saling memelihara arus komunikasi yang menciptakan pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya, termasuk membantu memecahkan masalah, atau mengatasi suatu isu, membantu manajemen menginformasikan, merespon opini, membatasi dan menegaskan tanggungjawab manajemen untuk melayani publik yang berkepentingan, membantu membuat kebijakan tertentu yang efektif demi perubahan yang bermanfaat.[5]

3. Mengelola

Pengelolaan adalah proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan.[6] Pengelolaan sendiri artinya upaya untuk

---

[4] Hanif Nurcholis. *Perencanaan Partisipatif Pemerintah Daerah.* (Jakarta: Grasindo, 2009), 137.
[5] Jurnal e-Komunkasi Vol.2 No. 3 Tahun 2014. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
[6] Alwi, Hasan,dkk. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), 534.

mengatur aktivitas berdasarkan konsep dan prinsip yang lebih efektif, efisien dan produktif dengan diawali penentuan strategi dan perencanaan.[7]

Maka dapat dipahami bahwa definisi mengelola sama halnya dengan definisi pengelolaan, yaitu sebagai upaya untuk mengatur aktivitas berdasarkan konsep dan prinsip yang lebih efektif, efisien, dan produktif dalam penentuan startegi dan perencanaan.

4. *House journal*

House journal merupakan salah satu media bentuk kegiatan *public relations* yang sudah seharusnya diarahkan kepada pencapaian tujuan dari perusahaan/lembaga itu sendiri, yaitu membangun citra positif public terhadap perusahaan/lembaga dengan harapan untuk mendapat dukungan dari publiknya.[8]

5. MP Magazine

MP Magazine adalah majalah yang diterbitkan oleh manajemen Mal Pekanbaru, yang memuat informasi mengenai program-program dan promosi Mal Pekanbaru yang bertujuan untuk mendekatkan manajemen dengan para pengunjung Mal dan juga para mitra bisnis perusahaan.[9]

6. Upaya Meningkatkan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata upaya berarti usaha, ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dsb).[10]Adapun definisi peningkatan secara epistemologi adalah menaikkan derajat taraf dan sebagainya mempertinggi memperhebat produksi dan sebagainya.[11]

---

[7] Rohani Ahmad. *Pengelolaan Pembelajaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 2.
[8] Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Rosdakarya, 2012), 24.
[9] MP Magazine. Edisi 1/ Nov 16-Jan 17, 2.
[10] Hasan Alwi, et.al, (ed.), "upaya", *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), ed. 3, Cet. Ke- 4, 1250.
[11] Peter Salim dan Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta : Modern Press, 1995), 160.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Berdasarkan makna dalam kamus Besar Bahasa Indonesia itu (KBBI), dapat disimpulkan bahwa kata upaya memiliki kesamaan arti dengan kata usaha, dan demikian pula dengan kata ikhtiar, dan upaya dilakukan dalam rangka mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar dan sebagainya. Adapun definisi meningkatkan ialah sama halnya dengan peningkatan yaitu menaikkan taraf. Sehingga dapat dipahami bahwa definisi dari upaya meningkatkan adalah upaya yang dilakukan dalam rangka untuk mencapai kenaikan taraf.

7. *Corporate image*

Corporate image (citra perusahaan) merupakan kesan atau impresi psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya berdasarkan pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya dengan penilaian tertentu terhadap citra perusahaan, yaitu bisa berbentuk citra baik, sedang, dan bahkan buruk.[12]

8. Mal Pekanbaru

Mal Pekanbaru merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern yang ada di kota Pekanbaru yang berlokasi di jantung kota Pekanbaru yaitu di persimpangan Jalan Teuku Umar dan Jalan Jendral Sudirman. Pembangunan Mal Pekanbaru dimulai dari tahun 2001-2002, dengan luas lahan ± 1,4 ha dan bangunan dengan luas total ± 45.000 m^2, yang terdiri dari lima lantai (untuk Mal), dan 9 lantai (untuk hotel).[13]

---

[12] Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 325.
[13] MP Magazine. Edisi 1/ Nov 16-Jan 17, 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah bagaimana aktivitas *tenant relations* dalam mengelola *house journal* MP *Magazine* sebagai upaya meningkatkan *corporate image* pada Mal Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui aktivitas *tenant relations* dalam mengelola *house journal* MP *Magazine* sebagai upaya meningkatkan *corporate image* pada Mal Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara teoritis.

1) Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi *public relations* (humas) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2) Sebagai sarana keilmuan bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan mengenai pengelolaan *house journal* serta upaya dalam meningkatkan *corporate image* pada sebuah perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Secara praktis.

1) Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi khalayak (pembaca) yang ingin mendalami bidang pengelolaan *house journal* serta upaya meningkatkan *corporate image* pada sebuah perusahaan.
2) Memberikan sumbangsih pemikiran dan sumber informasi kepada pelaksana fungsi *public relations* pada Mal Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini akan diuraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi tentang sejarah Mal Pekanbaru dari sejak awal berdiri hingga sekarang.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai bagaimana aktivitas *tenant relations* dalam mengelola *house journal* sebagai upaya meningkatkan *corporate image* pada Mal Pekanbaru

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN