

## BAB III

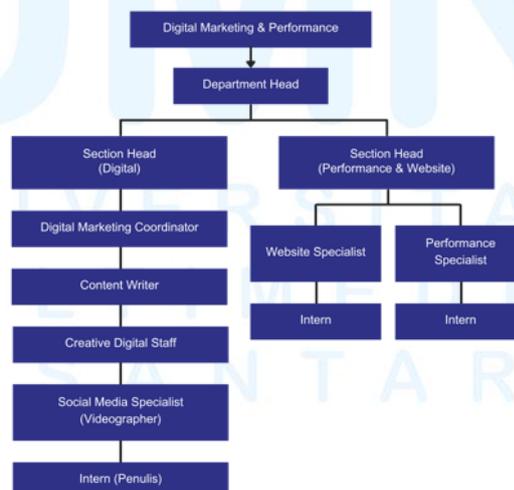
### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam menjalankan program magang sebagai *Graphic Design Intern* di *Department Marketing Communication*, yaitu divisi *Digital Marketing* Sinar Mas Land. Penulis bertanggung jawab dalam merancang berbagai desain digital guna mendukung komunikasi dan strategi pemasaran perusahaan di berbagai *platform* media sosial. Dalam melaksanakan tugas tersebut, penulis juga bekerja sama dengan berbagai pihak serta mengikuti alur koordinasi yang telah ditetapkan divisi. Adapun informasi terkait kedudukan dan alur koordinasi pelaksanaan magang penulis dapat diuraikan sebagai berikut.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Divisi *Digital Marketing (Content)* dalam *Department Marketing Communication* merupakan bagian yang berfokus pada pembuatan konten digital dengan tujuan memperkenalkan dan mempromosikan produk serta layanan Sinar Mas Land kepada target audiens, melalui media sosial, iklan, artikel, hingga kampanye. Divisi ini juga merupakan tempat di mana penulis melaksanakan program magang sebagai *Graphic Designer Intern*.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksanaan Magang

Berdasarkan bagan di atas, *Department Head* merupakan posisi tertinggi yang mengetuai divisi *Digital Marketing & Performance*. Posisi ini bertanggung jawab dalam mengatur dan merancang strategi digital yang efektif guna meningkatkan *awareness* target audiens dan *engagement* perusahaan Sinar Mas Land. Selain itu, *Department Head* juga bertugas untuk mengawasi proses perancangan seluruh konten digital, melakukan evaluasi sekaligus memberikan persetujuan atas hasil desain yang telah dirancang oleh anggota tim lainnya. Kemudian, terdapat *Section Head* sebagai kedudukan kedua tertinggi dalam divisi, yang terbagi menjadi dua bagian, yakni *Digital Marketing (Content)* serta *Performance & Website*. Keduanya mempunyai kewajiban dalam mengelola kegiatan pemasaran perusahaan melalui berbagai *platform* resmi Sinar Mas Land, seperti media sosial oleh bagian *Digital Marketing (Content)* dan *website* untuk bagian *Performance & Website*. Posisi ini juga bertanggung jawab untuk mengawasi kinerja para anggota tim serta memastikan adanya keselarasan strategi komunikasi dengan citra perusahaan.

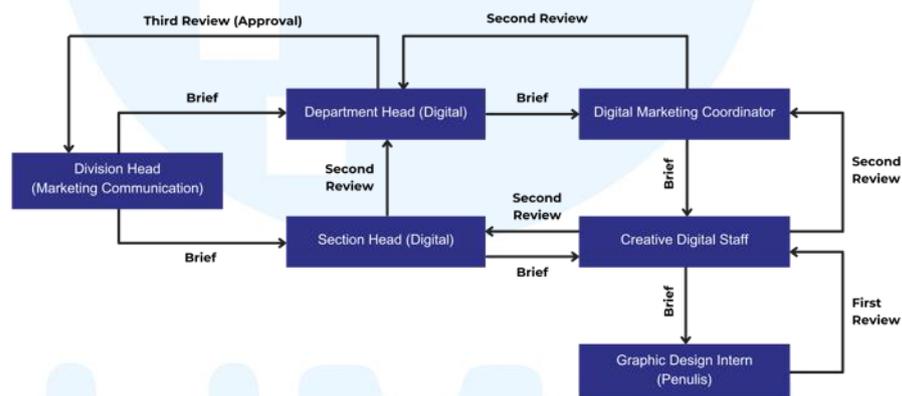
Perancangan seluruh konten Sinar Mas Land tersebut juga diatur oleh *Digital Marketing Coordinator* yang berkolaborasi dengan *Content Writer* dalam menciptakan materi serta strategi komunikasi yang efektif untuk menciptakan interaksi dengan target audiens perusahaan. Selain itu, posisi ini juga memastikan konten yang diciptakan sesuai dengan perkembangan zaman serta unggahan yang konsisten, sehingga performa media sosial dapat terus meningkat dan terjaga. Dalam hal pembuatan konten tersebut, terdapat juga *Social Media Specialist (Videographer)* yang bertugas menciptakan konten yang relevan dengan kegiatan promosi Sinar Mas Land, seperti properti, *event*, hingga layanan yang ditawarkan dalam bentuk video. Posisi ini juga didukung oleh *Social Media Intern* yang bertugas dalam pembuatan konten video dan *copywriting* untuk keperluan media sosial Sinar Mas Land.

Peranan lain yang mendukung strategi komunikasi perusahaan adalah *Creative Digital Staff* yang bertugas dalam memenuhi kebutuhan pemasaran

secara visual. Kedudukan ini mempunyai fokus utama untuk menciptakan desain yang sesuai dengan kebutuhan konten media sosial serta kegiatan promosi Sinar Mas Land lainnya secara digital. Sejalan dengan tugas tersebut, penulis sebagai *Graphic Design Intern* berada di bawah naungan *Creative Digital Staff* juga berperan dalam merancang desain yang efektif, terutama bagi media sosial Sinar Mas Land.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur koordinasi dalam pelaksanaan program magang yang dijalankan penulis di perusahaan Sinar Mas Land melibatkan berbagai kedudukan yang bekerja sama dalam mengelola dan mendukung keberhasilan divisi *Digital Marketing (Content)* dalam mencapai hasil yang maksimal.



Gambar 3.2 Bagan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama mengikuti program magang di divisi *Digital Marketing (Content)* sebagai *Graphic Design Intern*, penulis mengerjakan berbagai desain melalui serangkaian tahap serta melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak. Adapun pihak pertama yang berperan langsung dalam membimbing penulis selama proses perancangan desain adalah *Creative Digital Staff*, yang bertanggung jawab dalam memberikan *brief* serta mengevaluasi hasil desain. Dalam situasi tertentu, penulis juga dapat menerima tugas secara langsung dari *Section Head of Digital Marketing* atau *Digital Marketing Coordinator* dan *Content Writer*.

Sedangkan tahapan revisi biasanya dilakukan setelah penulis mendapatkan arahan dari *Creative Digital Staff* yang memberikan *feedback* dan *approval* awal terhadap seluruh desain yang telah penulis kerjakan. Selanjutnya, hasil desain akan diserahkan kepada *Section Head of Digital Marketing (Content)* untuk memperoleh *approval* kedua sebelum dipublikasikan ke media sosial Sinar Mas Land. Selain itu, persetujuan juga dapat diberikan oleh *Department Head Digital Marketing & Performance*. Namun, terdapat juga beberapa desain yang membutuhkan *approval* akhir dari *Head of Marketing Communication*. Apabila hasil desain penulis tidak mendapatkan persetujuan, permintaan revisi akan disampaikan kepada penulis melalui *Creative Digital Staff*.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Serangkaian tugas yang penulis kerjakan selama melaksanakan program magang di Sinar Mas Land berkaitan dengan perancangan visual untuk konten yang dipublikasikan melalui media sosial perusahaan, seperti akun resmi Instagram dan LinkedIn Sinar Mas Land, BSD City, hingga BSD LYFE. Adapun jenis desain yang penulis kerjakan meliputi *motion ads*, *interactive content*, *organic content*, serta berbagai kebutuhan desain lainnya yang dijabarkan dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	24 - 26 Januari 2025	<i>Motion Ads</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Vanya Avenue dalam format 16:9</li> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Terravia Belova Classic dalam format 16:9</li> </ul>
2	30 - 31 Januari 2025	<i>Motion Ads</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Resize motion ads</i> Vanya Avenue ke dalam format 1:1</li> <li>- <i>Resize motion ads</i> Terravia Belova Classic dalam format 1:1</li> <li>- Mencari aset visual untuk keperluan <i>motion ads</i></li> </ul>
3	3 - 7 Februari 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan <i>resize 12 Instagram post</i> BSD City ke dalam format 4:5</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang 5 desain <i>carousel</i> Pasar Intermoda untuk Instagram BSD LYFE</li> <li>- Merancang 4 desain <i>carousel</i> Health Shack untuk Instagram BSD LYFE</li> <li>- Merancang 5 desain <i>carousel</i> Pink Ocean untuk Instagram BSD LYFE</li> <li>- Memodifikasi logo The Armont &amp; mengerjakan <i>icon website</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Mengumpulkan aset visual dan membuat CIM untuk <i>Instagram story</i> serta <i>Instagram reels</i> BSD City</li> </ul>
4	10 - 14 Februari 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari dan mengedit 14 foto properti Sinar Mas Land</li> <li>- Membuat <i>motion</i> untuk <i>sticker</i> karakter <i>Lucky Draw</i></li> <li>- Revisi <i>Instagram post</i> BSD City</li> <li>- Desain 5 <i>cover</i> untuk <i>Instagram reels</i> Sinar Mas Land dan 5 <i>cover</i> untuk BSD City</li> <li>- Merancang 10 konten interaktif untuk <i>Instagram story</i> BSD City</li> <li>- Melakukan revisi <i>motion ads</i> Terravia Belova Classic</li> </ul>
5	17 - 21 Februari 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>motion</i> untuk 10 konten interaktif <i>Instagram story</i> BSD City</li> <li>- Desain karakter <i>Lucky Draw</i> edisi Ramadan</li> <li>- Desain 1 <i>cover Instagram feed</i> untuk Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>template cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land untuk <i>event</i> BCA Expoversary 2025</li> <li>- Desain <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land dan BSD City untuk <i>grand opening</i> Eastvara</li> <li>- Membuat <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land dan BSD City untuk <i>event</i> BCA Expoversary 2025</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan <i>photo manipulation</i> untuk poster <i>grand opening</i> Living World Grand Wisata</li> </ul>
6	24 – 28 Februari 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi <i>motion ads</i> Vanya Avenue</li> <li>- Desain 5 konten <i>carousel Instagram post</i> untuk BSD City</li> <li>- Desain <i>Sales of The Month</i> untuk bulan Januari 2025 bagi Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land dan BSD City untuk Majestic Awardeal 2025</li> <li>- Desain <i>cover Instagram feed</i> BSD City</li> <li>- Menjadi <i>talent</i> untuk konten <i>F&amp;B</i> di BSD City</li> <li>- Membuat <i>motion</i> untuk <i>sticker pack</i> BSD City</li> <li>- Desain 10 <i>cover Instagram reels</i> untuk konten Rancamaya Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>background</i> bagi divisi <i>Agent Relation</i> Sinar Mas Land</li> </ul>
7	3 – 7 Maret 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Sticker pack</i> BSD Always Alive</li> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Cadenza dalam format 16:9 dan <i>resize</i> ke format 1:1</li> <li>- Desain 4 <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Delrey dalam format 16:9 dan <i>resize</i> dengan ukuran 1:1</li> </ul>
8	10 – 14 Maret 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain 9 <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 2 <i>cover Youtube</i> Sinar Mas Land untuk Elyon by Eonna</li> <li>- Desain 3 <i>cover Youtube</i> 360 Aerium untuk Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 4 <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land The Armont</li> <li>- Desain 20 konten interaktif berupa <i>Instagram story</i> BSD City</li> <li>- Desain <i>cover Youtube</i> Majestic Awardeal 2025</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari 22 aset visual berupa foto <i>F&amp;B</i> untuk desain <i>Instagram post</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Revisi <i>motion ads</i> Vanya Avenue 2</li> <li>- Desain <i>cover Instagram reels</i> Aerra at Eonna</li> <li>- Mencari 20 aset visual berupa foto <i>F&amp;B</i> untuk keperluan desain konten organik Sinar Mas Land</li> </ul>
9	17 – 21 Maret 2025		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Eonna <i>Type 9</i> dalam format 16:9</li> <li>- Desain <i>cover Flavors of Ramadan</i> untuk <i>Instagram feed</i> Sinar Mas Land</li> <li>- <i>Resize motion ads</i> Eonna <i>Type 9</i> dalam format 1:1</li> <li>- Desain 3 konten LinkedIn Sinar Mas Land (1 konten terdiri dari 4-5 postingan)</li> <li>- Desain <i>cover Toby's Estate</i> untuk <i>Instagram reels</i> Sinar Mas Land</li> </ul>
10	24 – 28 Maret 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain 3 konten LinkedIn Sinar Mas Land (1 konten terdiri dari 4-5 postingan)</li> <li>- Desain <i>cover Instagram feed</i> BSD City</li> </ul>
11	7 – 11 April 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi desain konten LinkedIn</li> <li>- Desain <i>Sprint to Bonus</i> Lebaran</li> <li>- Desain <i>cover &amp; resize Instagram Post</i> BliBli untuk Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 3 <i>cover Youtube</i> Elyon by Eonna Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 3 <i>cover Youtube</i> untuk The Armont Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>interactive content</i> untuk <i>Instagram post</i> BSD City</li> <li>- Revisi desain <i>interactive content</i> BSD City</li> <li>- Desain <i>cover Instagram reels</i> Elyon by Eonna</li> <li>- Desain konten LinkedIn Sinar Mas Land (1 konten terdiri dari 4-5 postingan)</li> </ul>

12	14 – 18 April 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain <i>infraboard</i> The Hub</li> <li>- Desain 6 konten <i>carousel Publisher</i> (1 konten terdiri dari 4-6 postingan)</li> <li>- <i>Talent shooting</i> konten promosi <i>property</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>Instagram post interactive content</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 6 konten <i>organic</i> Sinar Mas Land (1 konten terdiri dari 2-3 postingan)</li> <li>- Desain 2 <i>cover Instagram post Workshop</i> Terrarium Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> <li>- Finalisasi desain 6 <i>organic content</i> Sinar Mas Land</li> </ul>
13	21 – 25 April 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi desain 6 <i>organic content</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>cover Instagram post International Standard School</i> BSD City &amp; penambahan CIM</li> <li>- Desain 2 <i>cover Instagram reels</i> Sinar Mas Land &amp; BSD City (21)</li> <li>- Merancang aset visual <i>Move in Quickly 2025</i></li> <li>- Desain <i>cover BSD City</i> untuk <i>Instagram reels</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>cover Instagram post Southgate</i> untuk Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 4 <i>cover</i> hari raya Jumat Agung &amp; Paskah untuk Sinar Mas Land serta BSD City</li> <li>- Revisi konten LinkedIn (The Hub)</li> <li>- Revisi 3 konten <i>Publisher</i></li> <li>- Desain 2 <i>cover Instagram reels IFRA Business Expo x ICE 2025</i> untuk Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> </ul>
14	28 April – 2 Mei 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain 3 konten <i>Publisher</i> Sinar Mas Land (terdiri dari 4-6 postingan)</li> <li>- Revisi <i>organic content</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Revisi desain konten <i>Publisher</i> Sinar Mas Land (4 <i>cover</i>)</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi konten LinkedIn Sinar Mas Land</li> <li>- Desain <i>Infraboard</i> The Hub</li> <li>- Revisi konten <i>Publisher</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 2 cover Youtube BSD City</li> <li>- Desain 2 cover <i>Instagram reels</i> BSD City</li> <li>- Desain 4 cover <i>Instagram reels</i> Petfest &amp; Parentale untuk Sinar Mas Land serta BSD City</li> <li>- Desain cover <i>Instagram reels</i> &amp; Youtube Video Hero untuk Sinar Mas Land</li> </ul>
15	5– 9 Mei 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Talent shooting</i> konten BSD City</li> <li>- Revisi 4 cover konten <i>Publisher</i></li> <li>- <i>Resize</i> konten <i>Video Competition</i> Sinar Mas Land dalam format 1:1</li> <li>- Desain 2 cover <i>Instagram Reels</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 4 cover <i>Instagram reels</i> Green Pathway dan Stasiun Jatake untuk Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> <li>- Desain konten <i>Weekend Event</i> BSD City (terdiri dari 5 postingan)</li> <li>- Desain cover <i>Instagram post</i> &amp; <i>resize</i> postingan “<i>May Your Move</i>” Sinar Mas Land</li> <li>- Desain konten <i>Weekend Event</i> BSD City (terdiri dari 7 postingan)</li> </ul>
16	12 – 16 Mei 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Resize</i> 5 desain konten LinkedIn Sinar Mas Land</li> <li>- Desain 4 konten The Barn BSD City (1 konten terdiri dari 2-4 postingan)</li> <li>- Desain konten <i>Weekly Place Recommendation</i> BSD City (7 postingan)</li> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Richmond type 15</li> <li>- Desain 2 cover <i>Instagram reels</i> (Taman Tekno X &amp; <i>Video Competition</i>)</li> <li>- Revisi konten <i>Weekly Place Recommendation</i> BSD City</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Cover <i>Bakmi Festival</i> untuk <i>Instagram reels</i> Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> <li>- Desain cover <i>Instagram reels</i> Adora at Terravia</li> <li>- Desain 5 cover <i>Instagram post</i> Sinar Mas Land</li> <li>- Desain cover <i>Instagram reels</i> Elyon by Eonna</li> </ul>
17	19 – 23 Mei 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi desain <i>organic content</i> The Barn BSD City</li> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Richmond <i>type</i> 15 format 16:9</li> <li>- Desain cover <i>Instagram reels</i> BSD City (Sanzen Food Service Indonesia)</li> <li>- Desain cover <i>Instagram reels</i> 49<sup>TH</sup> IPA untuk Sinar Mas Land dan BSD City</li> <li>- Desain cover <i>Instagram post</i> Southgate untuk Sinar Mas Land</li> <li>- Desain cover <i>Instagram post</i> Papper Lunch untuk Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> <li>- Desain 4 cover <i>Instagram reels</i> <i>Education</i> Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> <li>- Revisi <i>organic content</i> The Barn BSD City</li> <li>- Desain 4 cover <i>Instagram reels</i> Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> <li>- Revisi <i>motion ads</i> Richmond <i>type</i> 15 dalam format 16:9</li> <li>- Desain 2 cover <i>Instagram reels</i> Richmond untuk Sinar Mas Land</li> <li>- Mengerjakan <i>motion ads</i> Richmond <i>type</i> 15 format 1:1</li> <li>- Desain 3 cover Youtube Richmond</li> <li>- Revisi <i>motion ads</i> Richmond <i>type</i> 15 format 1:1</li> <li>- Desain <i>Instagram post</i> <i>Sales of The Month</i> Sinar Mas Land (terdiri dari 4 postingan)</li> <li>- Desain 2 cover <i>Instagram reels</i> Sinar Mas Land &amp; BSD City</li> </ul>

18	26 – 30 Mei 2025	<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain 1 <i>Education Content</i> BSD City (terdiri dari 4 postingan)</li> <li>- Revisi <i>Education Content</i> BSD City</li> <li>- Desain 3 <i>cover template Instagram Reels</i> BSD City &amp; Sinar Mas Land</li> <li>- Mencari aset visual berupa foto untuk desain konten <i>Instagram post</i> BSD City</li> <li>- <i>Resize</i> CIM 3 desain <i>Banner</i> Proptech</li> <li>- Desain 5 konten <i>Education</i> BSD City (1 konten terdiri dari 4 postingan)</li> </ul>
----	------------------	---------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan magang di perusahaan Sinar Mas Land sebagai *Graphic Designer* untuk divisi Digital Marketing (*Content*), penulis mendapatkan sejumlah pekerjaan utama, yakni merancang sejumlah desain untuk berbagai media sosial yang dikelola oleh Sinar Mas Land. Setiap pekerjaan yang dilaksanakan oleh penulis mengacu pada proses perancangan yang telah ditetapkan oleh divisi tempat penulis menjalani program magang. Adapun proses tersebut terdiri dari 4 tahapan, yakni *briefing*, *brainstorming & design*, *asistensi & revisi*, serta *finalisasi*.



Gambar 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Tahapan pertama, yakni *briefing* merupakan penerimaan *brief* terkait desain yang akan dirancang oleh penulis. *Brief* umumnya disampaikan oleh *Creative Digital Staff* secara langsung atau melalui dokumen yang berisi *copywriting* konten yang akan dikerjakan. Selain itu, penulis juga dapat menerima *brief* dari anggota tim lainnya, seperti *Section Head (Digital)*, *Digital Marketing Coordinator*, dan *Content Writer*. Pada tahap ini, penulis mendapatkan arahan serta referensi atau konsep desain yang diinginkan. Kemudian, tahapan *brainstorming & design* merupakan proses pengumpulan ide yang dilakukan oleh penulis dengan mencari

referensi melalui berbagai *platform* internet. Selain itu, penulis juga memulai proses perancangan desain secara digital menggunakan berbagai *software* desain Adobe, seperti Illustrator, Photoshop, hingga After Effects. Selanjutnya, penulis memasuki tahap asistensi & revisi, yakni menyerahkan hasil desain yang telah dirancang kepada *Creative Digital Staff* untuk memperoleh *feedback* terkait revisi atau perubahan desain yang diperlukan. Setelah itu, penulis kemudian memasuki tahapan finalisasi dengan melakukan revisi pada hasil desain yang telah dirancang sebelumnya berdasarkan masukan dari *Creative Digital Staff*. Pada tahap ini, penulis juga melakukan asistensi lanjutan untuk memastikan desain yang telah sesuai dengan permintaan serta memperoleh *approval* pertama dari *Creative Digital Staff* tersebut.

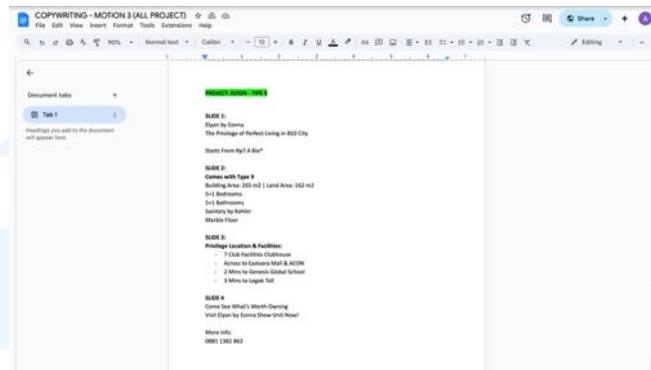
### **3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang**

Salah satu proyek yang dipilih sebagai tugas utama selama penulis menjalani program magang adalah *motion ads*, yaitu berupa video iklan berbayar dengan durasi minimal 30 detik. Perancangan *motion ads* ini bertujuan untuk mempromosikan dan memberi informasi terkait produk atau properti Sinar Mas Land kepada *customer*. *Motion ads* ini kemudian akan disebarakan melalui Meta (*Ads*) serta *Instagram story* pada akun resmi Sinar Mas Land. Seluruh proses perancangan *motion ads* dilakukan menggunakan *software* Adobe After Effects dalam dua format ukuran, yaitu 1080 x 1920 px dan 1080 x 1080 px, dengan maksimal ukuran *file* sebesar 25 MB.

#### **1. Tahapan *Briefing***

Penulis menerima tugas untuk membuat *motion ads* yang mempromosikan properti Elyon by Eonna – *Type 9* pada tanggal 00 Maret 2025. *Brief* diberikan secara langsung kepada penulis oleh *Creative Digital Staff*. Dalam perancangan ini, penulis diarahkan untuk membuat video dengan maksimal durasi selama 35 detik dalam dua format ukuran, yaitu 1080 x 1920 px dengan 1080 x 1080 px. Adapun informasi yang lebih detail terkait perancangan ini, termasuk

*copywriting* dan jumlah *slide* dapat diakses melalui Google Docs yang telah dibagikan kepada penulis.



Gambar 3.4 Brief Google Docs Motion Ads Elyon by Eonna

Mengacu pada *brief* tersebut, penulis diminta untuk merancang *motion ads* yang terdiri dari 4 bagian, masing-masing menyampaikan informasi yang berbeda terkait properti Elyon by Eonna – Type 9, yang disertai dengan foto properti, peta lokasi, serta fasilitas yang ditawarkan. Proyek ini termasuk ke dalam pilar Desain Komunikasi Visual, yaitu persuasi dan informasi.

## 2. Tahapan *Brainstorming* dan *Design*

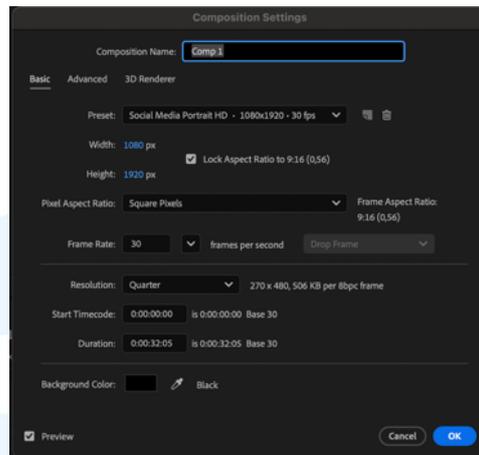
Setelah mendapatkan arahan dan memahami *brief* tersebut, penulis melakukan *brainstorming* dengan berdiskusi bersama Creative Digital Staff untuk menciptakan *motion ads* yang berbeda dengan perancangan sebelumnya. *Motion ads* untuk Elyon by Eonna - Type 9 tersebut menampilkan fasilitas properti melalui susunan *layout* yang baru dan rapi. Sebagai langkah awal dalam perancangan *motion ads*, penulis menggumpulkan aset visual yang dibutuhkan. Sumber foto properti Elyon by Eonna – Type 9 dan peta lokasi diperoleh dari brosur yang telah disediakan dalam bentuk PDF yang diberikan oleh Creative Digital Staff.



Gambar 3.5 Aset Visual *Motion Ads* Elyon by Eonna

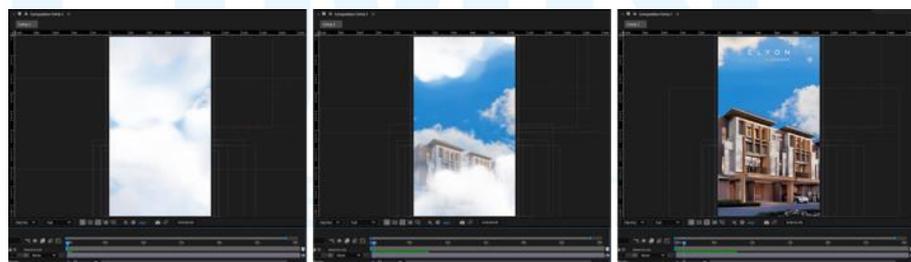
Kemudian, penulis juga memanfaatkan *software* Adobe Illustrator untuk menciptakan beberapa aset visual, seperti mengambil foto properti, fasilitas, serta peta lokasi dalam format PNG. Selain itu, melakukan *image trace* untuk mengubah warna *icon* yang didapatkan melalui *platform* Flaticon. *Icon* ini berguna untuk memperjelas informasi terkait fasilitas yang ditawarkan. Adapun aset visual lainnya berupa *gradient* juga dirancang menggunakan Adobe Illustrator, dengan pemilihan warna yang disesuaikan dengan identitas visual Eonna. Sementara itu, penulis juga menambahkan elemen awan yang akan digunakan pada bagian pembuka dalam video *motion ads*, serta logo Elyon by Eonna sebagai identitas dari properti tersebut.

Setelah menggumpulkan aset visual, penulis memulai tahap perancangan menggunakan Adobe After Effects dengan membuat *composition* berukuran 1080 x 1920 px. Proses ini terbagi menjadi 6 bagian atau *scene*, yakni *opening*, scene 1, scene 2, scene 3, scene 4, serta *closing*. Untuk tipografi, penulis menggunakan satu jenis *font*, yaitu Montserrat, karena sebagian besar *copywriting* disampaikan dalam bentuk poin. Selain itu, elemen utama yang ingin ditonjolkan *motion ads* ini adalah foto properti, sehingga *typeface* yang digunakan harus memberikan kesan minimalis, mudah dibaca, serta mempertahankan konsep desain Sinar Mas Land yang *clean*.



Gambar 3.6 *Composition Motion Ads Elyon by Eonna*

Pada *scene opening* penulis menambahkan *background*, berupa video langit cerah berwarna biru muda yang didapatkan melalui platform Envato. *Background* ini juga akan diterapkan secara berulang pada seluruh bagian dalam *motion ads*. Kemudian, terdapat elemen awan yang muncul seperti efek asap yang terbuka. Awan ini diletakkan di sisi kiri atas dan kanan bawah, lalu digerakkan seolah membuka tampilan menggunakan *position*. Selanjutnya, foto properti sebagai elemen utama ditampilkan dengan gerakan naik dari bawah menggunakan “*position*”. Pada awal kemunculan foto properti tersebut, penulis juga menambahkan efek *camera lens blur* untuk mengarahkan fokus visual pada *scene 1*.



Gambar 3.7 Perancangan *Opening Motion Ads Elyon by Eonna*

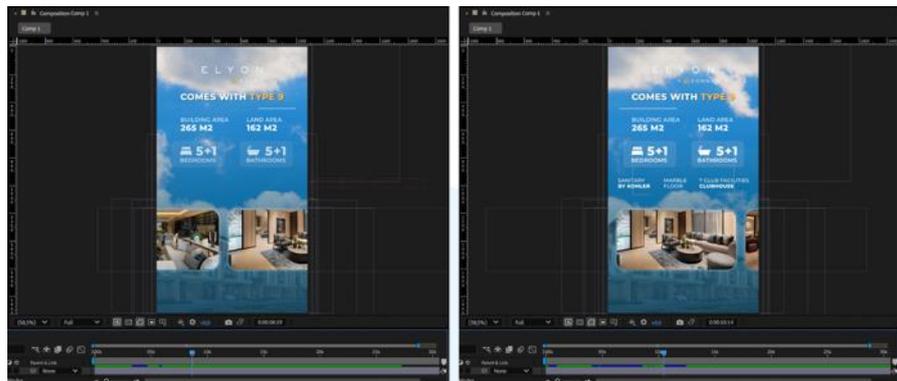
Selanjutnya, perancangan dilanjutkan dengan *scene 1*, di mana foto properti dianimasikan dengan terus bergerak ke dari arah kanan hingga kiri sepanjang durasi *scene 1*. Selain itu, terdapat *headline* “Elyon by Eonna” serta sub *heading* “*The Previlgge of Perfect Living in*

BSD City”. Bersamaan dengan teks tersebut, dengan “*position*”, penulis juga menambahkan logo yang digerakkan dari arah atas. Kemudian, informasi berupa harga, ditonjolkan dengan *shape* persegi panjang berwarna *gradient* biru tua dengan animasi “*light sweep*”, yaitu cahaya halus yang bergerak dari kiri ke kanan serta memberikan nuansa *luxury*.



Gambar 3.8 Perancangan *Scene 1 Motion Ads Elyon by Eonna*

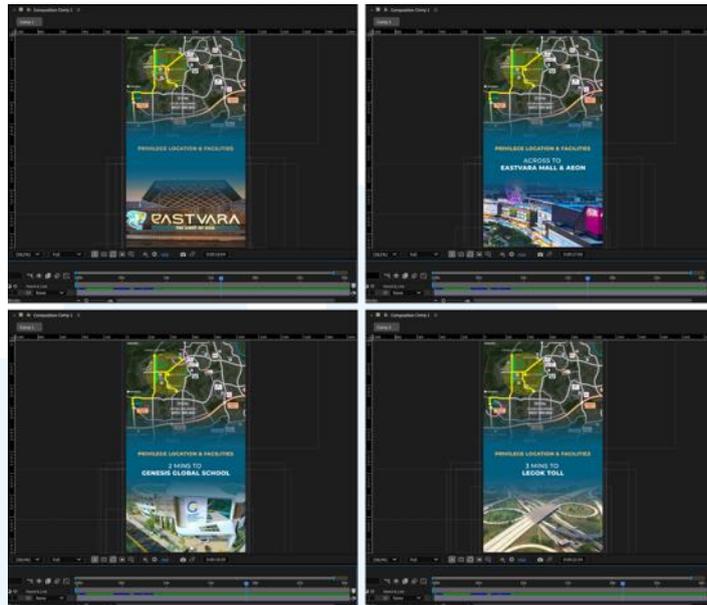
Selanjutnya, video memasuki *scene 2*, yakni bagian yang menampilkan spesifikasi properti secara lebih rinci. Foto properti kembali ditampilkan dengan gerakan serupa, namun terdapat penyesuaian ukuran yang lebih kecil menggunakan “*scale*” agar tidak mengganggu keterbacaan informasi lainnya. Selain itu, *gradient* berwarna biru juga ditambahkan untuk menciptakan kontras, sehingga elemen visual di atasnya dapat terlihat lebih menonjol. Seluruh teks dan *icon* pada *scene* ini menggunakan warna putih untuk mempertahankan kesan *modern* dan *clean*, namun warna oranye juga digunakan untuk menonjolkan jenis properti “*Type 9*” pada *headline*. Untuk menghindari kesan monoton, penulis menambahkan tiga foto ruangan yang diperlihatkan dengan gerakan masuk dari kanan ke kiri menggunakan “*position*”.



Gambar 3.9 Perancangan *Scene 2 Motion Ads Elyon by Eonna*

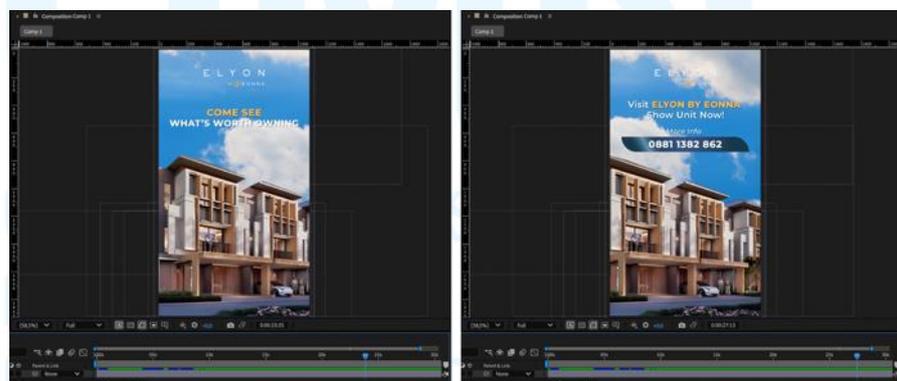
Sedangkan pada *scene 3*, adalah informasi terkait lokasi properti yang strategis dengan sejumlah tempat di sekitarnya. Karena itu, *scene* ini tidak hanya menyajikan teks, tetapi juga dilengkapi dengan *map* dan foto lokasi yang relevan, seperti *mall*, sekolah, serta *toll*. Penulis menambahkan *gradient* biru di bagian tengah sebagai pemisah antara peta dan foto lokasi. Untuk membedakan bagian isi, *headline* diterapkan dengan warna oranye, sementara isi teks menggunakan warna putih dengan ukuran yang lebih besar. Hal ini bertujuan untuk membantu target audiens menangkap informasi utama dengan lebih cepat dan jelas.

Selanjutnya, setiap bagian teks dianimasikan secara bergantian dengan “*opacity*” yang diatur melalui *keyframe*. Selain itu, foto lokasi muncul dengan animasi masuk dari kanan ke kiri menggunakan “*position*”, yang juga dikombinasikan dengan transisi berupa *fade out* melalui “*opacity*”, sehingga memberikan hasil yang lebih halus. Kemudian, pada bagian *map*, penulis juga membuat animasi lingkaran dalam bentuk *stroke* berwarna ungu, yang berfungsi untuk menyoroti lokasi yang ditampilkan. Lingkaran tersebut dianimasikan menggunakan transisi “*radial wipe*” yang dirancang melalui fitur “*trim path*”, sehingga menciptakan kesan muncul secara melingkar.



Gambar 3.10 Perancangan Scene 3 Motion Ads Elyon by Eonna

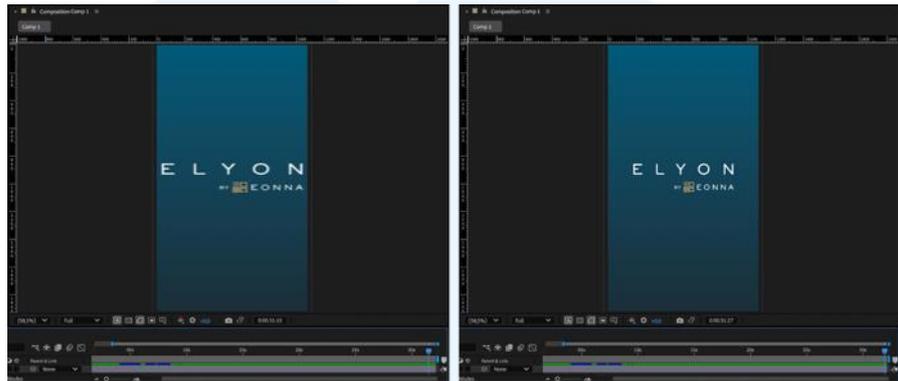
Scene 4 merupakan bagian penutup yang berfungsi sebagai *call to action*. Karena mempunyai *copywriting* yang lebih minim dibandingkan *scene* sebelumnya, penulis menggunakan elemen visual dan animasi yang serupa dengan *scene* 1. Akan tetapi, penulis menghilangkan elemen awan agar tidak memberikan kesan berlebih serta melakukan penyesuaian pada susunan teks dan durasi yang lebih singkat. Sementara itu, informasi penting seperti nomor telepon juga ditampilkan menggunakan *shape* dengan efek “*light sweep*”.



Gambar 3.11 Perancangan Scene 4 Motion Ads Elyon by Eonna

Kemudian, perancangan dilanjutkan dengan bagian *closing*, yaitu terdapat *gradient* biru tua sebagai identitas visual dari Elyon by

Eonna, yang dipadukan dengan logo properti tersebut. *Gradient* dianimasikan dengan transisi “*fade in*” yang diatur melalui “*opacity*”. Sedangkan untuk logo, penulis menambahkan *movement* “*stretch & blur*” agar logo tampak bergerak sekaligus memberikan kesan transformasi.

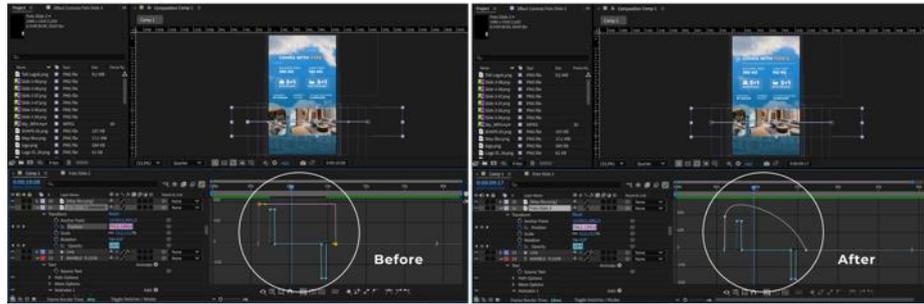


Gambar 3.12 Perancangan *Closing Motion Ads* Elyon by Eonna

Selanjutnya, penulis melakukan *rendering file* ke format MP4 untuk keperluan asistensi sebelum dilakukan *resize* menjadi ukuran 1:1.

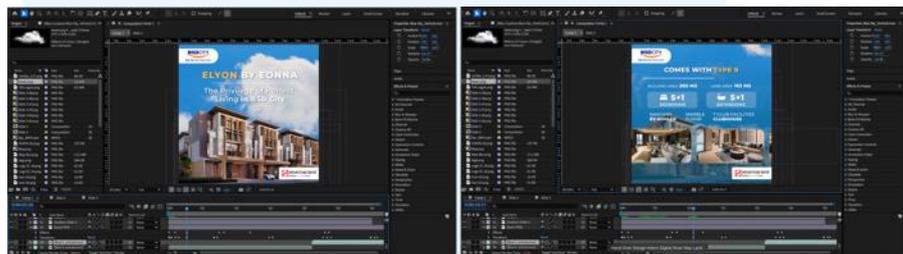
### 3. Tahapan Asistensi dan Revisi

Setelah menyelesaikan perancangan video *motion ads* Elyon by Eonna - *Type 9* dalam format 16:9, penulis melakukan asistensi dengan Creative Digital Staff. Asistensi dilakukan secara langsung dengan mempresentasikan hasil video tersebut. Pada tahap ini, penulis diberikan arahan untuk merevisi *scene 3*, khususnya agar animasi pada foto ruangan dapat bergerak dengan lebih halus. Untuk itu, penulis menyesuaikan *keyframe* sekaligus mengatur “*easy ease in*” untuk menciptakan transisi yang *smooth*.



Gambar 3.13 Tahapan Revisi *Motion Ads* Elyon by Eonna

Setelah melakukan revisi, penulis kemudian melakukan asistensi kembali dan memperoleh *approval*. Maka dari itu, penulis melanjutkan perancangan dengan mengubah ukuran *motion ads* ke dalam format 1:1.

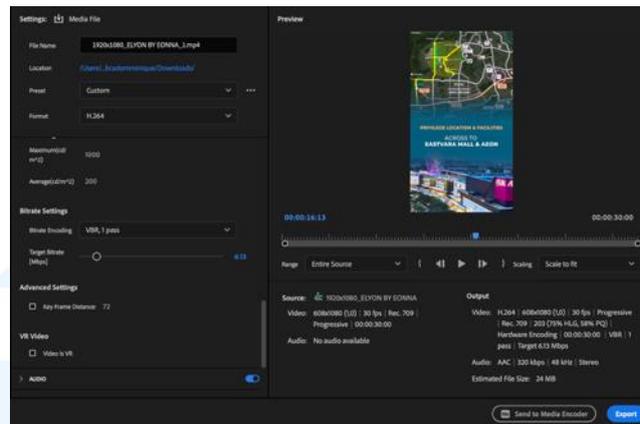


Gambar 3.14 *Resize 1:1 Motion Ads* Elyon by Eonna

Pada format ini, penulis menyusun kembali seluruh elemen visual, seperti foto properti, ukuran teks, serta jumlah foto yang digunakan, tetapi tetap mempertahankan animasi yang serupa. Selain itu, ditambahkan juga CIM, berupa logo BSD City dan Sinar Mas Land.

#### 4. Tahapan Finalisasi

Setelah menyelesaikan seluruh *motion ads*, penulis kemudian mengubah total durasi video dari 32 detik menjadi 30 detik menggunakan Adobe Premiere Pro. Hal ini dilakukan agar hasil video tidak melebihi standar durasi *paid ads content* yang telah ditetapkan. Selain itu, dengan *software* yang sama, penulis juga memperkecil ukuran video menjadi 24 MB.



Gambar 3.15 Tahap Finalisasi *Motion Ads* Elyon by Eonna

Dengan demikian, berikut ini merupakan gambaran atau tampilan akhir dari seluruh *scene* dalam *motion ads* Elyon by Eonna – *Type 9* yang telah dirancang oleh penulis.



Gambar 3.16 Hasil Perancangan *Motion Ads* Elyon by Eonna

Hasil kedua video tersebut kemudian diunggah ke dalam Google Drive, beserta *link* yang dimasukkan ke dalam daftar di Google Sheets, yang secara khusus diberikan agar seluruh anggota tim *Digital Marketing & Performance* lainnya yang bertanggung jawab dalam mengatur *paid ads content* tersebut dapat mengakses hasil seluruh perancangan.

ID	Name	URL	Date	Status
6	Endeavour - Magnifique (Type 10)	https://www.pengembang.com/.../Endeavour-Magnifique-10	Done 28 Apr 20	Naufal
7	Terrace - Salsab Classic	https://www.pengembang.com/.../Terrace-Salsab-Classic	Done 10 Jun 20	Naufal
8	Venue Avenue	https://www.pengembang.com/.../Venue-Avenue	Done 27 Jun 20	Naufal
9	Southgate 1 (DPR + LRT)	https://www.pengembang.com/.../Southgate-1-DPR-LRT	Done 27 Jun 20	Naufal
10	Southgate 2 (DPR Dual Key)	https://www.pengembang.com/.../Southgate-2-DPR-Dual-Key	Done 17 Jun 20	Naufal
11	Southgate 3 (Multiple Penthouse)	https://www.pengembang.com/.../Southgate-3-Multiple-Penthouse	Done 17 Jun 20	Naufal
12	Southgate 4 (Rampak Suite)	https://www.pengembang.com/.../Southgate-4-Rampak-Suite	Done 17 Jun 20	Naufal
13	Kabari The Nine	https://www.pengembang.com/.../Kabari-The-Nine	Done 17 Jun 20	Naufal
14	Aurora 200 C	https://www.pengembang.com/.../Aurora-200-C	Done 27 Jun 20	Naufal
15	The Amari - Condamine 16	https://www.pengembang.com/.../The-Amari-Condamine-16	Done 19 Feb 20	Naufal
16	The Amari - Soreng x	https://www.pengembang.com/.../The-Amari-Soreng-x	Done 19 Feb 20	Naufal
17	New Akasia	https://www.pengembang.com/.../New-Akasia	Done 28 Feb 20	Naufal
18	Ranampura - Prosperity	https://www.pengembang.com/.../Ranampura-Prosperity	Done 16 Mar 20	Naufal
19	Ranampura - Cendana	https://www.pengembang.com/.../Ranampura-Cendana	Done 16 Mar 20	Naufal
20	Lafrenza Business District	https://www.pengembang.com/.../Lafrenza-Business-District	Done 04 Mar 20	Naufal
21	Vigra Avenue	https://www.pengembang.com/.../Vigra-Avenue	Done 04 Mar 20	Naufal
22	Venue Avenue	https://www.pengembang.com/.../Venue-Avenue	Done 14 Mar 20	Naufal
23	Delray	https://www.pengembang.com/.../Delray	Done 04 Mar 20	Naufal
24	Eyon - Estate Type 8	https://www.pengembang.com/.../Eyon-Estate-Type-8	Done 9 Apr 20	Naufal
25	Eyon - Estate Type 9	https://www.pengembang.com/.../Eyon-Estate-Type-9	Done 9 Apr 20	Naufal
26	Aurora Damara	https://www.pengembang.com/.../Aurora-Damara	Done 9 Apr 20	Naufal
27	Reimond type 10	https://www.pengembang.com/.../Reimond-type-10	Done 21 Apr 20	Naufal
28	Reimond type 12	https://www.pengembang.com/.../Reimond-type-12	Done 22 Apr 20	Naufal
29	Reimond type 10	https://www.pengembang.com/.../Reimond-type-10	Done 22 Apr 20	Naufal

Gambar 3.17 Google Sheets Paid Ads Content

Dengan demikian, hasil perancangan *motion ads* Elyon by Eonna – Type 9 ini dipublikasikan melalui *Instagram Story* akun resmi Sinar Mas Land dan *platform* media sosial berbayar lainnya.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

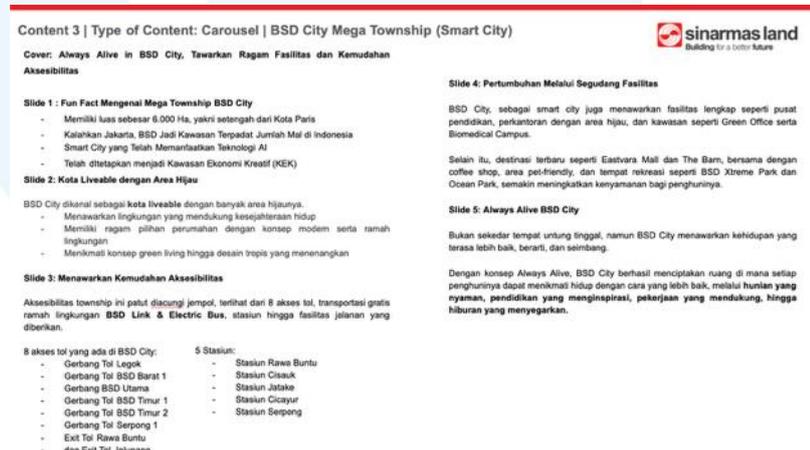
Selama menjalani program magang di Sinar Mas Land sebagai bagian dari tim *Digital Marketing (Content)*, penulis terlibat dalam mendukung kegiatan pemasaran melalui perancangan berbagai proyek desain yang ditujukan untuk media sosial Sinar Mas Land. Tidak hanya itu, di luar tugas desain, penulis juga ikut serta membantu tim sosial media dengan menjadi *talent* untuk konten promosi yang menampilkan berbagai tempat menarik dan properti di bawah naungan Sinar Mas Land. Berikut ini merupakan penjabaran dari beberapa proyek desain tambahan yang penulis kerjakan.

#### 3.3.2.1 Konten *Publisher* Sinar Mas Land

Perancangan desain konten *Publisher* merupakan inisiatif baru yang pertama kali direncanakan sebagai salah satu cara untuk memperluas penyebaran informasi mengenai Sinar Mas Land. Konten ini divisualisasikan dalam bentuk desain yang memuat berbagai topik, seperti kota mandiri, penghargaan, serta proyek dan properti yang dikelola oleh perusahaan. Maka dari itu, hasil desain akan diserahkan kepada berbagai *platform publisher* resmi, seperti Kumparan, Katadata, Kompas, dan lainnya.

## 1. Tahapan *Briefing*

Penulis awal mulanya memperoleh *brief* yang diberikan secara langsung oleh Creative Digital Staff untuk merancang desain konten *Publisher* pada tanggal 25 April 2025. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk melakukan eksplorasi dengan tidak mengacu pada *brand guidelines* Sinar Mas Land, namun tetap mempertahankan gaya visual yang *clean, modern* dan *luxury*. Maka dari itu, setiap desain konten *Publisher* dapat dirancang menggunakan elemen visual dan *layout* yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan estetika desain.



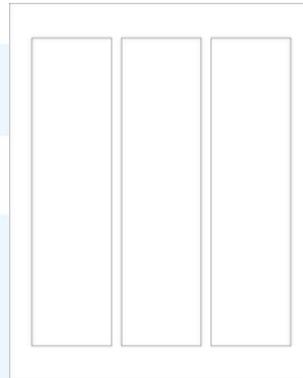
Gambar 3.18 *Brief* Google Slides Konten *Publisher*

Penulis juga diberikan *brief* desain yang lebih rinci yang memuat jenis konten serta *copywriting* melalui Google Slides. Berdasarkan *brief* tersebut, penulis diharuskan untuk merancang desain dalam format *carousel* berjumlah 6 postingan, yakni 1 cover dan 5 bagian isi, mengenai BSD City Mega Township (*Smart City*).

## 2. Tahapan *Brainstorming* dan *Design*

Setelah mendapatkan *brief*, penulis kemudian melakukan *brainstorming* dengan mengumpulkan ide dengan mencari berbagai referensi desain dengan estetika yang sama melalui internet, terutama *Pinterest*. Setelah itu, penulis

memulai perancangan menggunakan Adobe Illustrator dengan format desain berukuran 1080 x 1350 px dan *multi-column grid*.



Gambar 3.19 *Multi-column Grid* Konten *Publisher*

Penulis menggunakan dua jenis tipografi dengan tampilan yang *clean*, yaitu Montserrat untuk *headline* dan Outfit untuk *sub heading* serta paragraf. Sedangkan dari segi warna, penulis juga menggunakan biru tua untuk mempertahankan ciri khas utama dari identitas visual BSD City tersebut.



Gambar 3.20 Aset Visual 1 Konten *Publisher*

Selanjutnya, penulis terlebih dahulu menentukan *layout* dengan mengatur penempatan teks sesuai dengan *copywriting* yang diberikan untuk 6 postingan tersebut. Untuk bagian paragraf, *font* dengan ukuran kecil diterapkan agar seluruh informasi dapat tersampaikan dengan jelas. Selain itu, penulis juga menambahkan beberapa *icon* yang didapatkan melalui situs Flaticon untuk memperjelas informasi sekaligus menambah daya tarik visual. Setelah menentukan *layout* tersebut, penulis kemudian memasukkan *background* berupa foto langit cerah yang berwarna biru muda. Foto ini diambil dari *platform* Envato

yang kemudian dipotong dan diperbesar sehingga memberikan hasil yang berbeda namun tetap serupa.



Gambar 3.21 Perancangan *Layout* Desain Konten *Publisher*

Kemudian, sebagai objek utama, penulis juga menambahkan foto yang relevan dengan topik pada masing-masing postingan yang diperoleh melalui *website* resmi Sinar Mas Land dan BSD City. Penulis juga melakukan *editing* menggunakan *masking* serta *gradient* untuk menciptakan efek *fade* sehingga hasil foto tampak lebih halus dan tidak mengganggu visibilitas teks dalam desain. Agar tampilan desain tidak monoton serta tampak lebih hidup, penulis juga melakukan *digital imaging* menggunakan *tool masking* dan *gradient* pada Adobe Illustrator dengan menggabungkan beberapa foto menjadi satu kesatuan. Untuk itu, penulis kembali mencari aset visual lainnya melalui *platform* Envato, seperti foto subjek manusia, tumbuhan hijau, serta foto *close-up* tangan dengan *smartphone*.



Gambar 3.22 Perancangan Desain Konten *Publisher*

Dalam melakukan *digital imaging*, tahap awal yang penulis lakukan adalah menghilangkan *background* pada seluruh foto. Selain itu, penyusunan elemen visual sebagian besar menonjolkan objek manusia untuk memberikan kesan “Always Alive”, dengan foto properti sebagai pelengkap yang merepresentasikan tempat interaksi tersebut berlangsung.

### 3. Tahapan Asistensi dan Revisi

Selama mengerjakan desain konten *Publisher*, penulis juga melakukan asistensi secara langsung dengan Creative Digital Staff. Penulis mendapatkan masukan untuk mengganti jenis *typeface* pada *headline* menjadi *font* Bitcheese.



Gambar 3.23 Aset Visual 2 Desain Konten *Publisher*

Pemilihan ini disesuaikan dengan topik konten *Publisher* mengenai BSD City, sehingga *typeface* yang digunakan mengikuti gaya tipografi milik BSD City. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk mengubah *layout* pada bagian

cover dengan memperbesar dan mengubah posisi hasil *digital imaging* menjadi sisi kanan, sehingga memiliki cukup ruang untuk penempatan *sub-heading*.



Gambar 3.24 Proses Revisi 1 Desain Konten *Publisher*

Untuk menjaga keterbacaan *sub-heading*, penulis juga menambahkan elemen persegi panjang dengan sudut membulat serta efek *gaussian blur* untuk menghindari kesan visual yang kasar. Guna menciptakan nuansa yang *modern* namun tetap *clean*, penulis menambahkan elemen visual berwarna putih seperti awan, *sparkle*, dan efek bokeh. Elemen tersebut juga digunakan untuk menyeimbangkan komposisi desain agar terlihat netral dan tidak terlalu padat oleh warna.



Gambar 3.25 Finalisasi Desain Konten *Publisher*

Penulis kemudian mengajukan hasil desain kepada *Creative Digital Staff* dan memperoleh *approval* untuk mengunggah hasil desain konten *Publisher* ke dalam Google Slides untuk memperoleh *approval* dari anggota tim *Digital Marketing (Content)* lainnya.



Gambar 3.26 Hasil Desain Konten *Publisher*

Sementara itu, pada tanggal 30 April 2025, penulis memperoleh *feedback* terkait hasil desain dari *Section Head* yang disampaikan melalui Google Slides.



Gambar 3.27 *Feedback* Google Slides Konten *Publisher*

Adapun revisi yang perlu penulis lakukan adalah mengganti judul “Always Alive” pada bagian *cover* menjadi

logo BSD City Always Alive, serta penyesuaian *copywriting* untuk konten postingan pertama mengenai poin *fun fact*.

#### 4. Tahapan Finalisasi

Setelah memahami *feedback* yang diberikan tersebut, penulis kemudian melakukan revisi sesuai dengan arahan dari *Section Head*, dengan hasil finalisasi desain *cover* pada gambar dibawah ini.



Gambar 3.28 Proses Revisi 2 Desain Konten *Publisher*

Adapun seluruh hasil akhir dari perancangan konten *Publisher* dengan topik “Always Alive in BSD City” ini diunggah kembali ke dalam Google Slides dan memperoleh *approval* untuk diserahkan kepada pihak *Publisher*.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.29 Hasil Akhir Desain Konten *Publisher*

Dengan demikian, hasil akhir dari seluruh perancangan konten *Publisher* yang berjumlah 6 postingan ditampilkan pada gambar diatas.

### 3.3.2.2 Organic Content Sinar Mas Land

Konten organik merupakan hasil desain yang dirancang secara keseluruhan dari awal hingga akhir, tanpa menggunakan *template*. Konten organik juga diunggah secara berkala melalui media sosial Sinar Mas Land, yaitu Instagram. Konten ini memuat berbagai informasi penting dan menarik, seperti mengenai properti, wilayah pembangunan, inovasi, lingkungan tempat tinggal, serta topik lainnya yang relevan dengan proyek Sinar Mas Land. Dengan demikian, proyek ini merupakan bagian dari pilar informasi dalam teori Desain Komunikasi Visual.

#### 1. Tahapan *Briefing*

Pada tanggal 16 April 2025, penulis diminta secara langsung oleh *Creative Digital Staff* untuk merancang 6 desain *organic content* Sinar Mas Land. Masing-masing konten tersebut terdiri dari 1 hingga 3 postingan Instagram. Penulis juga

diberikan *brief* berisi *copywriting* yang dapat diakses melalui Google Slides, yang juga digunakan sebagai *platform* bagi tim *Digital Marketing (Content)* lainnya untuk memberikan *feedback* terkait hasil perancangan.

No	Copywriting	Type	No	Copywriting	Type
1	We're building more than homes, we're creating neighborhoods.	Our POV	10	At Right Now 800 City, we connect you with the people, skills, and companies shaping the future.	Our POV
2	Have already working community, offers a massive capital market, perfect for launching new businesses and creating endless potential.	Our POV	11	Call, meeting space, and digital content all in one place make it hard to ignore.	Customer POV
3	Ever dream of starting the best of themselves? This is your chance.	Our POV	12	Slide 1 - We believe the best spaces connect people. We've built a place where people and ideas thrive at The Hub.	Our POV
4	Slide 2 - Every corner is designed to support your lifestyle.	Our POV		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welcome Zone</li> <li>• Café</li> <li>• Center Hall Area</li> <li>• Kids Interactive Zone</li> <li>• Immersive Experience Zone</li> <li>• Multifunction Hall</li> </ul>	Our POV

Gambar 3.30 *Brief* Desain Konten Organik Sinar Mas Land

Sementara itu, dari segi desain, penulis juga diarahkan untuk mengeksplorasi gaya baru, yaitu menambahkan elemen dengan efek perspektif. Namun, tetap mempertahankan konsep visual Sinar Mas Land yang *modern, clean, dan luxury*, serta cenderung dominan dengan warna putih.

## 2. Tahapan *Brainstorming* dan *Design*

Saat mendapatkan *brief* tersebut, penulis juga diberikan referensi desain oleh *Creative Digital Staff* melalui *platform* Pinterest. Perancangan dimulai menggunakan *software* Adobe Photoshop dengan ukuran *artboard* 1080 x 1350 px. Selain itu, *color palette* dan *typography* diterapkan sesuai dengan *brand guidelines* Sinar Mas Land. Adapun *headline* dan *sub-heading* terdiri dari dua jenis *typeface*, yakni Maytra dan Myanmar MN. Sedangkan *typeface* Goli digunakan sebagai *body text*. Terdapat juga dua warna dalam bentuk *gradient*, yakni *maroon* untuk *typeface* Maytra serta *gold* untuk *typeface* Myanmar MN.



Gambar 3.31 Aset Visual Konten Organik Sinar Mas Land

Selanjutnya, perancangan dilanjutkan dengan mengatur *layout*, yaitu menambahkan beberapa aset visual, seperti *headline* dan *sub-heading* yang diterapkan dengan efek *drop shadow* agar memiliki kontras dengan gambar langit sebagai *background*. Seluruh gambar tersebut diperoleh melalui *platform* Envato dan memiliki *tone* yang berbeda agar tampilan desain tidak monoton, namun tetap serupa. Selain itu, penulis juga menambahkan foto lainnya, seperti properti, lokasi, serta subjek manusia yang relevan dengan masing-masing topik pada konten tersebut. Adapun foto properti didapatkan melalui internet, terutama *website* resmi Sinar Mas Land serta foto subjek manusia yang diperoleh melalui *platform* Envato. Seluruh foto tersebut kemudian diatur dan melewati proses *editing*, seperti menghilangkan *background* foto untuk menghindari tampilan visual yang kaku. Dalam hal ini, penulis menggunakan fitur *eraser tool* pada *software* Adobe Photoshop. Penulis kemudian menambahkan bagian isi berupa *body text* dengan warna abu-abu tua. Penggunaan warna ini bertujuan untuk menghindari tampilan desain yang berat atau berlebihan. Untuk meningkatkan visibilitas *body text* tersebut, penulis juga menggunakan elemen visual berupa *shape* dengan warna putih sebagai *text holder*. *Shape* tersebut dibentuk menggunakan fitur *perspective wrap* mengikuti *brief* sebelumnya, untuk melakukan eksplorasi desain dengan gaya visual yang baru. Selain menggunakan *shape*, penulis juga menerapkan fitur *perspective wrap* yang serupa pada *body text*. Mengacu pada *brand guidelines*, desain konten organik Sinar Mas Land cenderung didominasi oleh warna putih. Maka dari itu, penulis juga menambahkan elemen dekoratif seperti awan, *sparkle*, serta gambar bokeh pada bagian atas, bawah, serta area kosong (*whitespace*) lainnya.



Gambar 3.32 Proses Perancangan Konten Organik Sinar Mas Land

Mengacu pada *brand guidelines*, desain konten organik Sinar Mas Land cenderung didominasi oleh warna putih. Maka dari itu, penulis juga menambahkan elemen dekoratif seperti awan, *sparkle*, serta gambar bokeh pada bagian atas, bawah, dan area kosong (*whitespace*) lainnya.



Gambar 3.33 Hasil Perancangan Konten Organik Sinar Mas Land

Dengan demikian, gambar diatas merupakan tampilan hasil akhir dari perancangan desain konten organik Sinar Mas Land sebelum memasuki tahapan asistensi.

### 3. Tahapan Asistensi dan Revisi

Penulis kemudian menyerahkan hasil desain kepada Creative Digital Staff secara langsung untuk melakukan asistensi. Pada tahapan ini, penulis mendapatkan *feedback* untuk menambahkan warna putih agar hasil desain tampak lebih *clean*

dan selaras dengan desain konten organik lainnya. Oleh karena itu, dilakukan revisi dengan menambahkan warna putih dan elemen awan pada bagian atas, sekaligus untuk meningkatkan keterbacaan *headline* dan *sub-heading*. Penerapan warna putih ini dilakukan menggunakan fitur *brush* pada *software* Adobe Photoshop, dengan hasil desain sebagai berikut.



Gambar 3.34 Hasil Revisi 1 Konten Organik Sinar Mas Land

Setelah melakukan revisi tersebut, penulis kembali mengajukan hasil desain kepada *Creative Digital Staff* melalui *platform* WhatsApp serta diunggah ke dalam Google Slides guna memperoleh *approval* dari anggota tim *Digital Marketing (Content)* lainnya. Kemudian, Pada tanggal 28 April 2025, penulis menerima arahan untuk melakukan revisi pada konten 6, konten 7 dan konten 12.



Gambar 3.35 *Brief* Revisi Konten Organik Sinar Mas Land

Revisi tersebut mencakup perubahan *copywriting* pada postingan 1 dalam konten 6. Kemudian, terdapat perubahan *copywriting* pada postingan 2 dalam konten 7. Sementara itu, pada konten 12, penulis diminta untuk menambahkan foto yang

sesuai dengan masing-masing fasilitas The Hub. Selain itu, penyesuaian juga diperlukan dengan mengatur *angle* elemen foto serta mengubah gambar subjek manusia agar lebih relevan dengan topik konten tersebut. Berdasarkan *feedback* yang diberikan, penulis melanjutkan proses perancangan konten organik dengan hasil perubahan desain sebagai berikut.



Gambar 3.36 Hasil Revisi 2 Konten Organik Sinar Mas Land

Hasil tersebut kemudian diserahkan kembali kepada *Creative Digital Staff* guna memperoleh *approval* sebelum diunggah melalui Google Slides.

#### 4. Tahapan Finalisasi

Pada tahapan finalisasi, penulis juga diminta untuk menambahkan *template* desain berupa *gradient texture* pada masing-masing postingan pertama yang menjadi bagian *cover* pada konten organik Sinar Mas Land tersebut. *Gradient texture* ini merupakan elemen utama yang menjadi ciri khas dari seluruh postingan Instagram resmi Sinar Mas Land.



Gambar 3.37 Proses Finalisasi Konten Organik Sinar Mas Land

Maka dari itu, penulis melakukan finalisasi desain dengan menambahkan *gradient texture* pada bagian atas masing-masing postingan awal dengan tampilan akhir sebagai berikut.



Gambar 3.38 Hasil Akhir Desain Konten Organik Sinar Mas Land

Selanjutnya, hasil desain diunggah kembali melalui Google Slides yang sama untuk memperoleh *approval* dari anggota tim *Digital Marketing (Content)*, terutama pihak penentu keputusan akhir. Konten ini akan diunggah melalui Instagram resmi Sinar Mas Land dalam bentuk *Instagram post*.

### 3.3.2.3 Organic Content BSD City

Selain merancang desain konten organik untuk Sinar Mas Land, penulis juga bertanggung jawab dalam membuat desain konten organik bagi Instagram resmi BSD City dalam bentuk postingan. Kedua konten tersebut mempunyai pedoman dan gaya visual yang berbeda, namun

tetap mempertahankan konsep yang serupa, yaitu *modern, clean*, serta *luxury*. Perancangan konten organik BSD City juga memiliki identitas visual tersendiri dengan gaya visual yang cenderung *playful*, seperti didominasi oleh warna oranye dan biru tua (*navy*), serta terdapat foto yang menunjukkan interaksi antar manusia dengan lingkungan sekitarnya.

## 1. Tahapan *Briefing*

Pada tanggal 9 Mei 2025, penulis diminta untuk merancang beberapa desain bagi konten organik bagi Instagram resmi BSD City. Masing-masing konten tersebut mempunyai topik yang berbeda serta dikemas dalam bentuk carousel. Setiap konten dapat terdiri dari dua hingga enam postingan Instagram. Adapun salah satu konten yang penulis rancang adalah “*Weekend Event*” yang berisi tentang kuliner di kawasan BSD City. Konten ini termasuk konten mingguan yang rutin diunggah sekali dalam seminggu dan termasuk ke dalam pilar informasi serta persuasi dalam teori Desain Komunikasi Visual. Oleh sebab itu, perancangan ini wajib diselesaikan dalam waktu satu hari agar dapat memasuki tahapan *approval*. *Brief* diberikan kepada penulis melalui Google Slides yang berisi informasi seperti jenis konten, *copywriting*, serta jumlah postingan yang dirancang.

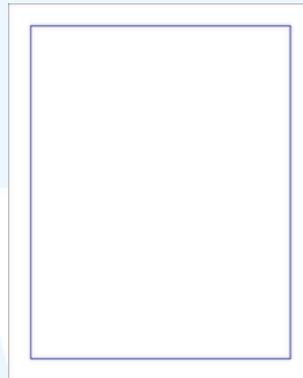


Gambar 3.39 *Brief* Desain Konten Organik BSD City

Berdasarkan *brief* diatas, konten “*Weekend Event*” terdiri 7 postingan Instagram dalam bentuk carousel. Konten ini membahas mengenai rekomendasi tempat menarik yang dapat dikunjungi ketika berada di BSD City. Kemudian, penulis juga diarahkan untuk menonjolkan foto-foto makanan agar terlihat *appetizing* dan menarik perhatian audiens secara langsung.

## 2. Tahapan *Brainstorming* dan *Design*

Dalam merancang konten organik BSD City, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan *artboard* berukuran 1080 x 1350 px. Selain itu, penulis juga membuat *margin* dengan ukuran 400 x 80 px agar elemen desain dapat diletakan dengan seimbang dan lebih terorganisir.



Gambar 3.40 *Margin* Konten Organik BSD City

Selanjutnya, penulis memulai perancangan dengan memasukkan CIM (*Corporate Identity Mandatory*), berupa logo Sinar Mas Land dan BSD City Always Alive. Selain itu, penulis juga menyusun seluruh *copywriting* pada masing-masing postingan. Dalam hal ini, penulis menggunakan dua jenis *typeface*, yakni Bitcheese sebagai *headline* serta Outfit sebagai *sub-heading* sekaligus *body text*. Penerapan *typeface* sendiri bersifat variatif, di mana penulis juga mengkombinasikan kedua *typeface* tersebut secara bersamaan.

Akan tetapi, ukuran *typeface* Bitcheese yang digunakan sebagai *sub-heading* dan *body text* tetap lebih kecil dibandingkan *headline*, supaya struktur hierarki visual tetap terjaga. Dikarenakan *copywriting* yang cukup padat dalam satu postingan, penulis menggunakan *icon* yang diperoleh melalui *website* Flaticon agar hasil desain tidak monoton sekaligus untuk menonjolkan makanan atau minuman *signature* dari masing-masing tempat kuliner, seperti kopi, matcha, serta *pastry*. Selain itu, terdapat juga *icon location* yang diambil melalui aset desain BSD Always Alive. *Icon* ini berfungsi sebagai penanda sehingga audiens dapat mengetahui lokasi tempat kuliner tersebut dengan lebih mudah dan cepat.



Gambar 3.41 *Layout* Konten Organik BSD City

Sedangkan dalam segi warna, penulis membuat dua variasi *gradient* dalam warna oranye dan biru tua (navy), sesuai dengan estetika yang dimiliki oleh BSD City. *Gradient* diterapkan sebagai *background* pada seluruh desain konten organik. Untuk desain postingan yang berwarna biru tua (navy), warna *headline* yang digunakan adalah oranye. Sementara itu, desain dengan warna oranye menggunakan warna putih sebagai *headline* karena memiliki visibilitas yang jelas. Putih juga

diterapkan sebagai warna *body text* bagi seluruh postingan konten organik tersebut.



Gambar 3.42 Proses Perancangan Konten Organik BSD City

Selanjutnya, setelah menyusun *layout* dan warna, penulis kemudian mengumpulkan aset visual berupa foto yang diperoleh dari media sosial Instagram masing-masing tempat kuliner, yaitu Latteria Gelato & Dessert Bar, Milled Artisan Bakery, Sancha, Sonder Space, serta Big Brew Coffee. Seluruh foto yang menampilkan makanan serta minuman melewati proses *editing* dengan menghilangkan *background* menggunakan *platform* desain *online*, yaitu Canva. Sedangkan untuk aset foto lainnya berupa tampilan ruangan atau tempat juga digunakan sebagai *background*, namun diletakkan di belakang *gradient* tersebut agar tidak mengganggu visibilitas informasi yang berada di atasnya. Selain itu, pada bagian *cover*, penulis menambahkan foto lain yang didapatkan melalui *platform* Canva, yaitu subjek manusia yang sedang menikmati waktu santai dengan makan bersama sebagai bentuk visualisasi dari *sub-heading* “Tempat Seru Buat Nongkrong & Me Time di Minggu Ini”.



Gambar 3.43 Proses Perancangan Konten Organik BSD City

Setelah itu, perancangan dilanjutkan dengan menempatkan aset visual berupa makanan serta minuman sesuai dengan masing-masing tempat kuliner. Seluruh foto disusun mengikuti *layout* yang telah dirancang dengan penyesuaian ukuran agar terlihat lebih dominan dalam komposisi visual. Hal ini bertujuan untuk memberikan daya tarik visual secara instan. Kemudian, untuk menonjolkan foto pada *background* oranye, penulis juga menambahkan *effect* berupa *drop shadow* dengan *opacity* sebesar 50% untuk menciptakan sedikit kontras.



Gambar 3.44 Hasil Perancangan Konten Organik BSD City

Dengan demikian, berikut merupakan hasil perancangan desain carousel konten organik BSD City “Weekend Event” yang berjumlah 6 postingan Instagram.

### 3. Tahapan Asistensi dan Revisi

Pada tanggal yang sama, yaitu 9 Mei 2025, hasil seluruh perancangan kemudian penulis serahkan kepada *Creative Digital Staff* untuk melakukan asistensi. Tahapan ini dilakukan dengan mengirimkan *preview* desain melalui WhatsApp. Selain itu, hasil desain juga diserahkan kepada tim *Digital Marketing (Content)* lainnya untuk memperoleh *approval*.



Gambar 3.45 Tahapan Asistensi Konten Organik BSD City

Setelah menunggu, penulis kemudian mendapatkan arahan revisi dengan menambah satu postingan desain sebagai *call to action*. Sedangkan *copywriting* juga diberikan melalui Google Slides yang sama dengan *brief* pada awal perancangan.



Gambar 3.46 *Brief* Revisi Konten Organik BSD City

Berdasarkan arahan tersebut, penulis kemudian membuat satu postingan dengan menerapkan proses perancangan dan *layout* yang serupa dengan desain *cover*. Hal ini dikarenakan, postingan *call to action* memiliki *copywriting* yang cenderung minim, yaitu “*Find Your Spot. Feel The Flavor*” sebagai *headline* dengan *sub-heading* berupa “*Dine & Chill Your Way in BSD City, Now!*”.



Gambar 3.47 Proses Revisi Konten Organik BSD City

Selain itu, penulis juga menampilkan foto-foto yang relevan, seperti subjek manusia serta satu foto makanan dari tempat kuliner Latteria Gelato & Dessert Bar.



Gambar 3.48 Hasil Revisi Konten Organik BSD City

Adapun hasil akhir dari perancangan revisi *organic content* BSD City yang penulis lakukan ditampilkan pada gambar diatas.

#### 4. Tahapan Finalisasi

Pada tahapan finalisasi, penulis menyadari bahwa foto berupa objek makanan serta minuman pada postingan dengan *background* berwarna oranye tampak kurang menonjol. Oleh sebab itu, untuk memberikan kontras pada foto, penulis menambahkan *effect* berupa *drop shadow* dengan warna hitam dan *opacity* sebesar 50%, sehingga menjadikan objek makanan lebih berdimensi.



Gambar 3.49 Hasil Akhir Finalisasi Konten Organik BSD City

Setelah melakukan finalisasi tersebut, hasil seluruh desain yang berjumlah 7 postingan kemudian diserahkan kembali kepada *Creative Digital Staff* guna memperoleh *approval* bersama dengan tim *Digital Marketing (Content)* lainnya. Hasil desain kemudian diterima dan diunggah melalui akun Instagram resmi BSD City.

### 3.3.2.4 Desain Konten LinkedIn Sinar Mas Land

Perancangan konten Sinar Mas Land merupakan *batch* pertama yang diluncurkan oleh divisi *Digital Marketing (Content)* Sinar Mas Land. Konten ini bertujuan untuk memberikan informasi terkait properti atau investasi dengan cara yang tidak monoton. Oleh sebab itu, konten LinkedIn dapat dirancang dengan gaya visual yang variatif, namun tetap mempertahankan konsep *clean* dan *modern*.

#### 1. Tahapan *Briefing*

Dalam merancang desain konten LinkedIn Sinar Mas Land, penulis diberikan *brief* secara langsung oleh *Creative Digital Staff* pada tanggal 9 April 2025 untuk merancang 5 konten LinkedIn. Adapun *brief* secara detail terkait *copywriting* dan jumlah postingan juga dibagikan kepada penulis melalui Google Slides. Proyek ini termasuk ke dalam pilar informasi dalam teori Desain Komunikasi Visual.



Gambar 3.50 *Brief* Desain Konten LinkedIn

Berdasarkan *brief* tersebut, salah satu konten yang penulis rancang adalah konten 10 terkait peluang bisnis dan investasi. Konten ini berjumlah 4 postingan yang terdiri dari 1 *cover* dan 3 bagian isi.

## 2. Tahapan *Brainstorming* dan *Design*

Setelah memperoleh dan memahami *brief* yang diberikan, penulis kemudian memulai perancangan menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan *artboard* yang berukuran 1080 x 1350 px. Selanjutnya, penulis terlebih dahulu memasukkan CIM (*Corporate Identity System*), berupa logo Sinar Mas Land pada bagian bawah. Hal ini dilakukan agar penulis dapat menyusun *layout* dengan lebih mudah dan mencegah adanya elemen visual yang saling tumpang tindih. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan dua jenis *typeface*, yakni Parkinsans sebagai *headline* dan *sub-heading*, serta Montserrat sebagai *body text*. Kedua jenis *typeface* tersebut diterapkan sesuai dengan kebutuhan desain, seperti ukuran dan warna yang berbeda.



Gambar 3.51 Aset Visual Konten LinkedIn

Guna menciptakan kesan *modern* dan *clean*, penulis menggunakan tiga jenis warna, yaitu abu tua, putih, serta ungu muda. Ketiga warna tersebut juga diterapkan dengan aturan yang berbeda, seperti abu tua dan ungu muda untuk bagian teks, sedangkan putih digunakan sebagai *background*. Selain itu, terdapat juga aset visual berupa foto properti yang diperoleh

melalui *website* resmi Sinar Mas Land. Seluruh foto diterapkan sebagai *background* dengan *opacity* yang rendah agar tidak mengganggu visibilitas elemen yang berada di atasnya.



Gambar 3.52 Proses Perancangan 1 Konten LinkedIn

Penulis juga menambahkan *gradient* berwarna putih untuk menciptakan desain yang lebih *clean* serta informasi dapat tersampaikan dengan lebih rapi. Sedangkan foto subjek manusia yang diperoleh melalui *platform* Envato diletakkan pada bagian depan. Penulis juga melakukan *photo manipulation* menggunakan fitur *masking* untuk membuat bagian tepi foto menjadi transparan yang *smooth*, sehingga dapat menyatu dengan foto lainnya.



Gambar 3.53 Proses Perancangan 2 Konten LinkedIn

Penulis kemudian melanjutkan perancangan dengan menyusun *copywriting*, seperti *headline*, *sub-heading*, serta *body text*. Guna menonjolkan informasi utama pada *headline*, penulis menerapkan dua warna yang berbeda, yaitu ungu muda dan abu tua. Warna ungu muda dengan *tone* yang lebih cerah digunakan untuk menekankan informasi-informasi penting yang menjadi inti dari konten tersebut. Bagian *headline* dan *sub-*

*heading* ditempatkan pada bagian atas, sedangkan *body text* diletakkan pada ruang kosong (*whitespace*). Selain itu, penulis menambahkan beberapa elemen dekoratif, seperti awan, *stroke*, serta *arrow* untuk menambah daya tarik visual. Terdapat juga elemen lain, yaitu *shape* persegi panjang dengan sudut melengkung yang digunakan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk poin.



Gambar 3.54 Proses Perancangan 3 Konten LinkedIn

Berikut ini merupakan tampilan hasil akhir dari perancangan desain 4 postingan konten 10 LinkedIn yang telah dirancang oleh penulis.



Gambar 3.55 Hasil Perancangan Konten LinkedIn

Hasil perancangan tersebut akan diserahkan oleh penulis kepada *Creative Digital Staff* untuk melakukan tahapan awal asistensi sebelum diunggah melalui Google Slides.

### 3. Tahapan Asistensi dan Revisi

Setelah menyelesaikan konten LinkedIn tersebut, penulis kemudian melakukan asistensi dengan *Creative Digital Staff* dan memperoleh *approval* untuk dipresentasikan ke dalam

Google Slides. Pada tanggal 28 April 2025, penulis menerima arahan untuk melakukan revisi melalui Google Slides.

1. slide 3 paling bawah tolong dihilangin ya
2. slide 4 di reduksi jadi 3 point (yg 2 paling atas dihilangin sisakan 3 kebawah dan tulisan dibesarin)

Gambar 3.56 *Brief* Revisi Konten LinkedIn

Berdasarkan gambar diatas, revisi tersebut terdiri dari perubahan *copywriting* pada postingan 3, dan pengurangan *point* pada *copywriting* postingan 4. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk memperbesar ukuran *font* agar lebih mudah terbaca. Adapun revisi dilakukan sesuai dengan *feedback* yang diberikan. Pada postingan 3, penulis menghilangkan paragraf kedua di bagian bawah dan memindahkan paragraf pertama yang berada di atas ke posisi paragraf kedua sebelumnya. Penulis juga menyusun kembali *layout*, khususnya *headline* dengan memperbesar ukuran *font* dan memindahkan *headline* agar cenderung dominan ke arah kanan agar tampilan elemen visual tetap seimbang.



Gambar 3.57 Proses Revisi Postingan 3 Konten LinkedIn

Selanjutnya, tahapan revisi dilanjutkan dengan postingan 4 dengan menghilangkan 3 point terakhir *copywriting* dan

mengatur kembali ukuran *font* yang digunakan. Selain itu, untuk mencegah adanya *whitespace* yang berlebih, penulis juga memperbesar ukuran foto yang berada di bagian depan sehingga komposisi elemen visual tampak seimbang.



Gambar 3.58 Proses Revisi Postingan 4 Konten LinkedIn

Dengan demikian, berikut ini merupakan hasil atau tampilan akhir dari perancangan konten 10 LinkedIn Sinar Mas Land yang terdiri dari 4 postingan.



Gambar 3.59 Hasil Finalisasi Desain Konten LinkedIn

Hasil ini kemudian diunggah kembali ke dalam Google Slides dan telah memperoleh *approval*.

#### 4. Tahapan Finalisasi

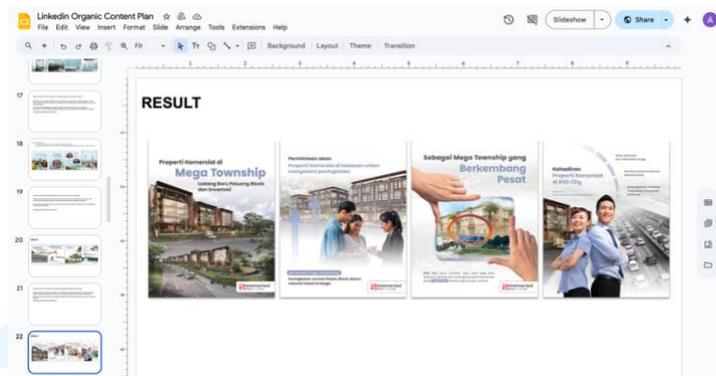
Sebagai tahapan finalisasi, pada tanggal 8 Mei 2025, penulis kembali diarahkan oleh *Creative Digital Staff* untuk mengubah seluruh format ukuran konten LinkedIn tersebut. Penyesuaian dilakukan dengan mengubah ukuran konten dari 1080 x 1350 px ke dalam format A4 (21 x 29,7 cm). Selain itu,

penulis juga diminta untuk menyerahkan hasil akhir perancangan dalam bentuk PDF. Berikut tampilan akhir dari perancangan konten 10 LinkedIn dalam format ukuran A4 yang telah memperoleh *approval* dari seluruh pihak yang berkepentingan dalam tim *Digital Marketing*.



Gambar 3.60 Hasil *Resize* Desain Konten LinkedIn

Hasil desain ini akan diunggah pada akun resmi LinkedIn Sinar Mas Land bersamaan dengan konten-konten lainnya guna memberikan informasi terkait Sinar Mas Land dengan pendekatan yang lebih menarik dan variatif.



Gambar 3.61 *Content Plan* LinkedIn Sinar Mas Land

Gambar di atas merupakan tampilan Google Slides dari *Content Plan* LinkedIn Sinar Mas Land yang meliputi seluruh proses perancangan, seperti *brief*, asistensi, hingga finalisasi desain beserta *caption* dari konten LinkedIn.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di perusahaan Sinar Mas Land, khususnya sebagai *Graphic Designer* pada divisi *Digital Marketing (Content)*, penulis juga mengalami beberapa kendala yang kemudian berhasil diselesaikan melalui berbagai solusi. Adapun informasi terkait kendala beserta solusi yang dilakukan oleh penulis dapat dijabarkan sebagai berikut.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama 5 bulan menjalani program magang, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti:

1. Penyesuaian Alur Kerja

Pada tahap awal memulai program magang, penulis merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan *flow* kerja yang cepat, terutama dalam membagi fokus karena menangani berbagai jenis pekerjaan atau kebutuhan konten yang berbeda secara bersamaan.

2. Menjalankan peran sebagai *Talent*

Dalam peran sebagai anggota tim yang berfokus pada kegiatan promosi pembuatan konten, penulis juga terlibat dalam proses perancangan video sebagai *talent*, yang menjadi tantangan tersendiri bagi penulis. Hal ini dikarenakan minimnya pengalaman di bidang tersebut sehingga membutuhkan banyak waktu untuk penyesuaian diri.

3. Keterbatasan Penguasaan *Software* Desain

Kemampuan dalam menggunakan *software* desain, seperti Adobe Photoshop dan After Effects yang masih perlu ditingkatkan. Karena keterampilan penulis belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan kerja selama program magang.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk menghadapi kendala yang dialami tersebut, penulis berupaya mengambil beberapa langkah sebagai solusi, antara lain:

#### 1. Mengatur Prioritas Pekerjaan

Penulis menetapkan prioritas pekerjaan berdasarkan tingkat urgensi dan waktu penyelesaian tugas tersebut. Penulis juga berupaya untuk tetap fokus selama bekerja dengan mencegah adanya distraksi yang dapat menghambat produktivitas kerja.

#### 2. Belajar dan Beradaptasi

Saat menjadi *talent*, penulis belajar dengan anggota tim lainnya yang telah berpengalaman serta memandang hal tersebut sebagai peluang untuk mengembangkan kepercayaan diri. Pengalaman ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk memperluas keterampilan di luar tanggung jawab utama sebagai *Graphic Designer*.

#### 3. Mengembangkan Keahlian *Software* Desain

Secara aktif mempelajari berbagai teknik dan *tools* secara mandiri melalui internet, hingga pada akhirnya penulis mampu menyesuaikan diri dan memiliki keterampilan dalam menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe After Effects tersebut. Selain itu, penulis juga mengamati dan bertanya kepada rekan kerja lainnya yang memiliki bidang keahlian serupa.