

RINGKASAN EKSEKUTIF

Lippo Plaza Batu merupakan satu-satunya mal yang ada di Kota Batu yang berdiri sejak tahun 2011 hingga tahun 2013 bernama Batu Town Square yang mengalami perkembangan hingga tahun 2016 berganti nama menjadi Lippo Plaza Batu. Proyek dilaksanakan selama enam (6) bulan terhitung mulai tanggal 20 Juli 2021 hingga 20 Desember 2021. Lippo Plaza Batu memiliki area mati yang sebelumnya menjadi proyek pembangunan rumah sakit tetapi mengalami kendala, sehingga area tersebut tidak digunakan dengan biaya operasional area yang masih tetap berjalan. Adapun tujuan dari pelaksanaan proyek adalah menghidupkan kembali area mati yang selama ini tidak dimanfaatkan yaitu lantai *Lower Ground*. Strategi yang dilakukan adalah melakukan revitalisasi area mati tersebut dengan menerapkan *store design*. Melalui *store design* dengan mengubah area mati tersebut menjadi area yang menarik mulai dari fisik bangunan luar maupun dalam, tata letak, serta penempatan *display* yang menarik. Hal tersebut bertujuan agar konsumen merasa nyaman untuk beraktivitas dan menghabiskan waktu di area tersebut serta memicu untuk melakukan pembelian secara mendadak. Manfaat yang diterima oleh Lippo Plaza Batu adalah peningkatan pada citra mal yang memiliki citra positif bagi konsumen yang datang serta bagi para calon *tenant* yang ingin menyewa karena antusias konsumen terhadap wajah baru area tersebut yang diwujudkan melalui peningkatan kunjungan. Untuk mendukung minat pengunjung ke area baru *Lower Ground* Lippo Plaza Batu, maka dilakukanlah publikasi dan aktivitas pemasaran melalui salah satu media sosial yaitu Instagram *marketing* dan aktivitas pemasaran lainnya dengan *event marketing*. Pada Instagram *marketing* kegiatan ini dilakukan pada akun resmi Lippo Plaza Batu dengan membuat dan mengunggah konten-konten yang mendukung untuk menginformasikan kepada pengikut akun Lippo Plaza Batu untuk datang, karena dengan konten yang diunggah dapat memicu pengunjung untuk datang. Dalam penerapan Instagram *marketing* hal yang sangat diperlukan adalah memahami setiap fitur yang dimiliki untuk mempermudah aktivitas publikasi yang dilakukan. Hasil yang diperoleh dari penerapan Instagram *marketing* adalah beberapa unggahan konten mengenai ajakan untuk datang ke Lippo Plaza Batu, menginformasikan *tenant* serta kegiatan promosi dari setiap *tenant* tersebut, dan mempublikasikan *event* yang ada pada area tersebut sehingga konsumen merasa tertarik dan penasaran dengan area baru. Penerapan aktivitas pemasaran lainnya dengan *event marketing* berupa *event bazaar* dan *event live music*. Dengan adanya *event marketing* dapat menambah minat pengunjung untuk datang ke lantai baru di Lippo Plaza Batu. Pada penerapan *event marketing* melalui proses menentukan kegiatan yang memiliki dampak positif bagi pengunjung dan *tenant*, perencanaan, penentuan *vendor*, hingga pelaksanaan *event*. Hasil yang diperoleh adalah peningkatan antusias pengisi kegiatan yaitu *tenant bazaar* yang menyambut dengan positif dengan adanya area baru dan peningkatan kedatangan pengunjung.

Kata kunci: *Mall, Tenant Mix, Store Design, Sosial Media Marketing, Instagram Marketing, Event Marketing*

EXECUTIVE SUMMARY

Lippo Plaza Batu is the only mall in Batu City that was established from 2011 to 2013 called Batu Town Square which experienced development until 2016 changed its name to Lippo Plaza Batu. The project is carried out for six (6) months starting from July 20, 2021 to December 20, 2021. Lippo Plaza Batu has a dead area that was previously a hospital construction project but experienced problems, so the area was not used with the operational costs of the area still running. The purpose of implementing the project is to revive the dead area that has not been used so far, namely the Lower Ground floor. The strategy carried out is to revitalize the dead area by implementing a store design. Through store design by turning the dead area into an interesting area starting from the physical out and inner buildings, layout, and attractive display placement. This is so that consumers feel comfortable to do activities and spend time in the area and trigger to make sudden purchases. The benefit received by Lippo Plaza Batu is an improvement in the image of the mall which has a positive image for consumers who come and for prospective tenants who want to rent because of consumer enthusiasm for the new face of the area which is realized through increased visits. To support visitors' interest in the new area of Lower Ground Lippo Plaza Batu, publications and marketing activities are carried out through one of the social media, namely Instagram marketing and other marketing activities with event marketing. On Instagram marketing, this activity is carried out on the official Lippo Plaza Batu account by creating and uploading supportive content to inform the followers of the Lippo Plaza Batu account to come, because the uploaded content can trigger visitors to come. Implementing Instagram marketing, an indispensable thing is to understand every feature you have to facilitate the publication activities carried out. The results obtained from the implementation of Instagram marketing are several content uploads regarding invitations to come to Lippo Plaza Batu, informing tenants and promotional activities of each tenant, and publishing events in the area so that consumers feel interested and curious about the new area. The application of other marketing activities with event marketing in the form of bazaar events and live music events. With the marketing event, it can increase the interest of visitors to come to the new floor at Lippo Plaza Batu. In the implementation of event marketing through the process of creating activities that have a positive impact on visitors and tenants, planning, determining vendors, and implementing events. The result obtained was an increase in the enthusiasm of fillers of activities, namely bazaar tenants who welcomed positively the existence of new areas and an increase in visitor arrivals.

Keywords: Mall, Tenant Mix, Store Design, Sosial Media Marketing, Instagram Marketing, Event Marketing