

## **Peran Tenant Relations Miko Mall Bandung sebagai Perantara Komunikasi antara Manajemen dengan Tenant**

### **The Role of Tenant Relations Miko Mall Bandung as Intermediary Communication between Management with Tenant**

<sup>1</sup>Selma Sanni Savitri, <sup>2</sup>M. Husen Fahmi

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116  
Email: <sup>1</sup>selmamcradict@gmail.com*

**Abstract.** Mall is a shopping centre which functioned as entertainment, transaction and interaction platform. One of mall in Bandung City is Miko Mall. In mall organization, all of the stakeholders bear important role as well as their own function for the continuity of the mall activity. In general, mall stakeholder consists of owner (shareholder), maintainer or management, tenant (mall booth renter) and visitor. Within mall management, there are two specific division designed to handle all existing tenants. This division called Tenant Relations or usually called TR is actor or person who has duty as bridge between shopping centre or mall management and actor of tenant (renter). This study is focusing on the role of Tenant Relations in fulfilling its duty as a communication bridge between management and tenant. The approach used in this study is qualitative with case study method which determines samples by using purposive sampling technique consisting three sources which is Miko Mall Tenant Relation as key informant and tenant owner as informant and to test the validity of data as well. The data gathered is collected from interviews, observation and documentation. Base on this study the result shows that in fulfilling its duty as communication mediator between management and tenant, MikoMall Tenant Relations is also practicing public relations role and function as expert advisor, communication facilitator, problem solving process facilitator and communication technician. Must possessed ability by Miko Mall Tenant Relations is the skill to communicate in choosing the right communication method and pattern as well as material expertise. Tenant Relations withhold obstacles coming from tenant in form of psychological and miss communication obstacles. Tenant Relations role in handling complaint from tenant is by quickly responding complaint with direct checking on the spot (tenant arena), establishing coordination with the division related to the complaint and monitoring the process until it has been handled well.

**Keywords:** Tenant Relations, Mall Management, Miko Mall, Role.

**Abstrak.** Mall adalah suatu pusat perbelanjaan yang berfungsi sebagai sarana hiburan, transaksi dan interaksi. Salah satu mall yang ada di Kota Bandung adalah Miko Mall. Dalam organisasi mall, semua stakeholder memiliki peran penting serta fungsinya masing-masing bagi keberlangsungan aktivitas mall. Secara umum, stakeholder pada sebuah mall terdiri dari pemilik (shareholder), pengelola atau manajemen, tenant (penyewa kios mall) dan pengunjung. Di dalam manajemen sebuah mall, terdapat divisi khusus yang bertugas untuk mengurus semua tenant-tenant yang berada di mall. Divisi tersebut adalah Tenant Relations atau yang biasa disebut TR ini adalah pihak atau orang yang bertugas menjadi jembatan penghubung antara pihak manajemen suatu pusat perbelanjaan atau mall dengan pihak tenant (penyewa). Penelitian ini berfokus pada peranan Tenant Relations dalam menjalankan tugasnya yaitu menjembatani komunikasi antara manajemen dengan tenant. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan pemilihan sample menggunakan teknik purposive sampling dengan responden yang terdiri dari tiga orang yaitu tenant relations Miko Mall sebagai key informan dan pemilik tenant sebagai informan sekaligus untuk menguji keabsahan data. Data yang terkumpul berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan perannya sebagai perantara komunikasi antara manajemen dengan tenant, tenant relations Miko mall turut melaksanakan peran dan fungsi public relations sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah dan teknisi komunikasi. Kemampuan yang harus dimiliki oleh Tenant Relations Miko Mall adalah kemampuan dalam berkomunikasi dengan pemilihan teknik dan pola komunikasi yang tepat juga penguasaan materi. Tenant relations menghadapi hambatan yang datang dari pihak tenant yang berupa hambatan psikologis dan mis komunikasi. Peran tenant relations dalam mengatasi komplain dari tenant yaitu dengan cara segera merespon komplain dan melakukan pengecekan langsung di arena tenant, lalu berkoordinasi dengan divisi terkait komplain dan memantau hingga selesai tertangani.

**Kata Kunci:** Tenant Relations, Peran, Manajemen Mall, Miko Mall.

## A. Pendahuluan

Pada zaman sekarang ini, banyak sekali tempat yang menjadi destinasi wisata dan hiburan bagi masyarakat dan wisatawan lokal maupun mancanegara. Dari mulai tempat rekreasi seperti taman kota, wisata alam, café dan juga Mall. Bagi masyarakat kota, tempat hiburan yang sangat mudah dijangkau dan yang paling sering dikunjungi adalah Mall. Sebagai pusat berinteraksi, mall harus dikelola dengan baik dan tidak lepas dari peran manajemen atau pengelola. Dalam organisasi mall, semua *stakeholder* memiliki peran penting serta fungsinya masing-masing bagi keberlangsungan aktivitas mall. Para *stakeholder* sebuah mall bersifat saling terkait, saling mengisi dan saling membutuhkan, oleh karena itu seluruh *stakeholder* dituntut untuk peduli terhadap perkembangan mall yang dikelolanya (Dewanda, 2011 hal 11). Secara umum, *stakeholder* pada sebuah mall terdiri dari pemilik (*shareholder*), pengelola atau manajemen, tenant (penyewa kios mall) dan pengunjung. Salah satu mall yang ada di Kota Bandung adalah Miko Mall. Miko Mall merupakan pusat perbelanjaan terbesar di Bandung Selatan yang berlokasi di Jalan Kopo Cirangrang No.599. Dari tahun ke tahun, Miko mall terus melakukan inovasi yang tentunya akan meningkatkan daya tarik Miko mall sebagai pusat rekreasi, hiburan dan investasi di wilayah Bandung Selatan. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya berbagai variasi tenant. Tenant merupakan *stakeholder* yang posisinya penting bagi manajemen mall, karena tenant merupakan salah satu unsur yang dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Di dalam manajemen sebuah mall, terdapat divisi khusus yang bertugas untuk mengurus semua tenant yang berada di mall. Divisi tersebut adalah *Tenant Relations*. *Tenant Relations* adalah pihak atau orang yang bertugas menjadi jembatan penghubung antara pihak manajemen suatu pusat perbelanjaan atau mall dengan pihak tenant (penyewa). Peran seorang *Tenant Relations* itu sangat penting karena setiap masalah yang ada di mall itu akan dilimpahkan kepada *Tenant Relations* terlebih dahulu karena *Tenant Relations* memiliki hubungan yang lebih dekat dengan tenant, jadi diharapkan dengan adanya fungsi *Tenant Relations* sebagai jembatan dapat memudahkan para tenant di suatu mall dalam menerima kebijakan yang dibuat oleh pihak manajemen mall.

*Tenant Relations* merupakan salah satu bagian dari lingkup pekerjaan seorang *Public Relations* karena tenant termasuk kedalam publik eksternal suatu perusahaan atau pusat perbelanjaan yang harus di layani dengan baik oleh *Tenant Relations* sebagai perwakilan dari pihak manajemen. Pentingnya peranan *Tenant Relations* di dalam sebuah manajemen pusat perbelanjaan membuat penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi bagaimana peran, kemampuan, hambatan dan cara *Tenant Relations* Miko Mall dalam mengatasi komplain dari tenant.

## B. Landasan Teori

Dalam bukunya “Dasar-dasar *Public Relations*” Ruslan mengemukakan empat fungsi dari *public relations* (Yulianita, 2012:53) :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Berdasarkan ke-empat fungsi yang dikemukakan di atas, Yulianita menjelaskan pada dasarnya dapat ditarik sebuah kesimpulan mengenai fungsi *public relations* secara

umum sehingga mudah untuk dipahami dan dilaksanakan oleh seorang humas yaitu hanya menyangkut 2 fungsi public relations (Yulianita, 2012:53), yaitu:

1. Menyampaikan kebijaksanaan manajemen kepada publik.
2. Menyampaikan opini publik kepada manajemen.

Dozier dan Broom (Ruslan,2007, hal.20) menambahkan konsep mengenai peranan *public relations (role of public relations)* yang dibagi dalam empat kategori yaitu:

1. Penasehat ahli (*expert presciber*), dimana praktisi *public relations* yang memiliki peranan ini membantu manajemen dengan pengalaman dan keterampilan mereka untuk mencari solusi bagi penyelesaian masalah *public relations* yang dihadapi oleh perusahaan. Dalam kondisi ini manajemen percaya bahwa sebagai ahli, praktisi *public relations* akan menemukan solusi yang tepat bagi masalah *public relations* yang dihadapi.
2. Fasilitator komunikasi (*communications fasilitator*), dimana praktisi *public relations* berperan sebagai mediator informasi antara perusahaan dengan publiknya. Fungsi utama yang dijalankan adalah memfasilitasi pertukaran informasi sehingga manajemen dapat mendengar dan memahami apa yang diinginkan publik dan demikian pula sebaliknya, publik juga mendengar dan memahami apa yang diharapkan oleh manajemen.
3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process*), dimana praktisi *public relations* membantu manajemen melalui kerjasama dengan bagian lain dalam perusahaan untuk menemukan pemecahan masalah yang terbaik bagi masalah *public relations* secara rasional dan professional.
4. Teknisi komunikasi (*communications technician*), dimana *public relations* berperan sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi.

Kompetensi komunikasi sama dengan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi. Meskipun setiap hari orang berkomunikasi, tetapi jarang orang yang tau sejauh mana efektivitas komunikasi kita, baik secara individual, sosial, maupun secara professional. Kompetensi sendiri memiliki pengertian kemampuan seseorang, yang meliputi keterampilan, pengetahuan, dan sikap dalam melakukan sesuatu kegiatan atau pekerjaan tertentu sesuai dengan standar-standar yang telah ditetapkan. Kata kunci dari kompetensi adalah kemampuan yang sesuai standar. Sedangkan kompetensi komunikasi memiliki pengertian yang meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sesuai dalam mengelola pertukaran pesan *verbal* dan *non-verbal* berdasarkan patokan-patokan tertentu. Komunikator yang kompeten harus memiliki syarat berikut:

1. Mengerti apa yang harus dilakukan dalam berbagai peristiwa komunikasi.
2. Mengembangkan perilaku yang dapat menghasilkan pesan yang tepat.
3. Peduli pada pentingnya tindakan dan proses komunikasi.

Adapun komponen-komponen kompetensi komunikasi yaitu : *Knowledge* (pengetahuan) + *Skills* (keterampilan + *Attitude* (sikap) = *Communications Competency* (kompetensi komunikasi). William Howel (dalam Griffin, 2003:425).

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”, ada beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator bila ingin komunikasinya sukses, yaitu sebagai berikut:

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantik. Gangguan mekanik

adalah gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sedangkan gangguan semantik adalah gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kecacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan ini terjadi dalam salah pengertian.

## 2. Kepentingan

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.

## 3. Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya.

## 4. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikasi yang hendak melancarkan komunikasi.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan analisis yang mengacu kepada pertanyaan penelitian, menunjukkan bahwa *tenant relations* mempunyai fungsi dan peran yang sama dengan *public relations* dengan fokus *stakeholder* yaitu tenant dan turut menjalankan peran dan fungsi *public relations* dari konsep yang dikemukakan oleh Dozier dan Broom yaitu sebagai Penasehat ahli (*expert presciber*), Fasilitator komunikasi (*communications fasilitator*), Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process*), dan Teknisi komunikasi (*communications technician*).

Peran *expert presciber* atau penasehat ahli ini dijalankan oleh *tenant relations* Miko Mall ketika ikut membantu mengatasi masalah yang terjadi pada manajemen yang berkaitan dengan tenant ataupun masalah yang terjadi pada tenant. Ketika tenant mengalami keluhan mengenai apa saja yang menyangkut dengan kebijakan manajemen mall, yang menyangkut dengan omset atau penjualannya, disinilah *tenant relations* berperan sebagai penasehat ahli atau *expert presciber* yaitu memberikan saran dan masukan mengenai program tenant seperti mengadakan diskon atau potongan harga, lalu membuat *voucher* yang dapat dibagikan kepada pengunjung secara cuma-cuma, memperindah *display* toko atau tampilan tenant menjadi lebih unik dan menarik sehingga dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung terhadap tenant tersebut untuk melakukan transaksi pembelian sehingga dapat menjadi solusi bagi tenant terhadap masalah penjualannya itu.

*Tenant relations* juga memiliki fungsi sebagai fasilitator komunikasi yang menghubungkan pihak tenant dengan manajemen mall. Setiap harinya manajemen berkomunikasi dengan divis *tenant relations* untuk mengetahui kabar terbaru mengenai tenant. Peran sebagai fasilitator komunikasi ini dijalankan oleh *tenant relations* Miko Mall ketika menyampaikan kebijakan manajemen mall yang berkaitan dengan program

perusahaan, penegakan peraturan, dan melayani kebutuhan informasi bagi tenant terkait manajemen mall. Komunikasi yang digunakan oleh *tenant relations* ini adalah menggunakan teknik persuasif. Jika ditinjau dari beberapa teknik komunikasi persuasi tersebut, *tenant relations* Miko Mall melakukan komunikasi persuasif dengan menggunakan teknik ganjaran atau yang disebut dengan *pay-off technique* dan *fear arousing technique* ketika mencoba mengajak tenant tersebut untuk ikut berpartisipasi dalam acara program perusahaan dengan cara mempersuainya dengan menjelaskan manfaat dan keuntungan apa saja yang dapat di peroleh dari mengikuti program perusahaan tersebut. *Tenant relations* juga melakukan komunikasi persuasi dengan teknik ganjaran *fear arousing technique* ketika menghadapi tenant yang melakukan pelanggaran terkait peraturan yang telah di tetapkan oleh manajemen mall yaitu dengan cara mengajak dan memperingatkan secara halus konsekuensi yang bisa tenant dapatkan jika melakukan pelanggaran agar tidak mengulangi pelanggarannya tersebut.

Peran *public relations* sebagai fasilitator proses pemecahan masalah atau *problem solving process* ini dijalankan pula oleh *tenant relations* Miko Mall. Ketika tenant mengalami kendala atau keluhan mengenai sesuatu yang bersangkutan dengan manajemen atau fasilitas gedung, tenant dapat menyampaikan keluhan yang dialaminya kepada *tenant relations* yang akan membantu menyampaikan keluhan atau *complain* tersebut kepada bagian yang terkait. Peran sebagai teknisi komunikasi atau *communications technician* ini juga jelas di jalankan oleh *tenant relations* Miko Mall. *Tenant relations* Miko Mall membantu memberikan pelayanan teknis komunikasi bagi manajemen mall dan para tenant seperti memberikan informasi yang dibutuhkan kepada *customer*, pemilik atau penyewa tenant yang tetap mengedepankan akurasi isi informasi sesuai norma perusahaan yang berlaku.

Dalam menjalankan peran *tenant relations* diatas, *tenant relations officer* Miko Mall menjelaskan bahwa diperlukannya kemampuan dalam berkomunikasi dengan pemilihan teknik, pola komunikasi yang tepat dan penguasaan materi. Kompetensi atau kemampuan komunikasi memiliki pengertian yang meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sesuai dalam mengelola pertukaran pesan *verbal* maupun *non-verbal* berdasarkan patokan-patokan tertentu. Seorang *tenant relations* harus memiliki dan menguasai pengetahuan atau *knowledge* mengenai bidang pekerjaannya. Seperti pengetahuan tentang bagaimana sistem operasioanal kerja *tenant relations*, pengetahuan tentang sistem operasional manajemen mall dengan tenant, menguasai segala pengetahuan atau materi informasi yang manajemen mall dan tenant butuhkan. Semakin ia mendalami ilmu yang terkait dengan bidang pekerjaannya, dapat dipastikan bahwa seorang *tenant relations* akan menjadi hebat dalam bidang pekerjaannya.

*Skill* atau keterampilan dalam berkomunikasi dapat ditentukan dari bagaimana kita menampilkan diri, bagaimana kita bersuara dan apa yang kita katakan. Seorang *tenant relations* dapat menunjukkan *skill* atau keterampilan mereka dalam berkomunikasi ketika bagaimana ia berinteraksi bersama manajemen dan tenant dengan baik. Seperti halnya bagaimana cara penyampaian *tenant relations* dalam menjelaskan peraturan dan kebijakan dari manajemen mall kepada tenant. *Attitude* atau sikap merupakan komponen yang tidak terlihat dari kompetensi komunikasi, tetapi merupakan yang paling penting karena *attitude* menjadi hal yang menentukan bagaimana respon dalam proses komunikasi. Seorang *tenant relations* harus memiliki sikap atau *attitude* yang baik dalam melakukan komunikasi bersama relasi kerjanya yaitu manajemen mall dan tenant agar mereka dapat memberikan respon yang positif kepada *tenant relations* sehingga akan dapat menjaga hubungan baik diantara keduanya.

Dalam menjalankan perannya, *tenant relations* menghadapi hambatan yang

datang dari pihak tenant. Hambatan tersebut berupa hambatan psikologis dan mis komunikasi. Diantara sekian banyak mall di Kota Bandung, Miko Mall menjadi salah satu mall yang menerapkan dua sistem jenis tenant yaitu Strata dan Lease. Berbeda dengan kebanyakan mall lainnya di Kota Bandung yang hanya menerapkan satu sistem jenis tenant yaitu jenis Lease. Strata merupakan jenis tenant yang dibeli oleh pemilik tenant yakni area tenant atau kafling toko yang telah dibeli sudah menjadi hak milik *customer*, sementara Lease merupakan tenant yang hanya disewakan kepada *customer* yakni area tenant atau kafling toko itu masih menjadi milik pihak manajemen mall dan hanya disewakan. Tenant yang berjenis strata maupun lease memiliki karakteristik, kepentingan dan juga kondisi yang beragam. *Tenant relations* Miko mall memberikan pelayanan yang sama terhadap tenant strata dan juga tenant lease tetapi terdapat penerimaan atau respon yang berbeda antara kedua tenant tersebut. Selain hambatan yang berupa penerimaan respon yang berbeda, terdapat hambatan lain yang dihadapi oleh *tenant relations* Miko Mall yaitu sikap tenant yang beragam seperti meminta fasilitas yang lebih dan melanggar peraturan yang telah ditetapkan oleh manajemen mall. Prasangka yang tenant strata persepsikan terhadap *tenant relations* dan sikap tenant yang sangat beragam karena di dasari oleh rasa memiliki tenant yang sudah di sewa atau dibelinya menghambat proses komunikasi yang dilakukan oleh *tenant relations* Miko Mall, sehingga tujuan pesan yang ingin disampaikan menjadi terlihat dan terdengar negatif. Padahal dalam hal ini *tenant relations* hanya berusaha menjalankan tugas dan kewajibannya demi kepentingan bersama.

Hambatan selanjutnya adalah kurangnya kordinasi dari tenant ketika melaksanakan program tenannya yang melibatkan divisi lain sehingga menyebabkan kordinasi internal antara *tenant relations* dengan divisi lain menjadi ikut terhambat bahkan tidak tersampaikan sehingga menyebabkan adanya beberapa hal yang mis. Ketika dihadapkan dengan hambatan-hambatan tersebut, *tenant relations* Miko Mall harus bersikap professional dalam mengatasinya demi menjaga hubungan baiknya dengan pihak tenant yang memiliki posisi penting bagi manajemen mall.

Seorang praktisi *public relations* memiliki salah satu peran yaitu sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah atau sebagai *problem solver* yang bertugas memecahkan persoalan komunikasi yang ada. Begitu juga dengan *tenant relations* yang memiliki peran sebagai fasilitator pemecahan masalah terhadap tenant yang mengalami kendala yang menjadi masalah bagi tenant. Pihak tenant dapat mengeluhkan kendala tersebut kepada *tenant relations* yang akan membantu mengatasi komplain atau kendala yang dialami oleh tenant dengan melakukan pengecekan langsung di arena tenant, dan berkoordinasi dengan divisi lain yang bersangkutan dengan komplain tersebut. Kecil atau besarnya keluhan atau konflik, dan bagaimana cara mengatasinya akan berpengaruh pada kualitas hubungan (Anderson & Narus, dalam Rasila, 2010).

*Tenant relations* Miko Mall menangani komplain tersebut dengan cara melakukan kordinasi bersama divisi yang berkaitan dengan komplain tersebut. Apabila komplain yang diajukan tenant itu bersifat non teknis seperti contohnya terjadi kerusakan listrik pada tenant, *tenant relations* Miko Mall akan berkordinasi langsung dengan bagian *engineering* untuk mengecek dan memperbaiki listrik tenant tersebut. Setelah pengecekan, dalam hal ini *tenant relations* memberikan penjelasan kepada tenant tentang bagaimana kondisi kerusakan listrik yang dialami dan apabila komplain tenant tersebut belum dapat tertangani langsung karena memerlukan material yang harus dibeli terlebih dahulu, *tenant relations* mencoba memberikan penjelasan kepada pihak tenant agar dapat sabar menunggu proses penanganan komplain tersebut dan terus melakukan *follow up* kepada bagian *engineering* terkait perbaikan di arena tenant

sampai komplainnya dapat selesai tertangani.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Tenant relations* turut menjalankan peran dan fungsi *public relations* yang dikemukakan oleh Dozier dan Broom yaitu peran sebagai penasehat ahli (*expert prescriber*), fasilitator komunikasi (*communications fasilitator*), fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process*) dan teknisi komunikasi (*communications technician*).
2. Kemampuan yang harus dimiliki oleh *Tenant Relations* Miko Mall adalah kemampuan dalam berkomunikasi dengan pemilihan teknik dan pola komunikasi yang tepat juga penguasaan materi. Kemampuan berkomunikasi ini sangat ditekankan kepada *tenant relations* ketika berinteraksi dengan tenant, karena tenant merupakan *stakeholder* yang menduduki posisi penting bagi manajemen mall.
3. *Tenant relations* menghadapi hambatan yang datang dari pihak tenant yang berupa hambatan psikologis dan mis komunikasi. Hambatan psikologis berasal dari tenant yang memiliki sifat beragam seperti meminta fasilitas lebih dan tenant strata yang memiliki sifat cenderung lebih tertutup dan memberikan respon yang kurang baik ketika *tenant relations* memberikan informasi tentang penegakan peraturan. Hal tersebut didasari oleh rasa memiliki tenant yang sudah di sewa atau dibeli yang menghambat proses komunikasi yang dilakukan oleh *tenant relations* Miko Mall, sehingga tujuan pesan yang ingin disampaikan menjadi terlihat dan terdengar negatif. Selain hambatan psikologis, hambatan yang dihadapi oleh *tenant relations* adalah kurangnya koordinasi dari pihak tenant ketika melaksanakan programnya yang melibatkan divisi lain sehingga mengakibatkan terjadinya miss komunikasi.
4. Peran *tenant relations* dalam mengatasi komplain dari tenant yaitu dengan cara segera merespon komplain dan melakukan pengecekan langsung di arena tenant, lalu berkoordinasi dengan divisi yang bersangkutan dengan komplain tersebut. *Tenant relations* mencoba memberikan penjelasan kepada pihak tenant agar dapat sabar menunggu proses penanganan komplain dan terus melakukan *follow up* kepada divisi yang bersangkutan sampai komplain tersebut dapat selesai tertangani.

#### **E. Saran**

##### **Saran Teoritis**

Peneliti menyarankan kepada para ahli bidang komunikasi khususnya *public relations* untuk memperbanyak buku-buku literatur yang membahas mengenai *tenant relations* agar dapat memperluas kajian bidang yang sama dengan *public relations* dan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi. Peneliti juga menyarankan bagi teman-teman yang akan melakukan penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti pihak tenant tentang kinerja dari *tenant relations* dengan menggunakan metode kuantitatif.

##### **Saran Praktis**

Peran yang dijalankan oleh *tenant relations* Miko Mall sebagai perantara komunikasi antara manajemen dengan tenant dilihat sudah baik dalam pelaksanaannya

dan akan sangat baik bila hal ini terus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi. Terutama dalam membina hubungan yang lebih baik dengan para tenant. Untuk mewujudkan hal tersebut, bisa direalisasikan dengan diadakannya sebuah kegiatan yang dapat menyatukan antara manajemen dengan tenant.

### Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Dewanda, Dimas Swasti Wishnu. 2011. "Peran Public Relations Solo Grand Mall dalam Membina Hubungan Baik dengan Pers". Makalah. Laporan Kuliah Kerja Media. Surakarta, 2011.
- Rasila, Heidi. 2010. *Customer Relationship Quality in Landlord-Tenant Relationship*. Property Management Journal, Vol. 28 No.2, p. 80-92.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Suciawan, Felicia Janice. 2014. "Relationship Management Tenant Relations Mall XYZ" dalam *Jurnal E-Komunikasi* VOL. 2, NO.3 (hal. 3)
- Yulianita, Neni. 2012. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U)