

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Dalam melaksanakan program Magang Merdeka, penulis berperan sebagai *Graphic Designer* di Sinar Mas Land, yang merupakan bagian dari Sinar Mas Group. Didirikan oleh Eka Tjipta Widjaja, Sinar Mas Group memiliki tujuh pilar usaha yang bergerak di berbagai sektor industri (Kikit, 2022). Setiap pilar dikelola secara independen dengan berorientasi pada pengelolaan komoditas serta penyediaan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satu pilar utama dalam perusahaan ini adalah Sinar Mas Land, yakni bidang usaha pengembangan properti terbesar di Indonesia yang telah dibentuk sejak tahun 1988. Sinar Mas Land juga mempunyai kantor utama, yang terletak di Jl. BSD Grand Boulevard, Sampora, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345. Adapun profil dan sejarah mengenai perusahaan Sinar Mas Land dapat dijabarkan sebagai berikut.

2.1.1 Profil Perusahaan

Sebagai perusahaan dengan pengalaman lebih dari 50 tahun di bidang properti, Sinar Mas Land juga memiliki visi dan misi yang menjadi landasan dalam setiap menjalankan usahanya. Adapun visi dari Sinar Mas Land adalah menjadi perusahaan pengembang properti ternama di wilayah Asia Tenggara. Maka dari itu, Sinar Mas Land mempunyai misi dengan tetap teguh dalam membangun kepercayaan seluruh pihak, mulai dari konsumen, karyawan, masyarakat, hingga para pemegang kepentingan lainnya. Visi dan misi tersebut diiringi dengan nilai-nilai yang mendorong perkembangan perusahaan, seperti integritas yang tercermin melalui tindakan, perilaku positif dalam menciptakan lingkungan kerja kondusif, serta komitmen untuk mencapai hasil terbaik dengan penuh tanggung jawab. Sinar Mas Land juga menekankan peningkatan secara berkelanjutan melalui pengembangan kemampuan, inovasi dengan adanya

pendekatan aktif dan solutif, dan loyalitas yang diwujudkan melalui pemahaman serta penerapan nilai-nilai yang menjadi inti perusahaan.

Sebagai perwujudan dari visi dan misi tersebut, Sinar Mas Land juga memiliki identitas visual berupa logo yang dirancang guna mencerminkan nilai-nilai utama dari perusahaan.



Gambar 2.1 Logo Sinar Mas Land

Logo Sinar Mas Land merupakan jenis logo *pictorial* dengan bentuk geometris. Setiap elemen tersebut memiliki makna tersendiri, terutama *pictorial* yang merepresentasikan pancaran sinar matahari yang terang sebagai simbol dari harapan dan kehidupan. Bentuk lengkungan pada logo yang saling bercermin satu sama lain menggambarkan karakter perusahaan yang inovatif serta selalu beradaptasi dengan perkembangan dunia usaha. Selain itu, bentuk simetris ini juga mengacu pada prinsip Fengshui yang dipercaya dapat membawa keseimbangan. Sedangkan pada *logotype*, huruf kecil (*lowercase*) dipilih untuk memberikan kesan ramah, sejalan dengan nilai perusahaan yang selalu mengedepankan hubungan positif dengan para konsumen. Dari segi warna, Sinar Mas Land menggunakan tiga warna utama dengan makna simbolis. Warna merah merepresentasikan kekuatan dan keberanian dalam menghadapi tantangan. Sedangkan warna putih menggambarkan harapan terbaik juga sejalan dengan nilai sikap positif perusahaan serta hubungan harmonis dengan para konsumen. Sementara itu, warna hitam melambangkan jati diri yang kuat dan keteguhan dalam menjalankan usaha.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sinar Mas land adalah perusahaan pengembang properti yang lahir dari ekspansi bisnis Sinar Mas Group ke sektor properti pada akhir 1980-an. Pada tahun tersebut, industri properti di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat,

yang ditandai dengan meningkatnya permintaan akan hunian terjangkau yang dilengkapi lokasi strategi dan fasilitas *modern*. Melihat peluang tersebut, Sinar Mas Group mengembangkan bisnis propertinya melalui Sinar Mas Land, yang terbentuk dari penggabungan dua perusahaan properti terkemuka di Indonesia, yaitu PT Bumi Serpong Damai Tbk dan PT Duta Pertiwi Tbk. Dengan demikian, kedua perusahaan tersebut berada di bawah naungan Sinar Mas Land dalam pengelolaan dan pengembangan properti. Berdasarkan data yang diperoleh melalui situs resmi Sinar Mas Land, PT Duta Pertiwi TBK memulai proyek pengembangan propertinya pada tahun 1988, yang mencakup pembangunan apartemen, pusat perbelanjaan, perkantoran, hingga kawasan permukiman dan industri (Sinar Mas Land, 2025).

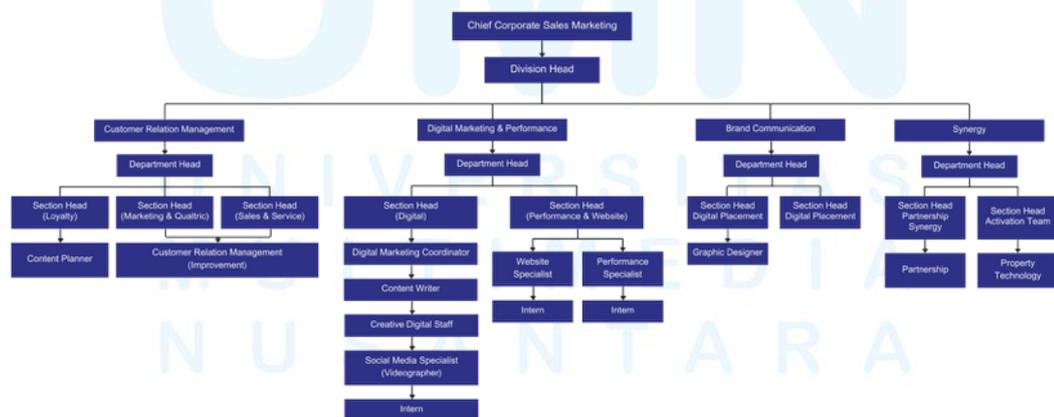
Kemudian, pada tahun 1989, Sinar Mas Land memulai pembangunan kota mandiri di Tangerang Selatan yang dikenal dengan nama BSD City (Bumi Serpong Damai). Kawasan ini dirancang sebagai pusat hunian dan berbagai area bisnis. Pada tahun yang sama, proyek pembangunan ITC Mangga Dua juga dimulai dan berkembang menjadi pusat perbelanjaan terbesar dengan lebih dari 3.500 toko. Keberhasilan Sinar Mas Land dalam sektor properti semakin diperkuat dengan pencapaian pertama yang diperoleh pada tahun 1991, ketika Plaza BII yang saat ini dikenal sebagai Sinar Mas Plaza, meraih penghargaan sebagai Kebun Kantor Non-Pemerintahan Terbaik dalam peringatan ulang tahun Jakarta ke-464. Pada tahun 1994, PT Duta Pertiwi secara resmi terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai perusahaan publik, yang juga diikuti dengan akuisisi BSD City pada tahun 2002. Hal tersebut semakin memperkuat posisi Sinar Mas Land di industri properti (Sinar Mas Land, 2025).

Seiring berjalannya waktu, Sinar Mas Land secara konsisten terus melakukan inovasi dengan meluncurkan berbagai proyek berskala besar dalam setiap tahunnya, seperti bekerja sama dengan Hong Kong Land dalam mendirikan Nava Park serta membangun AEON Mall BSD pada tahun 2013. Selain itu, Sinar Mas Land juga meresmikan The Breeze Mall BSD City dan Go!Wet Water Park pada tahun 2014, yang diikuti dengan pembukaan

Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City pada tahun 2015. Dalam pengembangan proyek tersebut, Sinar Mas Land juga menjalin kerja sama dengan sejumlah perusahaan global. Adapun contohnya, seperti berkolaborasi dengan Mitsubishi Corporation pada tahun 2016 untuk membangun kawasan hunian Zora BSD City. Pada tahun 2017, perusahaan ini bekerja sama dengan Itochu dan Shimizu Corporation dalam pembangunan Aerium Apartment. Di tahun yang sama, Sinar Mas Land berupaya menjadikan BSD City sebagai Kota Digital Pintar Terintegrasi (*Integrated Smart Digital City*) sekaligus membuka kantor baru di wilayah tersebut. Maka dari itu, Sinar Mas Land terus menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan ternama dalam pengembangan infrastruktur digital, teknologi, serta proyek strategis lainnya. Dengan inovasi yang berkelanjutan, hingga saat ini BSD City semakin berkembang sebagai kawasan terpadu terbesar di Indonesia dengan infrastruktur *modern*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan Sinar Mas Land terdiri dari beberapa tingkatan kedudukan dan divisi, setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terhubung dalam mendukung operasional perusahaan. Berikut ini merupakan uraian terkait susunan organisasi perusahaan beserta peran dan hubungan kerja penulis sebagai *graphic designer* di *Department Marketing Communication* dalam bentuk bagan.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Jabatan tertinggi di *Department Marketing Communication* dipimpin oleh *Chief Corporate Sales & Marketing*. Dalam melaksanakan tugasnya, *Chief Corporate Sales & Marketing* juga didampingi oleh asisten. Kemudian, terdapat *Division Head of Marketing Communication*, yang bertugas dalam menyusun strategi, mengkoordinasi, serta mengawasi seluruh pelaksanaan kegiatan pemasaran. Tidak hanya itu, posisi ini juga berperan dalam mengevaluasi dan menganalisis setiap proyek yang sedang berjalan.

Berdasarkan struktur perusahaan, *Department Marketing Communication* terbagi ke dalam 4 divisi, yang diantaranya adalah CRM (*Customer Relation Communication*), *Digital Marketing & Performance*, *Brand Communication*, dan *Synergy*. Keempat divisi tersebut memiliki *Departement Head* yang berbeda, namun tetap berada dibawah naungan *Division Head*. *Digital Marketing & Performance* merupakan divisi di mana penulis melaksanakan kegiatan magang. Divisi ini dipimpin oleh *Department Head* yang bertanggung jawab dalam mengatur dan mengawasi seluruh pemasaran digital. Dalam operasionalnya, divisi ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu *Digital Marketing* serta *Performance & Website*.

Adapun bagian *Digital Marketing (Content)* berfokus pada perancangan dan pengelolaan konten, seperti iklan, media sosial, serta kegiatan promosi lainnya. Bagian ini sendiri dipimpin oleh *Section Head Digital*, yang bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh konten atau materi yang akan dipublikasikan pada media sosial maupun media promosi lainnya. Selain itu, *Section Head* juga berperan sebagai *Supervisor* penulis selama menjalani kegiatan magang di Sinar Mas Land. Selanjutnya, di bawah kepemimpinan *Section Head*, terdapat *Digital Creative Coordinator* yang berperan atas perencanaan hingga mengkoordinasikan tim kreatif dalam pembuatan materi promosi guna meningkatkan *engagement* perusahaan.

Tim ini juga terdiri *Content Writer* yang bertanggung jawab dalam pembuatan *copywriting* dan berbagai kebutuhan konten lainnya. Lalu, terdapat *Creative Digital Staff*, dengan peran utama sebagai *Graphic Designer* yang

merancang desain guna mengkomunikasikan pesan secara visual dan memastikan bahwa setiap desain selaras dengan identitas perusahaan. Penulis sendiri berperan sebagai *Graphic Design Intern* yang berada di bawah koordinasi *Creative Digital Staff* untuk membantu perancangan desain yang dibutuhkan tersebut. Kemudian, terdapat juga *Videographer* yang bertanggung jawab atas kegiatan produksi dan pengeditan video untuk berbagai keperluan digital. Peran ini juga didampingi oleh *Social Media Intern* yang ikut serta membantu perancangan konten berupa video hingga *copywriting*.

Sedangkan bagian *Performance & Website*, yang dipimpin oleh sebagai *Section Head Performance*, cenderung berfokus pada kegiatan pengelolaan iklan secara digital dan mengoptimalkan kegiatan promosi melalui *website*. Tim ini bertanggung jawab dalam pembuatan materi iklan, pemasangan iklan di berbagai *platform* digital, serta pengelolaan anggaran untuk kampanye pemasaran. Selain itu, tim yang bertugas pada *website* juga berperan atas memperbarui konten dan desain, menyusun serta mengelola data penjualan rumah, hingga mempublikasikan artikel terbaru di situs resmi perusahaan Sinar Mas Land.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan terkemuka di industri properti, Sinar Mas Land terus berkembang dengan beragam pencapaian, termasuk memperoleh penghargaan hingga kolaborasi dengan banyak perusahaan ternama. Untuk mempertahankan posisinya di industri yang kompetitif, Sinar Mas Land juga memiliki strategi komunikasi visual yang efektif dalam memperkuat citra perusahaan sekaligus menarik perhatian pasar yang luas. Berikut adalah hasil karya desain dari berbagai proyek besar yang telah dirancang oleh Sinar mas Land.

2.3.1 BSD City *Always Alive Campaign*

BSD City menghadirkan konsep *Always Alive* sebagai representasi lingkungan hunian yang dinamis, harmonis, dan inovatif. Konsep ini mengedepankan gaya hidup seimbang dengan mengedepankan aspek-aspek positif, seperti kesehatan, pekerjaan, pendidikan, hiburan, serta keberlanjutan

lingkungan. Konsep Always Alive juga telah menjadi bagian dari identitas BSD City dan diterapkan di berbagai media serta *platform* digital, termasuk akun resmi media sosial BSD City.



Gambar 2.3 Instagram Post BSD City Always Alive
Sumber: Instagram BSD City

Maka dari itu, untuk menyampaikan konsep tersebut kepada masyarakat, BSD City mengaplikasikan gaya desain yang *modern* dan minimalis dengan warna biru tua dan oranye sebagai karakteristik utama. Selain itu, penggunaan elemen visual yang menampilkan interaksi dan kehangatan antar manusia serta hunian untuk menegaskan bahwa BSD City tidak hanya sekadar tempat tinggal, melainkan ruang bagi penghuninya untuk bertumbuh, belajar, dan menikmati setiap pengalaman hidup.

2.3.2 Move in Quickly 1 (National Promo Campaign)

Move in Quickly (MIQ) adalah dari program Sinar Mas Land yang terbagi ke dalam 3 periode yang berlangsung pada tahun 2025. Program Move in Quickly Periode 1 menawarkan berbagai unit siap huni bagi para calon pembeli atau para pemilik properti yang membutuhkan hunian dalam waktu yang singkat, baik untuk tempat tinggal maupun kepentingan usaha (Sinar Mas Land, 2025).



Gambar 2.4 Move in Quickly Periode 1
Sumber: www.sinarmasland.com

Program ini berlangsung pada tanggal 22 Januari 2025 hingga 30 April 2025 dan dipromosikan melalui berbagai media, termasuk media cetak maupun digital, seperti *banner*, poster, media sosial, serta *platform online* lainnya. Secara visual, program Move in Quickly memiliki karakteristik utama yang ditampilkan melalui elemen kalender berwarna merah dan putih, serta *sticky notes* dengan warna kuning.

2.3.3 Smart Move 3 (National Promo Campaign)

Smart Move adalah program *national sales* yang diluncurkan oleh Sinar Mas Land untuk memberikan kemudahan dalam proses pembayaran, salah satunya dengan menawarkan harga yang lebih ringan bagi konsumen. Program ini bertujuan untuk mengurangi kekhawatiran calon pembeli yang ingin memiliki properti tanpa terbebani kenaikan suku bunga. Program Smart Move juga melibatkan beberapa proyek property, seperti *landed residential*, ruko, apartemen, serta kavling.



Gambar 2.5 Smart Move Periode 3
Sumber: www.sinarmasland.com

Dalam mempromosikan program tersebut, Sinar Mas Land merancang poster dengan tampilan visual yang berbeda di setiap periode Smart Move. Pada periode 3, yang berlangsung dari tanggal 1 Oktober 2023 hingga 31 Desember 2023, poster promosi menampilkan desain hunian *modern* dengan elemen catur serta balon udara berwarna merah dan putih yang menjadi elemen utama dalam program Smart Move tersebut. Poster ini digunakan sebagai media promosi digital yang disebarluaskan melalui *platform* resmi Sinar Mas Land dengan berbagai format dan ukuran.

2.3.4 Infinite Living 3 (National Promo Campaign)

Infinite Living merupakan sebuah program nasional inovatif yang diselenggarakan oleh Sinar Mas Land, yang bertujuan membantu para pemilik atau pelanggan properti dalam memilih hunian yang sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup yang dimiliki.



Gambar 2.6 Infinite Living Periode 3
Sumber: www.sinarmasland.com

Program yang berlangsung selama 3 bulan ini, yaitu pada tanggal 1 Oktober 2024 hingga 31 Desember 2024, juga menawarkan beragam promo spesial dan hadiah menarik dalam setiap pembelian properti bagi para pembeli. Maka dari itu, *campaign* Infinite Living Periode 3 menggunakan media digital, seperti poster, *web banner*, dan lainnya, yang dirancang untuk meningkatkan *awareness* terhadap program secara digital serta mendorong partisipasi konsumen dalam menjadikan Sinar Mas Land sebagai pilihan utama dalam kepemilikan properti.

2.3.5 Web Series “Bersama Kalian”

Pada tanggal 11 Oktober 2024, Sinar Mas Land secara resmi mengeluarkan *web series* yang berjudul “Bersama Kalian” melalui *platform* YouTube. Berdasarkan informasi pada *website* resmi Sinar Mas Land (2024), *web series* ini disutradarai oleh Harvan Agustriansyah dan menghadirkan kisah empat sahabat dengan latar belakang kehidupan yang berbeda. Melalui perjalanan mereka dalam menghadapi berbagai tantangan hidup, “Bersama Kalian” menekankan arti persahabatan para remaja dan kehangatan dalam kebersamaan. Hal ini diperlihatkan pada desain poster yang menampilkan empat sahabat dengan keakraban dan bahagia.



Gambar 2.7 Web Series “Bersama Kalian”

Sumber: www.bsdcity.com

Web series “Bersama Kalian” tersebut juga diciptakan untuk menggambarkan arti kehidupan masyarakat di wilayah perkotaan yang *modern*, dengan BSD City sebagai lokasi utama dalam cerita. Selain itu, melalui *web series* yang terdiri dari 4-episode ini, Sinar Mas Land memiliki harapan agar dapat menjadi inspirasi dan mendorong penonton untuk lebih menyadari pentingnya hunian dan lingkungan berkualitas dalam membentuk pribadi dan komunitas yang lebih baik.

