PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA PERUSAHAAN 2000S MARKET

LAPORAN MAGANG

Peony Phylicia

00000061279

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA PERUSAHAAN

2000S MARKET

LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Peony Phylicia

00000061279

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Peony Phylicia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061279

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : S1

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA PERUSAHAAN 2000S MARKET

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 23 Juni 2025

(Peony Phylicia)

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Peony Phylicia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061279

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

menyatakan bahwa saya melaksanakan magang di:

Nama Perusahaan : 2000s Market

Alamat Perusahaan : Jl. Kencana Molek II Blok M11 No. 23, Kec. Kembangan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11610

Email Perusahaan : 2000smarket.hrd@gmail.com

1. Perusahaan tempat saya melakukan magang dapat divalidasi keberadaannya.
2. Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan data yang tidak valid di perusahaan tempat saya melakukan magang, maka:
   a. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.
   b. Saya bersedia menerima semua sanksi yang berlaku sebagaimana ditetapkan dalam peraturan di Universitas Multimedia Nusantara.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 23 Juni 2025

Mengetahui

(Patricia Lesmana)

Menyatakan

(Peony Phylicia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

PADA PERUSAHAAN 2000S MARKET

Oleh

Nama Lengkap	: Peony Phylicia
Nomor Induk Mahasiswa	: 00000061279
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 23 Juni 2025
Pukul 11.00 s.d. 11.30 WIB dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing	Penguji
Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.	Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0319109601/ 081434	0326128001/ 038953

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Peony Phylicia
Nomor Induk Mahasiswa	: 00000061279
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Jenjang	: S1
Jenis Karya	: Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah	: PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA PERUSAHAAN 2000S MARKET

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia **(pilih salah satu):**

☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk memublikasikan hasil laporan magang saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh civitas academica UMN/ publik. Saya menyatakan bahwa laporan magang yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☑ Saya tidak bersedia memublikasikan hasil laporan magang ini ke dalam repositori Knowledge Center karena ada data yang bersifat konfidensial.

☐ Lainnya, pilih salah satu:

☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara.

☐ Embargo publikasi laporan magang dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 23 Juni 2025

(Peony Phylicia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan judul *Perancangan Media Promosi pada Perusahaan 2000s Market*. Melalui penyelesaian tugas laporan magang ini, penulis mendapatkan banyak wawasan selama bekerja dalam bidang desain grafis dan memiliki pengalaman di lapangan kerja, khususnya pada pelaksanaan *event organizer*. Pengalaman ini sangat bermanfaat untuk menjadi bekal masa depan karir penulis sebagai desainer grafis dan memahami lebih dalam mengenai cara kerja di industri kreatif.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara.
5. 2000s Market, selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan magang.
6. Patricia Lesmana, selaku *Supervisor* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya magang ini.
7. Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds., selaku *Advisor* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya magang ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan magang ini.

Meskipun laporan magang ini masih memiliki kekurangan, penulis berharap laporan magang ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan perusahaan.

Tangerang, 23 Juni 2025

(Peony Phylicia)

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA PERUSAHAAN 2000S MARKET

(Peony Phylicia)

ABSTRAK

Industri kreatif yang terus berkembang mendorong pentingnya pemahaman terhadap media sosial dalam membangun hubungan antara perusahaan dan audiens. Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, pengalaman bekerja langsung dalam dunia industri sangat dibutuhkan untuk mengasah keterampilan desain grafis serta memahami dinamika promosi melalui media sosial. Penulis melaksanakan kerja magang di 2000s Market selama 4 bulan, sebuah perusahaan *event organizer* yang menyelenggarakan bazaar brand fashion lokal, dengan tujuan untuk mengembangkan keterampilan desain grafis dan meningkatkan pemahaman tentang promosi digital melalui platform media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Selama magang, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan konten visual yang menarik untuk meningkatkan *engagement* dan mendukung promosi acara. Melalui pengalaman ini, penulis juga belajar untuk bekerja dalam tim yang melibatkan berbagai pihak, termasuk *influencer*, untuk memaksimalkan keberhasilan acara. Hasil magang ini memberikan wawasan mengenai tantangan dalam memasarkan produk melalui media sosial serta pentingnya kreativitas dan kolaborasi dalam dunia kerja. Magang ini juga memungkinkan penulis untuk mengasah *hard skill* dan *soft skill*, yang diharapkan dapat mendukung karir di industri kreatif.

Kata kunci: Magang, Media Sosial, Promosi

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN IN 2000S MARKET

(Peony Phylicia)

ABSTRACT

The growing creative industry highlights the importance of social media in building connections between companies and their audiences. As a Visual Communication Design student, hands-on experience in the industry is vital for developing graphic design skills and understanding promotion through social media. The author interned at 2000s Market for 4 months, an event organizer hosting local fashion brand bazaars, with the aim of enhancing graphic design skills and learning about digital promotion on platforms such as Instagram and TikTok. During the internship, the author was responsible for creating engaging visual content to boost engagement and support event promotions. Through this role, the author learned to work with a team, aiming to ensure the event's success by including influencers. The experience offered insights into the challenges of marketing products on social media, and emphasized the importance of creativity and collaboration in the workplace. This internship also allowed the author to refine both hard and soft skills, which are essential for a successful career in the creative industry. Ultimately, this experience not only improved technical design skills but also offered a valuable understanding of how social media can be leveraged for effective marketing and promotion.

Keywords*: Internship, Social Media, Promotion*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT ii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Tujuan Magang 2
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang 2
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang 3
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang 3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 5
2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan 5
2.1.1 Profil Perusahaan 5
2.1.2 Sejarah Perusahaan 6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan 8
2.3 Portofolio Perusahaan 10
BAB III PELAKSANAAN MAGANG 14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang 14
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang 14
3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang 15
3.2 Tugas yang Dilakukan 16
3.3 Uraian Pelaksanaan Magang 20

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang: Perancangan *Entrance Gate, Hanging Banner,* dan *Instagram Post* 2000s Market Vol. 621
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang 32
3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang 46
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang 46
3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang 47
BAB IV PENUTUP 49
4.1 Simpulan 49
4.2 Saran 49
DAFTAR PUSTAKA xiv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo 2000s Market 6
Gambar 2.2 2000s Market Volume 1 7
Gambar 2.3 Photospot 2000s Market Sumber: Instagram 2000s Market 8
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan 2000s Market 9
Gambar 2.5 Brand Lokal di 2000s Market 10
Gambar 2.6 Influencer 2000s Market 11
Gambar 2.7 Pengunjung 2000s Market 12
Gambar 2.8 Acara Halloween di 2000s Market 12
Gambar 2.9 2000s Market Vol. 6 13
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan 2000s Market 14
Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Perusahaan 2000s Market 16
Gambar 3.3 Brief Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 22
Gambar 3.4 Moodboard Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 22
Gambar 3.5 Sketsa Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 23
Gambar 3.6 Kerangka Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 23
Gambar 3.7 Key Visual Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 24
Gambar 3.8 Proses Pengerjaan Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 25
Gambar 3.9 Digitalisasi Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 25
Gambar 3.10 Hasil Entrance Gate 2000s Market Vol. 6 26
Gambar 3.11 Brief Hanging Banner 27
Gambar 3.12 Moodboard Hanging Banner 27
Gambar 3. 13 Proses Pembuatan Hanging Banner 28
Gambar 3.14 Digitalisasi Hanging Banner 28
Gambar 3.15 Hasil Revisi Hanging Banner 29
Gambar 3.16 Hasil Hanging Banner 2000s Market Vol. 6 30
Gambar 3.17 Brief Copywriting History of Education 31
Gambar 3.18 Proses Pembuatan Instagram Post Brief History of Education 31
Gambar 3.19 Digitalisasi Instagram Post Brief History of Education 32
Gambar 3.20 Moodboard Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3 33
Gambar 3.21 Asset Tochaku Market Vol. 3 33
Gambar 3.22 Penggabungan Logo Tochaku Market dan 2000z Bazaar 34
Gambar 3.23 Sketsa Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3 34
Gambar 3.24 Kerangka Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3 35
Gambar 3.25 Proses Pengerjaan Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3 35
Gambar 3.26 Digitalisasi Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3 36
Gambar 3.27 Hasil Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3 36
Gambar 3.28 Moodboard Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3 37
Gambar 3.29 Sketsa Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3 38
Gambar 3.30 Proses Pengerjaan Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3 38
Gambar 3.31 Digitalisasi Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3 39
Gambar 3.32 Hasil Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3 39
Gambar 3.33 Proses Pengerjaan Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3 40
Gambar 3. 34 Proses Retouch Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3 41
Gambar 3.35 Mockup Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3 41

Gambar 3.36 Hasil Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3 42
Gambar 3.37 Brief Mapping 2000s Market Vol. 6 43
Gambar 3.38 Proses Digitalisasi Mapping 2000s Market Vol. 6..... 43
Gambar 3.39 Digitalisasi Mapping 2000s Market Vol. 6 44
Gambar 3.40 Digitalisasi List Tenant Lineup 2000s Market Vol. 6..... 44
Gambar 3.41 Gambar Kerja Mapping 2000s Market Vol. 6..... 45
Gambar 3.42 Revisi Gambar Kerja Mapping 2000s Market Vol. 6 45
Gambar 3.43 Hasil Revisi Gambar Kerja Mapping 2000s Market Vol. 6..... 46

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang..... 17

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin xv
Lampiran Form Bimbingan xvii
Lampiran MBKM 01 xx
Lampiran MBKM 02 xxi
Lampiran MBKM 03 xxii
Lampiran MBKM 04 xxv
Lampiran Karya xxvi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA