

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Sinar Mas Land ialah sebuah pengembang properti terkemuka dalam negeri, yang memiliki sejarah panjang dan kontribusi signifikan dalam industri properti nasional. Berawal pada tahun 1980-an, Sinar Mas Land ialah bagian dari Sinar Mas Group, sebuah konglomerat besar yang didirikan oleh Eka Tjipta Widjaja. Berada dalam naungan Sinar Mas Group, Sinar Mas Land awalnya fokus pada pengembangan properti perumahan dan komersial, namun seiring berjalannya waktu Sinar Mas Land sudah memiliki pilar usaha lain. Oleh karenanya, penulis akan memaparkan secara lebih detail mengenai profil, sejarah dan portofolio dari Sinar Mas Land.

2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Gedung Sinar Mas Land Plaza BSD City
Sumber: www.sinarmasland.com

Dilansir dari website resmi perusahaan, Sinar Mas Land memegang visi untuk menjadi pengembang properti terkemuka di Asia Tenggara yang mengedepankan inovasi dan keberlanjutan. Visi ini didukung oleh nilai yang dimiliki Sinar Mas Land antara lain integritas, sikap positif, komitmen, peningkatan tanpa henti, inovasi dan loyalitas yang mana ingin mencerminkan komitmen perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi dan sosial, tetapi juga berkontribusi pada

peningkatan kualitas hidup masyarakat di Indonesia dan luar negeri (Sinar Mas Land, 2024).

Dalam menjalankan misinya, Sinar Mas Land berfokus pada pilar usahanya. Pertama, yaitu menyediakan hunian dan komunitas berkualitas tinggi yang memperhatikan kenyamanan serta kesejahteraan penghuninya. Kedua, mendorong inovasi dalam pengembangan properti melalui penerapan teknologi dan konsep *smart city*. Ketiga, Sinar Mas Land berkomitmen untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dengan menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan dalam setiap proyek. Terakhir, Sinar Mas Land berusaha untuk menciptakan nilai tambah bagi masyarakat luas, investor, maupun mitra bisnis melalui produk dan layanan yang inovatif serta tanggung jawab yang tinggi. Dengan visi dan misi ini, Sinar Mas Land terus berkomitmen untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan industri property.



Gambar 2.2 Logo Sinar Mas Land
Sumber: www.sinarmasland.com

Berdasarkan *Corporate Identity Manual* perusahaan, Logo Sinar Mas Land merefleksikan makna mendalam dan nilai-nilai inti serta visi perusahaan. Logo ini didominasi oleh elemen lingkaran merah, yang mana melambangkan semangat, kekuatan, dan komitmen perusahaan dalam menjalankan setiap bisnisnya dengan integritas dan dedikasi. Lingkaran tersebut juga mencerminkan keseimbangan dan kesinambungan, yang sejalan dengan visi Sinar Mas Land dalam pengembangan properti yang berkelanjutan.

Warna merah dalam logo melambangkan keberanian dan energi, sedangkan putih melambangkan kesucian, ketulusan, dan kepercayaan. Kedua warna ini menggambarkan keseimbangan antara inovasi dan komitmen untuk

menghadirkan pelayanan unggulan bagi publik. Lebih lanjut, bentuk lingkaran menggambarkan siklus berkelanjutan, yang mencerminkan visi dan nilai perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan inovasi untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Sinar Mas Land selalu menekankan pentingnya inovasi dalam menciptakan proyek-proyek properti yang bukan hanya menyediakan tempat tinggal, tetapi juga menciptakan kualitas hidup yang lebih optimal bagi penghuninya. Filosofi ini tercermin dalam elemen-elemen logo, yang mewakili sinergi antara inovasi, keberlanjutan, dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (sumber : *Coorporate Identity Manual* Sinar Mas Land).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

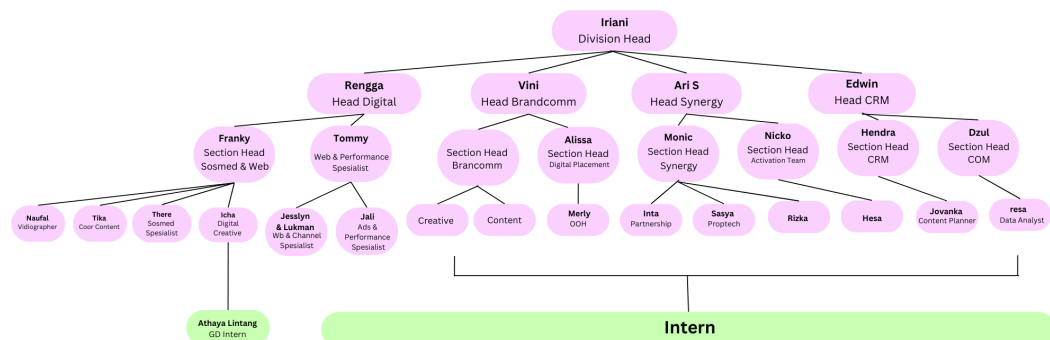
Sinar Mas Land ialah korporasi sektor properti terkemuka dalam negeri dengan sejarah panjang dan kontribusi signifikan dalam industri properti nasional. Berdasarkan informasi dari laman website resmi, diketahui bahwa pada tahun 1980-an, Sinar Mas Land berada dalam naungan Sinar Mas *Group*, sebuah konglomerat besar yang didirikan oleh Eka Tjipta Widjaja. Sinar Mas Land mulai menggarap proyek *township* di bawah naungan Sinar Mas *Group*. Proyek pertama yang menjadi landasan perkembangan Sinar Mas Land adalah pengembangan *BSD City* (Bumi Serpong Damai). Proyek ini digarap pada tahun 1984 dan merupakan salah satu proyek kota mandiri terbesar di Asia Tenggara. *BSD City* dirancang sebagai kawasan yang mencakup perumahan, komersial, pendidikan, serta fasilitas publik lainnya (Sinar Mas Land, 2024).

Seiring berjalannya waktu, Sinar Mas Land terus memperluas portofolionya dengan mengembangkan berbagai proyek properti lainnya, baik dalam cakupan domestik maupun mancanegara. Sinar Mas Land juga terlibat dalam proyek pengembangan gedung perkantoran, pusat perbelanjaan, hotel, dan properti industri. Tidak Hanya di dalam negeri namun Sinar Mas Land juga sudah mencapai pasar internasional. Sinar Mas Land tercermin dalam

pengembangan berbagai proyek di negara-negara seperti Malaysia, China, Singapura, dan Inggris. Pada tahun 2011, Sinar Mas Land berhasil melakukan merger antara PT Bumi Serpong Damai Tbk dan PT Duta Pertiwi Tbk, yang semakin memperkuat posisi perusahaan sebagai pengembang properti di Indonesia (Sinar Mas Land, 2024).

Sinar Mas Land dikenal dengan inovasi-inovasinya dalam menciptakan kawasan hunian dan komersial yang berkelanjutan. Salah satu fokus utama perusahaan adalah mengembangkan properti dan berkontribusi terhadap keberlanjutan sosial dan ekonomi masyarakat. Selain itu, Sinar Mas Land juga berkomitmen pada pengembangan teknologi dalam properti, seperti konsep kota pintar (*smart city*), yang diterapkan di beberapa proyeknya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Arsip Perusahaan

Penulis didelegasikan pada posisi *Department Marketing Communication Divisi Digital (Content)* dalam struktur PT Sinar Mas Land. Selanjutnya, posisi tertinggi pada *department* ini diduduki oleh I sebagai *Division Head of Marketing Communication*. *Division Head* pastinya bertanggung jawab atas perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan semua kegiatan pemasaran yang akan dilakukan. Selain itu *Division Head* juga akan memantau dan menganalisis kinerja kampanye yang sedang berlangsung.

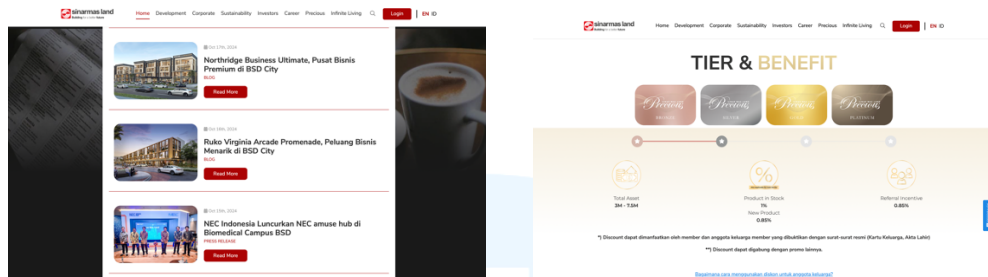
Selanjutnya ada *Head of Digital* yang mana merupakan orang yang bertanggung jawab atas konten – konten yang akan dipublikasikan oleh tim website maupun konten. Selanjutnya ada F sebagai supervisor sosial media dan TD Sebagai *coordinator (user)* yang juga bertanggung jawab atas penulis. Selain itu, Sebagai *intern*, penulis diberi arahan oleh *Creative Digital* yang mana juga menjadi mentor penulis untuk mengerjakan desain social media, website berupa *design stillife* atau *post image, motion graphic* dan video. Di samping itu, penulis juga terkadang menggarap desain untuk media cetak.

2.3 Portofolio Perusahaan

Dibekali lebih dari 40 tahun pengalaman dalam industri properti, Sinar Mas Land telah menerima berbagai penghargaan bergengsi di tingkat nasional dan internasional. Reputasi Sinar Mas Land sebagai pengembang *property* terkemuka terus tumbuh seiring dengan visinya untuk menghadirkan inovasi berkelanjutan dalam cakupan domestik dan mancanegara. Sampai saat ini, Sinar Mas Land tidak hanya berfokus pada pengembangan *property*, tetapi juga berkomitmen untuk berkontribusi pada pembangunan kota-kota masa depan. Berikut adalah beberapa portofolio desain dari Sinar Mas Land:

2.3.1 Website Sinar Mas Land

Website Sinar Mas Land dirancang untuk menjadi sarana komunikasi utama dalam menyampaikan informasi mengenai berbagai proyek properti yang dikembangkan oleh perusahaan. Desain website ini memadukan berbagai elemen visual, teknologi interaktif, dan struktur informasi yang terorganisir dengan baik. Website ini berfungsi sebagai platform yang tidak hanya memfasilitasi penjualan dan promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi terpercaya bagi calon pembeli, investor, maupun masyarakat umum.



Gambar 2.4 Tampilan Website Sinar Mas Land
Sumber: Sinarmasland.com

yaitu menyediakan akses mudah dan jelas terhadap informasi properti dan proyek perusahaan. Melalui navigasi yang intuitif, visual berkualitas, teknologi interaktif, responsivitas, serta penggunaan elemen grafis yang mendukung identitas merek, website ini berhasil memfasilitasi komunikasi visual yang efektif dan informatif. Desain yang fungsional ini sejalan dengan pilar DKV khususnya sebagai media informasi, yang bertujuan untuk memastikan bahwa pengguna dapat memperoleh pengalaman yang menyeluruh dan mendalam tentang apa yang ditawarkan oleh Sinar Mas Land.

2.3.2 Kampanye *Infinite Living* Periode 1

Desain program kampanye *Infinite Living* periode 1 dari Sinar Mas Land merupakan kampanye yang bertujuan untuk menyampaikan dan memperkenalkan konsep hidup *modern* yang dinamis dan berkelanjutan di kawasan *BSD City*. Program kampanye ini menekankan pada berbagai aspek kenyamanan dan kemudahan hidup yang dihadirkan melalui teknologi, fasilitas lengkap, serta lingkungan yang ramah untuk berbagai kalangan, mulai dari keluarga muda hingga profesional.



Gambar 2.5 Program Infinite Living Periode 1
Sumber: Sinarmasland.com

Desain untuk *Infinite Living* ini dirancang dengan estetika visual yang *modern* dan futuristik. Hal ini terlihat dari penggunaan palet warna yang elegant seperti biru tua, putih, dan abu-abu dengan aksen hijau sebagai simbol keberlanjutan. Elemen visual menonjolkan gedung-gedung tinggi, ruang terbuka hijau, dan infrastruktur teknologi canggih yang mengedepankan konektivitas dan efisiensi. Melalui visual yang futuristik dan konsep inovatif, kampanye ini bertujuan untuk menarik minat berbagai kalangan untuk melihat *BSD City* sebagai pilihan utama untuk tempat tinggal atau investasi properti, sekaligus mendukung perkembangan konsep *smart city* di Indonesia. Dalam hal ini desain *Infinite Living* periode 1 termasuk kedalam media iklan persuasi karena konten didalamnya tidak hanya informasi mengenai Properti di *BSD City* namun juga menonjolkan promo – promo yang sedang berlangsung, sehingga audiens dapat mengetahui informasi yang sedang berlangsung.

2.3.3 Program Kampanye *Infinite Living* Periode 3

Desain pada *Infinite Living* periode 3 menggunakan visual yang lebih dinamis, baik dalam bentuk iklan digital media sosial maupun media cetak. Desain untuk “*point of interest*” nya dibuat dengan 3D dengan warna *vibrant* yang bertujuan untuk memberikan pengalaman lebih hidup kepada audiens.



Gambar 2.6 Program *Infinite Living* Periode 3
Sumber: Sinarmasland.com

Desain *Infinite Living* periode 3 dari Sinar Mas Land memperkuat aspek komunitas, keberlanjutan, dan teknologi dan tetap mempertahankan visual yang *modern* dan interaktif. Dengan fokus pada pengalaman hidup yang nyata, desain ini berhasil menarik perhatian audiens yang ingin mencari kehidupan yang lebih dari sekadar tempat tinggal, namun juga bisa memberikan kemudahan dalam menghadapi era digital. Desain ini dibuat oleh *Agency* dan divisi *Brand Communication* dengan waktu pengerjaan 2 – 3 minggu. Hal ini tentunya masuk kedalam pilar DKV yaitu sebagai media persuasi karena ingin mengkomunikasikan kepada audiens atau khalayak luas tentang promo dan benefit yang diberikan.

2.3.4 Media Promosi *Web Series* “Bersama Kita”



Gambar 2.7 Poster *Web Series* “Bersama Kalian”
Sumber: Sinarmasland.com

Di tahun 2024 awalnya pada bulan Oktober, Sinar Mas Land merilis sebuah *Web Series* yang berjudul “Bersama Kalian” yang mana *WebSeries* ini menggambarkan perjalanan empat sahabat dalam menghadapi suka dan duka dimasa remajanya. *Web Series* ini tayang melalui laman Youtube resmi Sinar Mas Land. *Web Series* ini merupakan salah satu Teknik *soft selling*

marketing yang dilakukan Sinar Mas Land untuk mengenalkan beberapa proyek dan produk yang ditawarkan, Maka dari itu latar tempat nya dilakukan di BSD City. Selanjutnya, untuk mempromosikan *Web Series* tersebut sinar mas land memilih media promosi berupa poster, *banner*, *LED*, dan iklan yang dipasang disosial media maupun media cetak. Untuk pembuatan desain poster digarap oleh *Creative Digitaler* dengan beberapa kali revisi hingga desain bisa dipublikasikan. Poster, spanduk, LED maupun banner ini termasuk kedalam bagian pilar DKV yaitu persuasi. Karena, tujuannya adalah sebagai media promosi untuk menarik perhatian para audiens terhadap *Web Series* yang diluncurkan oleh Sinar Mas Land, sehingga audiens mengetahui tentang adanya *Web Series* yang ingin tayang dan tertarik untuk menontonnya.

2.3.5 Konten Organik Sinar Mas Land



Gambar 2.8 Konten Organik Sinar Mas Land
Sumber: Instagram Sinarmas_land

Sinar Mas Land selalu rutin merancang dan mengunggah konten organik setiap minggu nya, biasanya konten organic akan dikerjakan oleh tim konten yaitu oleh *Creative Digital* dan *Intern Graphic Design*. Brief konten akan dibuat oleh T dan TD setelah itu isi konten akan di cek oleh *Division Head*, *Head Digital* dan *Section Head of Social Media*. Setelah konten diapproved selanjutnya adalah pembuatan desain oleh *Digital Creative*, lalu setelah desain selesai akan melalukan *final cheking* dan *approval* dari *Division Head*, *Head Digital* dan *Section Head of Social*

Media. Setelah semua *approved* maka konten organik akan dipublikasikan melalui Instagram Sinar Mas Land. Konten organik ini termasuk kedalam salah satu pilar DKV yaitu media informasi karena isi dari konten tersebut merupakan informasi terkait *tips and trick* maupun informasi lebih lanjut terkait produk yang dijalankan oleh Sinar Mas Land.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA