

## **BAB III**

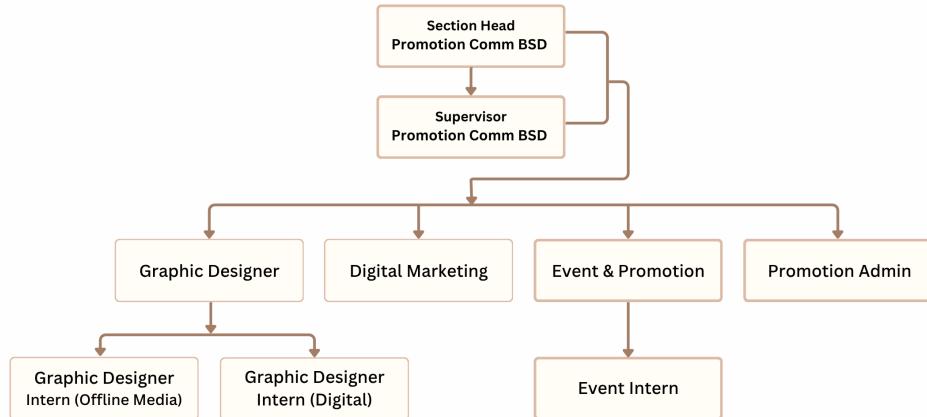
### **PELAKSANAAN KERJA**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja**

Selama melaksanakan program magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk., penulis menduduki posisi sebagai *Graphic Design Intern* pada divisi *Sales & Promotion* di dalam *business unit Commercial BSD*. Penulis berperan dalam mendukung kegiatan pemasaran dan promosi properti komersial yang berfokus pada pembuatan konten digital beberapa proyek komersial BSD City melalui media sosial dan berbagai materi komunikasi visual lainnya. Dalam menjalani tanggung jawab dan tugas yang telah ditetapkan, penulis disupervisi secara langsung oleh *Section Head Promotion Commercial BSD* serta berkoordinasi dengan staf desain grafis dan *digital marketing* di dalam divisi yang sama. Melalui pelaksanaan program magang ini, penulis memperoleh berbagai pengalaman praktis dalam memahami alur kerja dalam industri properti, khususnya dalam perancangan desain untuk kebutuhan promosi dan pemasaran.

##### **3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja**

Selama melaksanakan program magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk., penulis ditempatkan pada divisi *Sales & Promotion* di dalam *business unit Commercial BSD*. Divisi ini berfokus pada perancangan dan pengelolaan strategi promosi agar dapat meningkatkan daya tarik dan minat konsumen dalam melakukan pembelian properti komersial di BSD City. Penulis berperan sebagai *Graphic Design Intern* yang berada di bawah supervisi *Section Head Promotion* serta berkolaborasi dengan *Supervisor, Graphic Designer, Digital Marketing Staff, dan Promotion Staff* lainnya dalam melaksanakan tanggung jawab yang telah ditetapkan selama magang. Berikut merupakan struktur kedudukan pada divisi *Sales & Promotion* serta kedudukan penulis selama kegiatan magang:



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi *Promotion Commercial BSD*

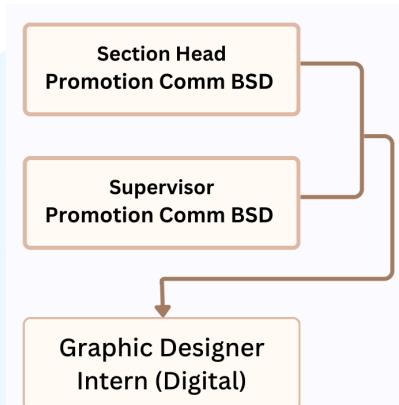
Sebagai *Graphic Design Intern*, penulis memiliki beberapa bertanggung jawab untuk mendukung kegiatan promosi, seperti perancangan berbagai materi visual yang mendukung kebutuhan promosi digital, baik dalam bentuk statis maupun dinamis. Beberapa tanggung jawab utama penulis meliputi:

1. Membuat desain visual dan *motion graphic* untuk media sosial proyek Casa de Parco, Capital Cove, Taman Tekno BSD, dan akun utama BSD Commercial.
2. Membantu dalam perancangan *content planner* media sosial BSD Commercial, termasuk ide konten dan perencanaan jadwal publikasi.
3. Mendesain berbagai materi promosi untuk mendukung kampanye dan acara perusahaan.
4. Melakukan *editing* foto dan video untuk kebutuhan konten digital.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan program magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk., penulis melakukan koordinasi secara terstruktur untuk memastikan alur kerja terlaksana dengan baik dan efisien sesuai dengan standar perusahaan. Koordinasi ini dilakukan agar penulis yang berperan sebagai *Graphic Designer Intern* dapat menerima instruksi kerja serta mengetahui kebutuhan desain yang diperlukan. Hal ini penting untuk dilakukan guna memastikan

setiap tugas dapat dieksekusi dan diselesaikan dengan baik. Berikut merupakan alur koordinasi kerja penulis selama kegiatan magang berlangsung:



Gambar 3.2 Alur Koordinasi Kerja *Graphic Designer Intern*

Dalam pelaksanaan magang, penulis secara rutin menerima *brief* dari *Section Head Promotion* dan *Supervisor Promotion* mengenai kebutuhan konten maupun materi promosi yang akan dibuat. Penulis memiliki tanggung jawab dalam merancang materi yang berkaitan dengan kebutuhan promosi digital pada platform media sosial proyek komersial dari *BSD Commercial*. Setelah penulis menerima *brief* yang diberikan, penulis mulai mengeksekusi desain sesuai arahan yang diminta. Proses perancangan biasanya terselesaikan pada hari yang sama pada saat *brief* diberikan. Hasil akhir desain kemudian dikirimkan kembali kepada *Section Head Promotion* dan *Supervisor Promotion* untuk dapat di *review* dan diberikan *feedback* ataupun *approval* sebelum kemudian dipublikasikan ke media sosial.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan program magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk., penulis sebagai *Graphic Design Intern* bertanggung jawab dalam mendukung berbagai kebutuhan visual perusahaan. Penulis juga berkewajiban dalam melakukan mencatatkan harian mengenai tugas yang dilakukan selama magang melalui pengisian *daily task* di laman PROSTEP untuk memastikan semua

pekerjaan tercatat dengan baik. Berikut merupakan rincian keseluruhan tugas yang telah saya lakukan selama pelaksanaan magang berlangsung:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	12–18 Juni 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Casa de Parco</li> <li>Capital Cove</li> <li>Taman Tekno</li> <li>Delrey</li> <li>The Exquis</li> <li>Tanatara Business Avenue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>, dan melakukan revisi sesuai arahan.</li> <li>Membuat konten Instagram <i>Feeds</i> untuk <i>workshop creative</i> dan acara Barre di Delrey Biztown termasuk <i>caption</i>.</li> <li>Melakukan penjadwalan posting untuk Casa de Parco, Capital Cove, dan Taman Tekno.</li> <li>Melakukan edit dokumen <i>Sitemap</i> Tanatara Business Avenue pada format PPT.</li> </ul>
2	19–25 Juni 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Delrey Biztown</li> <li>The Exquis</li> <li>Taman Tekno X</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten IG <i>Feeds</i> Delrey <i>Creative Market Tenant Lineup &amp; Preview Event</i> beserta <i>caption</i>.</li> <li>Melakukan <i>live update</i> Instagram Stories untuk rangkaian event Delrey <i>Creative Market</i>.</li> <li>Mendokumentasikan kelangsungan acara Delrey <i>Creative Market</i>.</li> <li>Syuting dan mengedit konten Delrey <i>New Block</i>.</li> <li>Melakukan <i>editing</i> dan finalisasi video <i>recap</i> event <i>Product Knowledge</i> The Exquis, serta</li> </ul>

			<p>membuat <i>caption</i> untuk IG Reels.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu <i>sales</i> dalam pengambilan dan <i>editing</i> konten Taman Tekno X.</li> </ul>
3	26 Juni – 2 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD Commercial</li> <li>• Casa de Parco</li> <li>• Capital Cove</li> <li>• Taman Tekno</li> <li>• Delrey</li> <li>• The Exquis</li> <li>• Ruko Madrid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan revisi &amp; <i>editing</i> lanjutan untuk video Delrey <i>New Block</i> dan video <i>sales</i> Taman Tekno X.</li> <li>• Membuat materi <i>feeds</i> Casa de Parco (4 konten) dan Capital Cove (4 konten) termasuk <i>caption</i>.</li> <li>• Mengunggah <i>recap</i> video <i>Product Knowledge</i> The Exquis.</li> <li>• Mengunjungi Ruko Delrey dan Madrid untuk pengambilan foto dokumentasi.</li> <li>• Membuat materi <i>feeds</i> Taman Tekno (4 konten) dan menjadwalkan posting untuk seluruh proyek (Casa de Parco, Capital Cove, Tekno).</li> </ul>
4	3–9 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD Commercial</li> <li>• The Loop</li> <li>• Tanatara Business Avenue</li> <li>• Iconix Infinite</li> <li>• Casa de parco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Membuat materi <i>feeds</i> poster <i>Test Drive MG</i> The Loop.</li> <li>• Melakukan <i>layouting</i> &amp; <i>animating</i> PPT untuk Tanatara.</li> <li>• Membuat <i>storyline</i> konten untuk dieksekusi oleh vendor eksternal.</li> <li>• Membuat desain <i>benefit agent</i> Iconix Infinite.</li> </ul>
5	10–16 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD Commercial</li> <li>• Tanatara Business Avenue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan <i>live update</i> Instagram <i>Stories</i> untuk rangkaian <i>event Product Knowledge</i> Tanatara Business Avenue.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Exquis</li> <li>• Casa de Parco</li> <li>• Capital Cove</li> <li>• Taman Tekno</li> <li>• Iconix Infinite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan <i>editing</i> dan finalisasi <i>video recap event Product Knowledge</i> Tanatara Business Avenue, serta membuat <i>caption</i> untuk IG Reels.</li> <li>• Membuat <i>invitation design</i> untuk <i>Event Product Knowledge The Exquis</i>.</li> <li>• Membuat <i>storyline</i> untuk konten <i>project BSD Commercial</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Membuat konten Instagram <i>Feeds</i> untuk <i>event Poundfit</i> di Iconix Infinite termasuk <i>caption</i>.</li> </ul>
6	17–23 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD Commercial</li> <li>• The Loop</li> <li>• Delrey Biztown</li> <li>• Iconix Infinite</li> <li>• Asterra Business Park</li> <li>• Tanatara Business Avenue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun list <i>influencer property</i> (IG &amp; TikTok).</li> <li>• Mengedit kembali materi <i>feeds Test Drive MG The Loop</i>.</li> <li>• Membuat <i>agency brief campaign</i> Delrey Biztown.</li> <li>• Mengedit video konten Iconix Infinite <i>batch 1 &amp; 2</i>.</li> <li>• Melakukan <i>live update</i> Instagram <i>Stories</i> untuk <i>event opening</i> SPBU bp Asterra BSD</li> <li>• Mengedit video <i>recap event opening</i> SPBU bp Asterra BSD.</li> <li>• Menyusun <i>storyline</i> untuk konten Tanatara &amp; Delrey Biztown.</li> <li>• Menjadwalkan <i>posting</i> untuk materi Instagram <i>Feeds</i> proyek Casa de Parco, Capital Cove, Taman Tekno.</li> </ul>

7	24–31 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Northrige</li> <li>Iconix Infinite</li> <li>The Exquis</li> <li>Tanatara Business Avenue</li> <li>Capital Cove</li> <li>Wander Alley</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Mengedit</i> video konten Instagram <i>Reels</i> Northridge Suksestama, Iconix Infinite, The Exquis, dan Video Sales</li> <li>Membuat <i>postingan</i> IG Story BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Membuat <i>storyline</i> Tanatara dan Capital Cove.</li> <li>Syuting kebutuhan konten IG <i>Reels</i>.</li> <li>Membantu <i>perancangan content plan</i> Instagram BSD <i>Commercial</i> pada bulan Agustus.</li> <li>Membuat <i>template</i> PPT Wander Alley</li> </ul>
8	1 – 7 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Casa de Parco</li> <li>Capital Cove</li> <li>Taman Tekno</li> <li>Delrey Biztown</li> <li>Iconix Infinite</li> <li>Tanatara Business Avenue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu <i>sales</i> untuk syuting dan mengedit konten.</li> <li>Membuat desain <i>motion</i> untuk kebutuhan LED Delrey Biztown.</li> <li>Mendesain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>.</li> <li>Melanjutkan perancangan <i>content plan</i> Instagram BSD <i>Commercial</i> pada bulan Agustus.</li> <li>Melakukan dokumentasi <i>show unit</i> Capital Cove, Iconix Infinite, Tanatara, Tekno dan Delrey Biztown.</li> </ul>
9	8–14 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taman Tekno X</li> <li>• Kavling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat postingan IG <i>Story</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>• Membuat <i>direct link</i> WhatsApp untuk kebutuhan <i>CTA</i> Instagram <i>Stories</i>.</li> <li>• Membuat <i>key visual ads</i> Taman Tekno X dalam ukuran 1:1 dan 16:9.</li> <li>• Merancang <i>layout</i> website kavling untuk ukuran <i>mobile</i> dan <i>desktop</i>.</li> </ul>
10	15–21 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD <i>Commercial</i></li> <li>• Casa de Parco</li> <li>• Capital Cove</li> <li>• Taman Tekno x</li> <li>• Delrey Biztown</li> <li>• The Exquis</li> <li>• Wander Alley</li> <li>• Kavling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Melakukan penjadwalan <i>posting</i> untuk Casa de Parco, Capital Cove, dan Taman Tekno.</li> <li>• <i>Mengedit</i> video konten Instagram <i>Reels</i> Delrey <i>New Tenant</i> dan The Exquis.</li> <li>• Syuting membukaan <i>new tenant</i> di Delrey Biztown – Comunee.</li> <li>• Melakukan <i>live update</i> Instagram <i>Stories</i> untuk <i>event Product Knowledge</i> Wander Alley.</li> <li>• <i>Mengedit</i> video <i>recap event Product Knowledge</i> Wander Alley, beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Membuat <i>report insight</i> untuk postingan konten Instagram <i>Reels</i> mengenai kavling.</li> <li>• Membantu <i>perancangan content plan</i> Instagram BSD</li> </ul>

			<i>Commercial</i> pada bulan September.
11	22–28 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Taman Tekno X</li> <li>Powell Studio Loft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Mengedit</i> video konten Instagram <i>Reels sales</i> Taman Tekno X dan Iconix Infinite.</li> <li>Membuat <i>key visual</i> desain proyek untuk Instagram Stories.</li> <li>Membuat <i>storyline</i> untuk konten Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Melakukan <i>live update</i> Instagram Stories untuk <i>event Product Knowledge</i> Powell Studio Loft.</li> <li><i>Mengedit</i> video <i>recap event Product Knowledge</i> Powell Studio Loft, beserta <i>caption</i>.</li> <li>Syuting konten untuk kebutuhan Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> </ul>
12	29 Agustus – 4 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Casa de Parco</li> <li>Capital Cove</li> <li>Taman Tekno X</li> <li>Wander Alley</li> <li>Blueprint</li> <li>Asterra Business Park</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Syuting konten untuk kebutuhan Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>.</li> <li>Membuat desain undangan <i>groundbreaking</i> Wander Alley.</li> <li>Menggabungkan video animasi Blueprint.</li> <li><i>Mengedit</i> video <i>content</i> Asterra Business Park.</li> <li>Merekap <i>postingan</i> sales mengenai pameran bulanan.</li> </ul>

13	5–11 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Casa de Parco</li> <li>Capital Cove</li> <li>Taman Tekno</li> <li>The Exquis</li> <li>Iconix Infinite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjadwalkan <i>posting</i> untuk materi Instagram <i>Feeds</i> proyek Casa de Parco, Capital Cove, Taman Tekno.</li> <li>Mengedit video <i>content</i> The Exquis, sales, dan Iconix Infinite.</li> <li>Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Membuat storyline untuk konten Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> </ul>
14	12–18 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Iconix Infinite</li> <li>Wander Alley</li> <li>Powell Studio Loft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengedit video <i>content</i> Iconix Infinite, Powell Studio Loft, dan konten <i>ads</i>.</li> <li>Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Melakukan <i>live update</i> Instagram <i>Stories</i> untuk <i>event</i> <i>Groundbreaking Wander Alley</i>.</li> <li>Mengedit video <i>recap</i> <i>event</i> <i>Groundbreaking Wander Alley</i>, beserta <i>caption</i>.</li> <li>Syuting konten untuk kebutuhan Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Membuat materi WhatsApp blast mengenai undangan kunjungan ke Marketing Office untuk mendapatkan hadiah tiket bioskop.</li> </ul>
15	19–25 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram BSD Commercial</li> <li>Casa de Parco</li> <li>Capital Cove</li> <li>Taman Tekno X</li> <li>Northridge Ultimate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengedit video <i>content</i> Northridge Ultimate.</li> <li>Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram <i>Reels</i> BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Melakukan penjadwalan <i>posting</i> untuk Casa de Parco, Capital Cove, dan Taman Tekno.</li> <li>• Membuat <i>deck proposal</i> untuk <i>tenant collaboration</i>.</li> <li>• Memposting konten pada Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> </ul>
16	26 September – 2 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD <i>Commercial</i></li> <li>• Tanatara Business Avenue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan <i>live update</i> Instagram <i>Stories</i> untuk <i>event Topping Off ACS BSD</i>.</li> <li>• Mengedit video <i>recap event Topping Off ACS BSD</i>, beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Membuat desain <i>cover</i> untuk Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>• Mengedit video <i>content sales</i> dan Tanatara Business Avenue.</li> <li>• Membantu <i>sales</i> dalam syuting dan edit konten.</li> <li>• Mendokumentasi acara Signing Ceremony Maranatha dan melakukan <i>editing</i> foto.</li> </ul>
17	3–10 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram BSD <i>Commercial</i></li> <li>• Casa de Parco</li> <li>• Capital Cove</li> <li>• Taman Tekno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Syuting konten untuk kebutuhan Instagram Reels BSD <i>Commercial</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Casa de Parco beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Capital Cove beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Mendesain 4 materi Instagram <i>Feeds</i> Taman Tekno beserta <i>caption</i>.</li> <li>• Melakukan penjadwalan <i>posting</i> untuk Casa de Parco, Capital Cove, dan Taman Tekno.</li> <li>• Syuting dan mengedit video konten Instagram Reels</li> </ul>

			mengenai pembukaan <i>new tenant</i> di Northridge.
--	--	--	---

Dalam kegiatan magang, penulis berperan aktif untuk membantu memenuhi kebutuhan promosi proyek komersial yang sedang berlangsung. Penulis merancang berbagai materi desain setiap minggunya dengan menerapkan prinsip desain komunikasi visual. Kegiatan magang ini membantu penulis untuk memperoleh pengalaman profesional secara langsung, serta membuka peluang untuk eksplorasi dalam lingkungan industri kreatif.

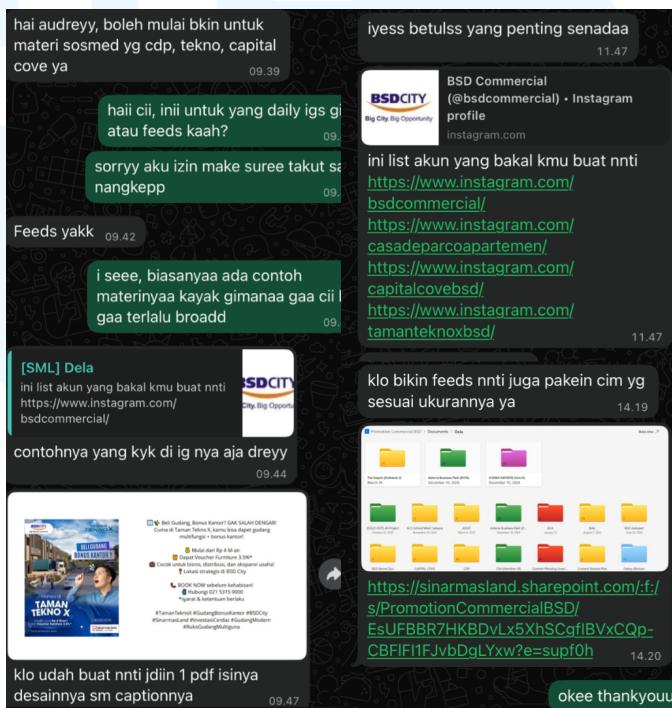
### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk., penulis sebagai *Graphic Design Intern* bertanggung jawab untuk merancang berbagai materi promosi digital sebagai kebutuhan dalam aktivitas promosi proyek komersial BSD City. Penulis berperan dalam perancangan konten visual untuk Instagram *Feeds* @capitalcovebsd, perancangan *motion graphic* untuk Instagram @tamanteknoxbsd, perancangan konten visual untuk Instagram Story @casadeparco, desain untuk kebutuhan WhatsApp *blast*, serta desain kebutuhan acara yang dipublikasikan pada Instagram @bsdcommercial. Proses perancangan dilakukan dengan mengikuti alur kerja perusahaan, mulai dari penerimaan brief, pengembangan konsep desain, eksekusi desain, proses revisi, persetujuan akhir, hingga publikasi konten pada media sosial yang ditujukan. Dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan, penulis memperoleh pengalaman mengenai alur produksi konten promosi digital dalam industri properti.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Salah satu tugas yang penulis laksanakan selama magang adalah mengelola akun Instagram resmi dari salah satu proyek komersial BSD, yaitu Capital Cove dengan *username* Instagram @capitalcovebsd. Capital Cove merupakan sebuah *premium business loft* di BSD City yang memiliki desain yang elegan. Capital Cove menekankan nilai modern, elegan, dan eksklusif, sehingga materi visual yang dirancang harus mampu mencerminkan citra

profesional serta mendukung kebutuhan pemasaran properti komersial. Penulis diberi arahan untuk mengelola Instagram mulai dari perencanaan konten, merancang desain visual, membuat *caption*, hingga publikasi konten pada Instagram Feed. Konten yang dirancang berfokus pada visual promosi dengan format *single image*, yang bertujuan untuk memperkuat *key message* dan mendukung aktivitas pemasaran digital proyek komersial.



Gambar 3.3 *Brief* Konten Instagram Feeds Capital Cove

Proses pengerjaan dimulai dari penerimaan *brief* yang disampaikan oleh staf *Graphic Design* melalui WhatsApp. *Brief* yang diterima merupakan sebuah arahan untuk membuat materi sosial media untuk proyek komersial Capital Cove. Penulis juga mendapatkan informasi yang mencakup tentang visual branding Capital Cove, preferensi desain dan contoh desain terdahulu, penjadwalan publikasi, informasi promo, serta aset visual yang digunakan, seperti logo proyek, visual proyek, dan *template* sosial media resmi BSD City. Penulis juga diminta untuk mengeksplor gaya visual yang nantinya akan diimplementasikan kedalam desain.

Tabel 3.2 Tabel *Brief* Konten Instagram Feeds Capital Cove

Nama Proyek	Capital Cove
Kebutuhan Proyek	Konten Instagram Feeds
Ukuran Desain	1080 x 1350 px (4:5)
Platform Publikasi	Instagram Feed
Tujuan Proyek	Menyampaikan informasi mengenai proyek dengan visual yang konsisten dan meningkatkan <i>brand awareness</i> .

Penulis melakukan rangkuman brief yang telah diterima ke dalam tabel. Tabel di atas mencakup berbagai informasi terkait tugas yang diberikan, seperti kebutuhan proyek, *platform* publikasi, serta tujuan utama konten agar arah visual yang dikerjakan tetap selaras dengan kebutuhan *brand*. Dengan penjabaran *brief* yang terstruktur, penulis dapat memahami kebutuhan perancangan dengan lebih jelas dan terarah.



Gambar 3.4 Moodboard Perancangan Konten Instagram Feeds Capital Cove

Penulis mengawali proses perancangan desain dengan mencari referensi desain visual, *layout*, *font*, dan warna yang nantinya akan diimplementasikan ke desain konten. Penulis kemudian membuat *moodboard* yang akan digunakan sebagai acuan desain yang telah disesuaikan dengan branding Capital Cove. *Moodboard* ini merepresentasikan untuk nilai Capital Cove yaitu profesional, premium, dan ekslusif. Pemilihan warna yang akan digunakan cenderung

menggunakan warna dengan tone gelap yang dipadukan dengan aksen emas untuk menonjolkan nilai yang ingin diangkat.



Gambar 3.5 Tipografi Perancangan Konten Instagram Feeds Capital Cove

Dalam pembuatan konten sosial media, tipografi yang digunakan mencakup dua *typeface*, yaitu *typeface* The Season yang digunakan sebagai *headline* dan *typeface* Poppins yang digunakan sebagai subheadline. *Typeface* The Season dipilih untuk menjadi tipografi pada headline karena berjenis serif yang memberikan kesan elegan. Sementara, *typeface* Poppins dipilih untuk sebagai tipografi pendukung yang memiliki kesan modern, *clean*, dan tingkat keterbacaan yang baik.



Gambar 3.6 Color Palette Perancangan Konten Instagram Feeds Capital Cove

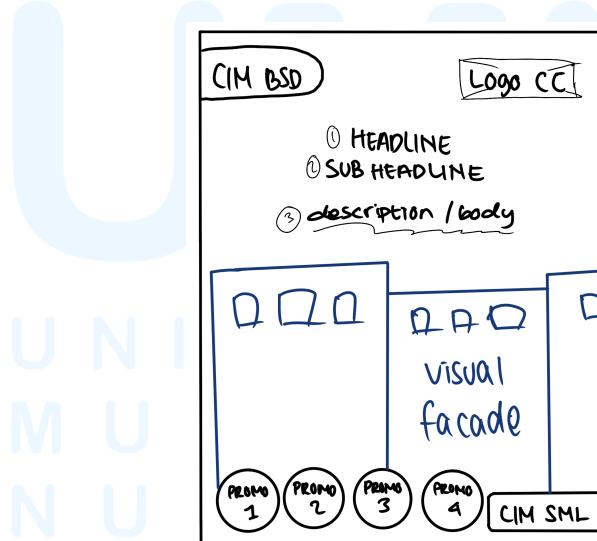
Penulis kemudian menentukan warna yang didominasi dengan *tone* gelap elegan seperti paduan warna biru tua dan aksen emas sebagai pendukung. Kombinasi warna ini dipilih untuk menekankan kesan eksklusif dan premium yang menjadi nilai utama proyek komersial ini. Warna biru tua dapat

mencerminkan kesan mendalam dan ekslusif (Handayani dkk., 2025). Sedangkan, paduan warna emas pada elemen visual dapat mencerminkan kesan mewah.



Gambar 3.7 Aset Visual Internal  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

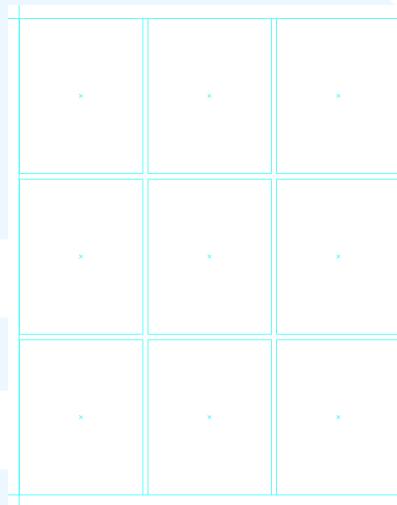
Aset visual yang akan digunakan nantinya diperoleh dari internal perusahaan. Aset yang disediakan berupa logo Capital Cove, aset visual *interior* dan *exterior* Capital Cove, serta *Computer Integrated Manufacturing* atau *template* media sosial BSD City. Penggunaan aset visual internal ini dilakukan untuk menjaga perancangan konten tetap sesuai dengan standar perusahaan.



Gambar 3.8 Sketsa Konten Instagram Feeds Capital Cove 1080 x 1350px

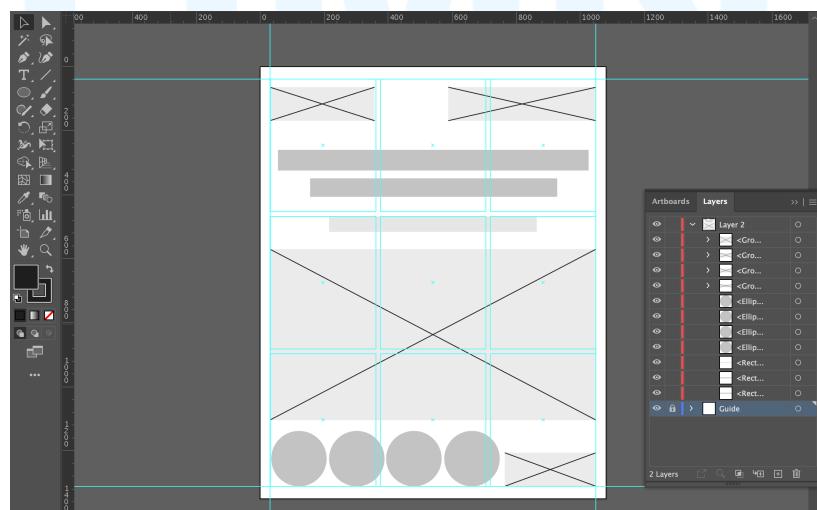
Pada tahapan awal, penulis membuat sketsa desain sebagai panduan visual sebelum perancangan digital dimulai. Penulis mulai menyusun

komposisi penempatan *template* wajib media sosial, tipografi, area visual utama, serta elemen pendukung untuk melengkapi keseluruhan desain. Sketsa tersebut menjadi acuan untuk memastikan alur informasi tersampaikan dengan efektif, serta estetika desain tetap terjaga.



Gambar 3.9 *Grid Layout* Konten Instagram Feeds Capital Cove 1080 x 1350px

Proses perancangan diawali dengan mempersiapkan *artboard* dengan dimensi  $1080 \times 1350$  px pada *software* Adobe Illustrator 2021. Ukuran ini telah disesuaikan dengan standar konten Instagram Feed dengan perbandingan dimensi 4:5. Penulis membuat panduan *layout* dan *grid* berupa *modular grid* untuk menyusun komposisi visual konten agar jarak dan tata letak setiap elemen tetap rapi.



Gambar 3.10 *Low Fidelity* Konten Instagram Feeds Capital Cove 1080 x 1350px

Penulis kemudian merancang *low fidelity* sebagai sketsa awal perancangan konten. *Low fidelity* ini akan dijadikan panduan dalam mengatur struktur dan tata letak setiap elemen desain sebelum nantinya dieksekusi saat perancangan desain final. Dengan ini, penulis dapat memastikan bahwa setiap komposisi elemen tetap seimbang dan proporsional.



Gambar 3.11 Proses Perancangan Konten Instagram Feeds Capital Cove

Dari segi konsep, konten dirancang untuk mencerminkan kesan premium, profesional, dan eksklusif untuk merepresentasikan Capital Cove sebagai proyek komersial premium untuk para investor dan pebisnis. Penulis merancang desain dengan menggunakan latar visual langit biru yang dipadukan dengan gradient biru tua dibagian atas untuk menambahkan kesan profesional dan ekslusif. Visual fasad Capital Cove juga ditambahkan dengan ukuran yang cukup besar untuk menciptakan penekanan sebagai objek utama dan merepresentasikan produk yang ingin dipromosikan. Penulis juga menempatkan *Computer Integrated Manufacturing* atau *template* wajib sosial media BSD City beserta peletakkan logo Capital Cove di sisi atas kanan desain.



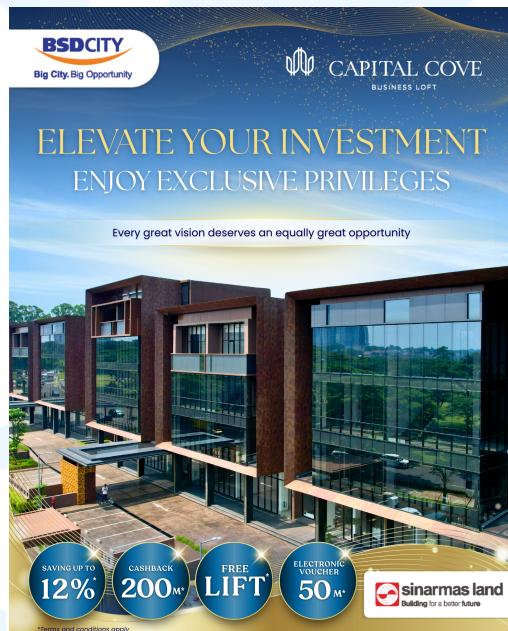
Gambar 3.12 Finalisasi Perancangan Konten Instagram Feeds Capital Cove

Penulis menempatkan *copywriting* “ELEVATE YOUR INVESTMENT” sebagai *headline* atau teks utama ditempatkan di bagian atas tengah dengan huruf kapital agar dapat langsung menarik perhatian audiens, yang kemudian dilengkapi dengan *subheadline* dengan *copywriting* “ENJOY EXCLUSIVE PRIVILEGES” yang diletakan dibagian bawah headline. Penulis juga menambahkan *copywriting* “Every great vision deserves an equally great opportunity” yang diletakkan pada *overlay* persegi panjang gradien agar lebih transparan dan tidak menganggu keterbacaan teks. Penulis menambahkan elemen *gold wave* pada bagian bawah desain untuk menambahkan kesan mewah dan elegan. Kemudian, penulis menambahkan informasi promo seperti *cashback*, *free lift*, dan *voucher* yang diletakkan pada elemen lingkaran *gradient* biru tua untuk memberi penekanan pada informasi yang tertera. Setiap elemen disusun dengan memperhatikan hierarki visual agar mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 3.13 Proses *Approval* Konten Instagram Feeds Capital Cove

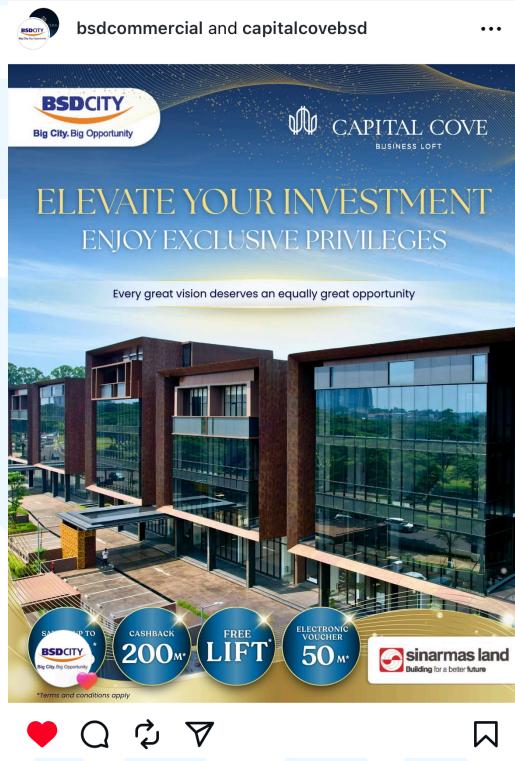
Sebelum memasuki proses approval, penulis memastikan bahwa hasil desain telah dirancang dengan mengikuti guideline visual yang telah ditetapkan. Penulis kemudian mengirimkan desain yang telah dirancang kepada *Section Head Promotion* untuk dapat direview. *Section Head Promotion* memberikan *approval* terhadap desain konten dan dilanjutkan dengan penjadwalan konten untuk dapat diunggah pada akun resmi Instagram @capitalcovebsd sesuai dengan jadwal *posting* yang telah ditetapkan.



Gambar 3.14 Desain Final Konten Instagram Feeds Capital Cove

Hasil akhir desain konten dirancang dengan perpaduan elemen desain yang disusun menjadi kesatuan visual yang mencerminkan kesan premium, profesional, dan eksklusif. Penggunaan tipografi serif, kombinasi warna premium, serta penyajian informasi promo yang jelas dirancang untuk dapat

menarik minat investor ataupun pebisnis terhadap Capital Cove sebagai kawasan komersial unggulan di BSD City. Hasil akhir desain kemudian diunggah pada akun Instagram untuk mendukung promosi yang sedang berlangsung, sekaligus meningkatkan *awareness* target audiens terhadap penawaran dan promo Capital Cove yang berlaku.



Gambar 3.15 Unggahan Konten Instagram Feeds Capital Cove

Hasil akhir desain diunggah melalui akun Instagram resmi @capitalcovebsd pada 29 Oktober 2025. Postingan ini kemudian diberlakukan *collaboration post* dengan akun instagram utama @bsdcommercial untuk mendapatkan lebih banyak *exposure*. Unggahan konten ini dilakukan sebagai aktivitas promosi proyek komersial BSD City yang bertujuan untuk mendorong ketertarikan target audiens terhadap penawaran yang sedang berlangsung.



Gambar 3.16 *Caption* Konten Instagram Feeds Capital Cove

Selain merancang konten visual, penulis juga bertanggung jawab dalam menyusun *caption* yang digunakan pada unggahan Instagram. Penulis merangkai *caption* sesuai dengan informasi yang dimuat pada konten, sehingga informasi promo dapat tersampaikan dengan jelas dan mendetil. Penyusunan *caption* juga disesuaikan dengan karakteristik target audiens dan gaya komunikasi yang telah digunakan sebelumnya untuk menjaga konsistensi identitas *brand*, sekaligus memperkuat pesan yang disampaikan.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain bertanggung jawab untuk mengerjakan tugas utama, penulis juga bertanggung jawab beberapa proyek tambahan lainnya yang mendukung kegiatan promosi proyek komersial BSD City. Tugas-tugas ini mencakup perancangan *motion graphic* untuk keperluan promosi proyek komersial Taman Tekno X, perancangan desain Instagram *Story* untuk Apartemen Casa de Parco, perancangan materi WhatsApp *Blast* yang digunakan untuk penyebaran informasi promo, serta perancangan desain visual untuk kebutuhan acara yang

dipublikasikan melalui akun Instagram utama @bsdcommercial. Seluruh proses perancangan turut disesuaikan dengan alur kerja perusahaan, yang diawali dari penerimaan brief, pengembangan konsep desain, eksekusi desain, proses *approval* hingga finalisasi dan publikasi desain.

### 3.3.2.1 Proyek *Motion Graphic* Taman Tekno X

Pada proyek tambahan pertama, penulis juga turut berperan dalam mengelola akun Instagram resmi dari salah satu proyek komersial BSD, yaitu Taman Tekno X dengan *username* Instagram @tamanteknoxbsd. Penulis juga diberi arahan untuk merancang *motion graphic* sebagai materi promosi proyek komersial ini. *Motion graphic* yang akan dirancang bertujuan untuk mempromosikan keunggulan dari produk komersial Taman Tekno X.



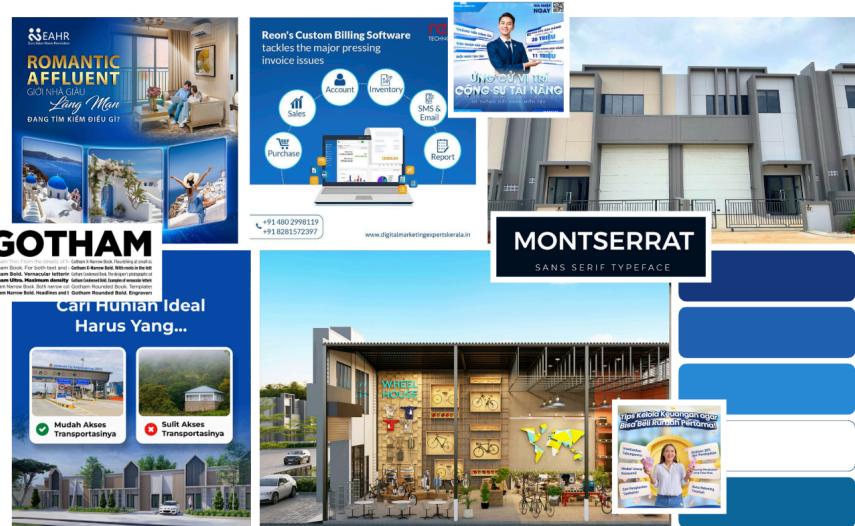
Gambar 3.17 Brief *Motion Graphic* Taman Tekno X

Proses pengerjaan dimulai dari penerimaan *brief* yang disampaikan oleh *Section Head Promotion* melalui WhatsApp. Permintaan desain *motion graphic* ini didasari oleh kebutuhan media promosi yang dinamis untuk meningkatkan *engagement* di Instagram Reels. Dalam perancangan *motion graphic* ini, penulis diminta untuk mengeksplor gaya visual yang sesuai dengan karakteristik proyek komersial.

Tabel 3.3 Tabel *Brief Motion Graphic* Taman Tekno X

Nama Proyek	Taman Tekno X
Kebutuhan Proyek	<i>Motion Graphic</i>
Ukuran Desain	1080 x 1920 px (9:16)
Platform Publikasi	Instagram Reel
Tujuan Proyek	Menyampaikan informasi <i>USP</i> dengan visual bergerak yang dapat meningkatkan <i>engagement</i> .

Tabel di atas berupa penjabaran *brief* yang diberikan kepada penulis. Tabel ini mencakup *detail* kebutuhan perancangan *motion graphic* untuk Instagram Taman Tekno X. Informasi tersebut mencakup jenis konten, ukuran, serta tujuan yang ingin dicapai sehingga penulis dapat memahami ekspektasi konten dengan jelas.



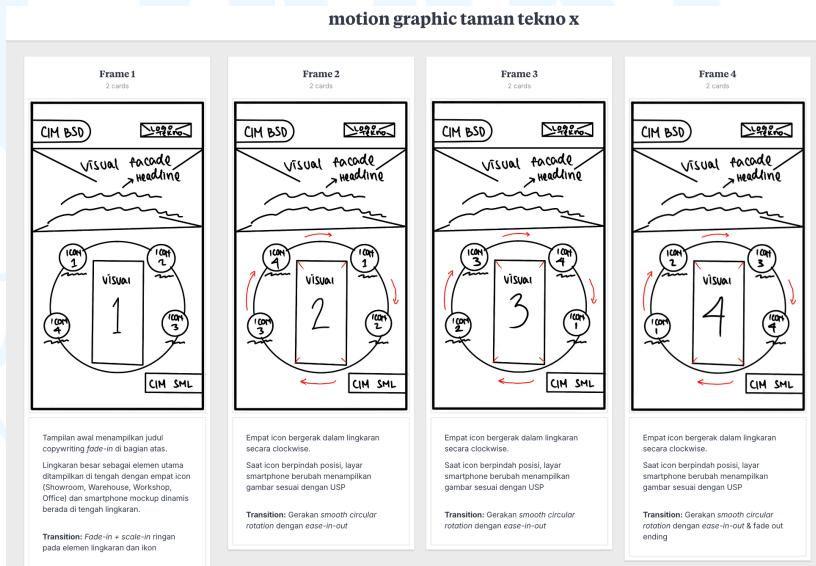
Gambar 3.18 *Moodboard* Perancangan *Motion Graphic* Taman Tekno X

Penulis melakukan eksplorasi untuk menentukan konsep awal dengan mengumpulkan referensi dan membuat *moodboard* untuk menyatukan ide dan konsep perancangan. Visual yang ini ditekankan pada perancangan ini didasari dengan gaya *modern corporate* dengan paduan beberapa ikon untuk menonjolkan keunggulan dari produk. *Moodboard* yang dirancang membantu penulis untuk menentukan desain visual, *layout*, *font*, dan kombinasi warna yang nantinya akan diimplementasikan ke desain konten.



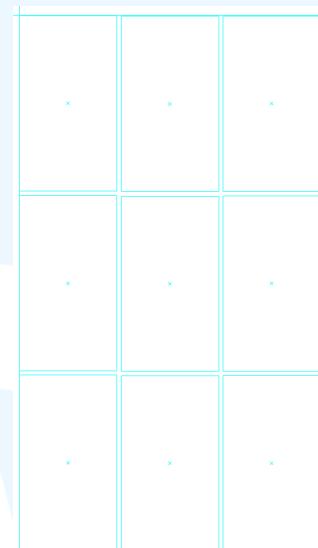
Gambar 3.19 Elemen Visual Perancangan *Motion Graphic* Taman Tekno X

Dalam perancangan *motion*, penulis menggunakan tipografi sans serif yang mencakup dua *typeface*, yaitu *typeface* Gotham dan Montserrat. Kedua *typeface* ini dipilih untuk menjadi tipografi pada *headline* dan *body text* karena keduanya memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan dapat mencerminkan kesan modern. Penulis menggunakan warna yang didominasi dengan tone biru dan putih untuk memberikan kesan bersih dan profesional (Handayani dkk., 2025). Beberapa aset juga digunakan seperti ikon-ikon yang merepresentasikan *USP* dan penggunaan visual yang berasal dari dokumentasi internal maupun aset foto berlisensi.



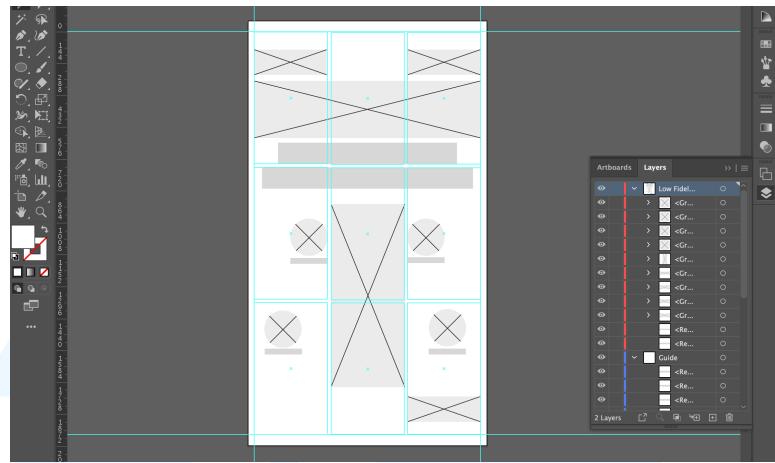
Gambar 3.20 *Storyboard Motion Graphic* Taman Tekno X

Di tahap awal, penulis merancang *storyboard* untuk membuat perencanaan dan memvisualisasikan komposisi dan arah pergerakan *motion*. Penulis membuat sketsa mengenai komposisi penempatan setiap elemen, mulai dari *headline* dan *copy*, visual utama, serta elemen pendukung. Penulis juga menyusun alur pergerakan elemen lingkaran yang berisikan ikon kategori usaha dan akan bergerak memutar searah jarum jam di sepanjang lingkaran dan terdapat visual ponsel yang berubah mengikuti rotasi tersebut. Melalui penyusunan *storyboard* ini, penulis mendapat visualisasi mengenai alur *motion*, seperti arah gerak, ritme animasi, dan kesinambungan antar elemen untuk nantinya dieksekusi secara digital.



Gambar 3.21 *Grid Layout Motion Graphic* Taman Tekno X

Penulis melanjutkan perancangan dengan mempersiapkan *artboard* pada *software* Adobe Illustrator 2021 dengan dimensi  $1080 \times 1920$  px. Ukuran ini dibuat dengan perbandingan dimensi 16:9 atau sesuai dengan format ukuran Instagram *Reels*. *Grid* dibuat sebagai *guideline* ketika melakukan perancangan visual agar komposisi setiap elemen dapat disusun secara terstruktur.



Gambar 3.22 *Low Fidelity Motion Graphic* Taman Tekno X

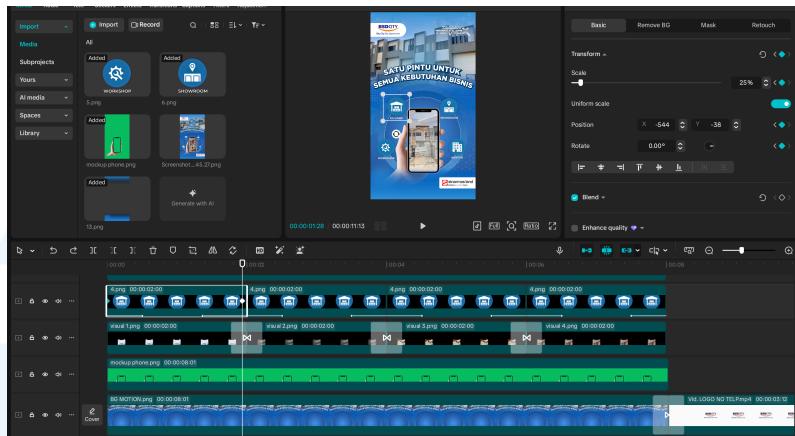
Penulis mengawali tahapan digitalisasi dengan merancang *low fidelity layout*. *Low fidelity* ini akan dijadikan panduan nyata penempatan elemen yang akan ditempatkan pada visual desain. Tahapan ini membantu penulis dalam memvisualisasikan hasil sketsa yang telah dibuat sebelumnya saat pembuatan *storyboard*.



Gambar 3.23 Proses Perancangan Desain Visual Taman Tekno X

Penulis mengawali perancangan dengan membuat desain *background* menggunakan *software* Adobe Illustrator 2021. Dalam tahapan ini, penulis merancang aset visual yang dibutuhkan seperti *button* lingkaran, tipografi *headline*, ikon, dan *layouting* visual utama fasad. Perancangan visual statis ini dibuat dengan memperhatikan komposisi setiap elemen seimbang dan tidak menganggu pergerakan elemen pada tahap selanjutnya. Penulis juga menempatkan *Computer*

*Integrated Manufacturing* atau *template* wajib sosial media BSD City beserta peletakan logo Taman Tekno X pada sisi atas kanan.



Gambar 3.24 Proses Animasi *Motion Graphic* Taman Tekno X

Penulis kemudian menggunakan *software* CapCut PC untuk melanjutkan desain ke tahap animasi. Penulis menyertakan desain statis yang telah di buat dalam *maintrack* dan menempatkan aset-aset visual lainnya dalam bentuk *overlay*. Penulis mulai mengatur *keyframe* dan transisi pada elemen lingkaran yang berisi kategori usaha (*showroom*, gudang, kantor, *workshop*) yang dianimasikan berputar dengan ritme yang stabil untuk menghighlight *USP* Taman Tekno X sebagai gudang multifungsi. Sementara, penambahan *mockup smartphone* diletakkan di bagian bawah tengah untuk menampilkan visual yang merepresentasikan fungsi unit yang dapat digunakan untuk berbagai jenis usaha.



Gambar 3.25 Finalisasi Perancangan *Motion Graphic* Taman Tekno X

Penulis menempatkan *copywriting* “SATU PINTU UNTUK SEMUA KEBUTUHAN BISNIS” sebagai *headline* di bagian atas tengah dengan huruf kapital untuk menarik perhatian utama audiens. Penulis kemudian menambahkan pergerakan melingkar searah jarum

pada lingkaran dengan ikon yang menampilkan opsi fungsi Taman Tekno X. Penulis menyusun setiap elemen visual dan animasi sesuai dengan alur *storyboard* yang telah ditetapkan sebelumnya. Penulis juga membuat animasi pada visual gambar yang terdapat pada *handphone*.

Perancangan ini dibuat dengan memastikan bahwa setiap ritme animasi dapat berjalan dengan konsisten dan serasi. Penulis juga mempertimbangkan pembagian *framing* masing-masing berdurasi 2,5 detik per *framing* agar perpindahan antar *scene* tidak terlalu lambat, sehingga penonton tetap terjaga perhatiannya selama video berlangsung. Total durasi *motion graphic* adalah 13 detik, dengan empat *framing* utama yang masing-masing berdurasi 2,5 detik, dan penambahan template penutup video resmi BSD City yang berdurasi 3 detik. Motion ini dibuat untuk mempromosikan keunggulan Taman Tekno X sebagai ruang yang memiliki fleksibilitas pemakaian atau multifungsi.



Gambar 3.26 Proses *Approval* Konten *Motion Graphic* Taman Tekno X

Dalam tahapan *approval*, penulis mengirimkan hasil perancangan *motion graphic* kepada *Section Head Promotion*. Desain yang dikirimkan kemudian direview dan mendapat persetujuan dari *Section Head Promotion*, tanpa adanya revisi. Materi *motion graphic* yang telah disetujui kemudian dijadwalkan untuk dipublikasi pada akun resmi Instagram @tamanteknoxbsd sesuai dengan jadwal *posting* yang telah ditentukan.



Gambar 3.27 Desain Final *Motion Graphic* Taman Tekno X

Hasil akhir perancangan *motion graphic* ini mencerminkan gaya visual modern dan informatif. Perpaduan *headline*, elemen lingkaran dengan ikon, dan visual *smartphone* dirancang untuk menekankan fleksibilitas ruang yang ditawarkan oleh Taman Tekno X. Penyajian informasi melalui *motion* ini dilakukan untuk memperkuat nilai promosi dari komersial Taman Tekno X sebagai gudang multifungsi, sekaligus menarik perhatian target audiens dengan konten yang dinamis.



Gambar 3.28 Unggahan Konten *Motion Graphic* Taman Tekno X

Desain final yang telah disetujui kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram resmi @tamanteknoxbsd pada 9 Juli 2025. Unggahan ini juga melakukan *collaboration post* dengan akun instagram utama @bsdcommercial untuk mendapatkan jangkauan audiens yang lebih luas. Konten ini juga bertujuan untuk meningkatkan *awareness* audiens mengenai salah satu USP Taman Tekno X yang merupakan ruang multifungsi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis.



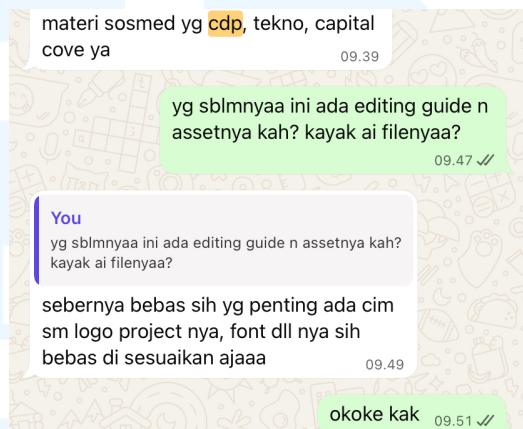
Gambar 3.29 *Caption Konten Motion Graphic* Taman Tekno X

Penulis juga berperan dalam penyusunan *caption* pada unggahan *motion graphic* Taman Tekno X. Caption dirangkai dengan informatif mengenai fungsi ruang dan keunggulan lainnya yang ditawarkan. Penyusunan caption ini dilakukan untuk mendukung visualisasi unggahan agar pesan promosi dapat tersampaikan secara efektif.

### 3.3.2.2 Proyek Materi Instagram Story Casa de Parco

Pada proyek tambahan kedua, penulis turut bertanggung jawab dalam mengelola akun Instagram resmi dari proyek apartemen Casa de Parco dengan *username* Instagram @casadeparcoapartment. Penulis juga

berkesempatan untuk merancang materi Instagram Story untuk mendukung kebutuhan promosi. Dalam proses perancangan, penulis berperan aktif atas seluruh proses kreatif, mulai dari penyusunan konsep, penentuan *copywriting*, perancangan visual, hingga finalisasi materi untuk diunggah.



Gambar 3.30 Brief Materi Instagram Story Casa de Parco

*Brief* penggeraan disampaikan melalui WhatsApp oleh *Section Head Promotion*. Materi Instagram Story merupakan salah satu kebutuhan promosi untuk proyek apartemen yang berada dibawah naungan BSD *Commercial*. Penulis juga diberi kebebasan dalam menentukan konsep dan gaya visual untuk materi Instagram Story Casa de Parco ini.

Tabel 3.4 Tabel Brief Materi Instagram Story Casa de Parco

Nama Proyek	Casa de Parco
Kebutuhan Proyek	Materi Instagram Story
Ukuran Desain	1080 x 1920 px (9:16)
Platform Publikasi	Instagram Story
Tujuan Proyek	Menyampaikan informasi <i>USP</i> secara ringkas dan menarik.

Penulis merangkum rincian *brief* terkait pembuatan materi Instagram Story Casa de Parco pada tabel di atas. Penjabaran informasi dapat membantu penulis dalam menentukan gaya visual sesuai dengan kebutuhan platform dan tujuan komunikasi. Dengan rincian *brief* yang

terstruktur, penulis dapat mengembangkan visual yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.



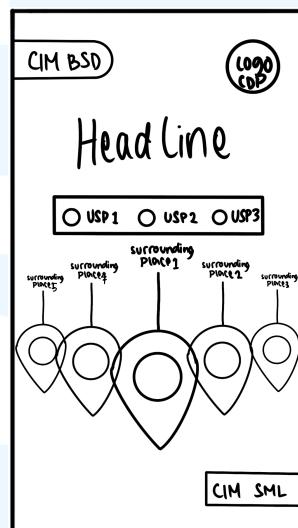
Gambar 3.31 *Moodboard* Perancangan Materi Instagram *Story* Casa de Parco

Sebagai proses perancangan, penulis melakukan eksplorasi desain dengan mengumpulkan referensi desain. Proses kreatif dilakukan penulis dengan menyusun konsep visual dan mengumpulkan referensi kedalam *moodboard*. Penulis mengumpulkan referensi desain yang memiliki gaya visual modern sesuai dengan karakteristik Casa de Parco, yaitu *modern living*. *Moodboard* yang telah disusun dapat membantu penulis dalam menentukan tone desain, visual, tipografi, dan eksekusi desain.



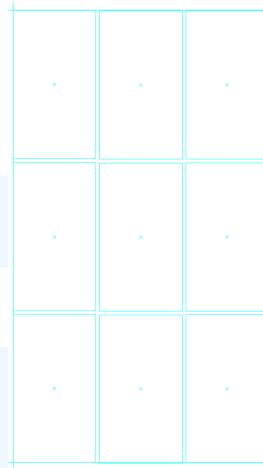
Gambar 3.32 Elemen Visual Perancangan Materi Instagram *Story* Casa de Parco

Penulis menggunakan perpaduan *typeface* serif yaitu PT Serif dan *typeface* script berupa Jimmy Script untuk tipografi *headline* pada perancangan desain untuk mencerminkan kesan modern dan hangat. Untuk mendukung visual desain, penulis menggunakan *typeface* Poppins sebagai *body text* karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Kombinasi warna yang digunakan pada visual ini merupakan perpaduan warna hijau muda dan aksen emas sebagai warna pendukung. Penulis juga akan menggunakan aset visual lainnya seperti logo Casa de Parco, beberapa ikon untuk merepresentasikan USP, serta aset foto dari dokumentasi internal.



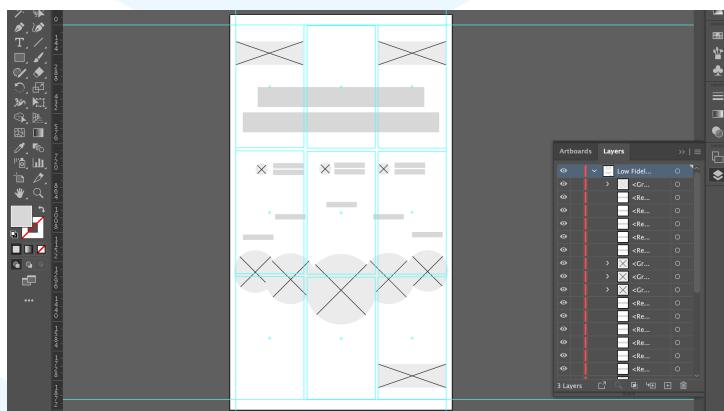
Gambar 3.33 Sketsa Perancangan Materi Instagram Story Casa de Parco

Penulis mengawali perancangan dengan membuat sketsa kasar untuk menjadi gambaran awal komposisi desain yang akan dirancang. Sketsa dibuat untuk menentukan peletakan tipografi *headline*, *USP*, penempatan ilustrasi, serta template wajib media sosial yang telah ditetapkan. Penulis juga mengeksplor gaya visual yang ini dirancang menggunakan sketsa kasar ini sehingga keseluruhan desain nantinya dapat didigitalisasi dengan lebih terstruktur.



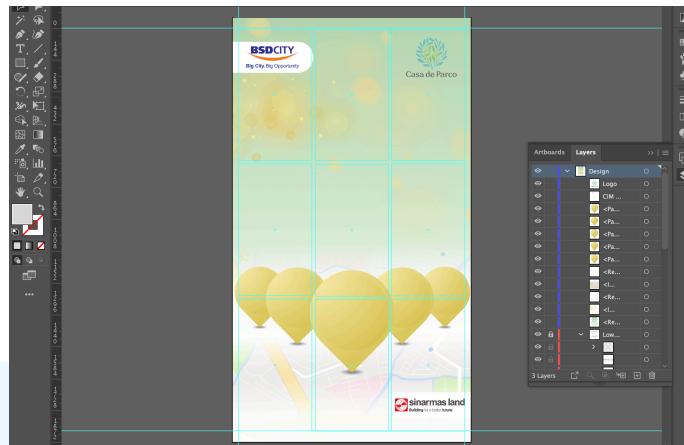
Gambar 3.34 *Grid Layout* Perancangan Materi Instagram Story Casa de Parco

Penulis memulai proses digitalisasi dengan menyusun *grid layout* pada *artboard* dengan dimensi  $1080 \times 1920$  px. Penulis menggunakan aplikasi *software* Adobe Illustrator 2021 untuk proses digitalisasi. *Grid* digunakan sebagai *guideline* dalam menentukan penempatan elemen berada di area yang aman untuk Instagram Story dan menjaga hierarki informasi yang akan disampaikan.



Gambar 3.35 *Low Fidelity* Perancangan Materi Instagram Story Casa de Parco

Penulis melanjutkan proses digitalisasi dengan merancang *low fidelity layout*. *Low fidelity* ini akan dijadikan panduan dalam mengatur struktur dan tata letak setiap elemen desain sebelum nantinya dieksekusi saat perancangan desain final. Dengan ini, penulis dapat memastikan bahwa setiap komposisi elemen tetap seimbang dan proporsional.



Gambar 3.36 Proses Perancangan Materi Instagram Story Casa de Parco

Penulis mulai memasuki perancangan digital dengan menempatkan *Computer Integrated Manufacturing* sebagai *template* wajib sosial media BSD City dan logo Casa de Parco pada sisi atas kanan. Penulis juga mengatur penempatan visual peta dan aset *bokeh* untuk latar desain. Selain itu, penulis juga merancang bentuk *pinpoint* dengan aksen warna emas dan menyusun penempatan *pinpoint* secara repetitif pada desain.



Gambar 3.37 Finalisasi Perancangan Materi Instagram Story Casa de Parco

Penulis kemudian menambahkan *copywriting headline* yaitu “*Connected Living, Desgined Around You*” pada bagian atas tengah desain, serta menyesuaikan ukuran *font* agar memiliki keterbacaan yang baik. Penulis juga mengatur komposisi ikon, menambahkan *copy* singkat sebagai informasi pendukung ikon, serta menambahkan elemen grafis persegi panjang pada bagian belakang ikon dan teks untuk membentuk

sebuah *button*. Perancangan dilanjutkan dengan menambahkan aset foto fasilitas sekitar Casa de Parco pada elemen *pinpoint* yang telah dibuat dan diikuti dengan menyertakan teks berisikan deskripsi tempat yang dimaksud dari foto fasilitas tersebut. Penulis kemudian memastikan bahwa keseluruhan elemen menyatu untuk membentuk sebuah visual yang *modern*, *clean*, dan terstruktur.



Gambar 3.38 Proses *Approval* Materi Instagram *Story* Casa de Parco

Setelah desain difinalisasi, penulis segera mengirimkan hasil perancangan kepada *Section Head Promotion* untuk dapat di *review*. *Section Head Promotion* memberikan *approval* terhadap hasil perancangan materi Instagram Story Casa de Parco. Materi yang telah setuju kemudian akan dipublikasi pada media sosial Instagram @casadeparcoapartment.



Gambar 3.39 Desain Final Materi Instagram *Story* Casa de Parco

Hasil akhir perancangan menampilkan kombinasi dari tipografi yang hangat, penggunaan warna hijau muda yang lembut, serta penambahan aksen emas yang hangat. Perancangan ini juga menekankan keunggulan hunian Casa de Parco yang berada di lokasi strategis dan berada di dekat pusat gaya hidup. Visual fasilitas sekitar ditampilkan untuk menggambarkan kenyamanan tinggal di Casa de Parco sebagai wilayah yang terintegrasi. Seluruh elemen visual dipadukan untuk menampilkan rancangan desain yang mudah di pahami untuk target audiens yang dituju.

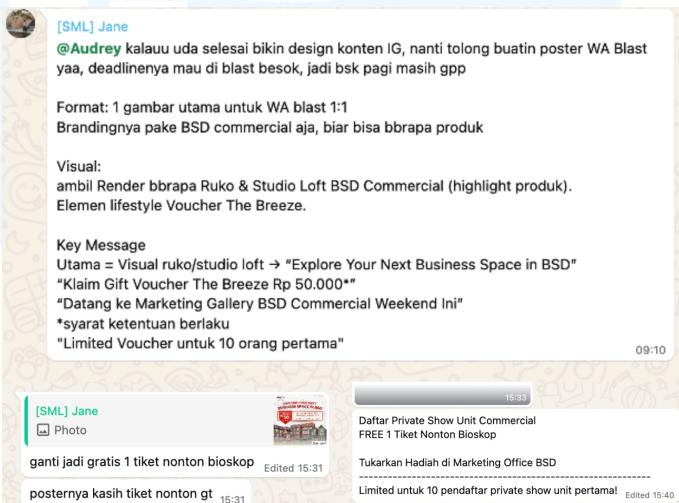


Gambar 3.40 Unggahan Konten Materi Instagram *Story* Casa de Parco

Materi desain Instagram *Story* yang telah disetujui diunggah melalui akun Instagram resmi @casadeparcoapartment. Konten ini dirancang dan diunggah untuk meningkatkan *awareness* target audiens mengenai keunggulan tinggal di Casa de Parco sebagai bagian dari BSD City yang terintegrasi. Materi ini diunggah ke Instagram *Story* sebagai bentuk penyampaian informasi secara cepat dan meluas kepada audiens.

### 3.3.2.3 Proyek Materi WhatsApp Blast Private Consultation

Pada proyek tambahan ketiga, penulis berperan dalam perancangan materi promosi WhatsApp *blast* yang seringkali digunakan oleh BSD *Commercial* dalam menyebarkan informasi kepada *agent* dan *client*. Perancangan materi WhatsApp *blast* ini dirancang dengan lebih sederhana tetapi dapat menyampaikan pesan secara langung atau *direct*. Penulis harus memastikan bahwa desain yang dihasilkan memiliki tingkat penyampaian informasi yang tinggi agar pesan dapat diterima oleh audiens secara efektif.



Gambar 3.41 Brief Materi WhatsApp Blast Private Consultation

Penulis menerima *brief* melalui WhatsApp yang diberikan oleh *Supervisor Promotion*. *Brief* yang diterima berupa *copywriting*, *detail* penawaran, dan konsep *visual*. *Brief* tersebut menjadi pedoman bagi penulis untuk menentukan hierarki visual dan alur informasi, serta penulis kembangkan untuk dapat dirancang lebih lanjut.

Tabel 3.5 Tabel Brief Materi WhatsApp Blast Private Consultation

Nama Proyek	Commercial BSD
Kebutuhan Proyek	Materi <i>Private Consultation</i> , <i>Free</i> Tiket Bioskop
Ukuran Desain	1080 x 1080 px (1:1)
Platform Publikasi	WhatsApp <i>Broadcast</i>

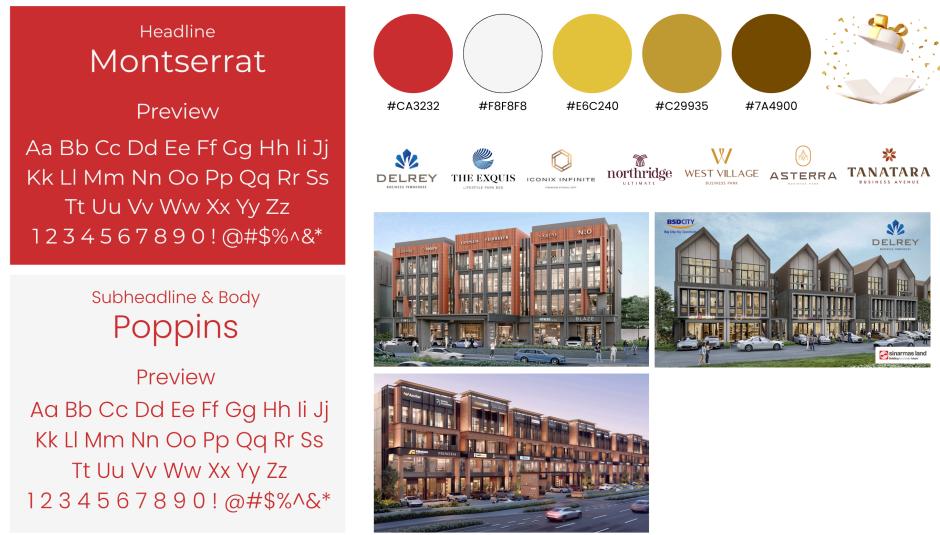
Tujuan Proyek	Menyampaikan informasi program secara langsung kepada <i>database leads</i>
---------------	---

Tabel di atas berisikan rangkuman kebutuhan *brief* untuk pembuatan materi WhatsApp *Blast* terkait program *Private Consulting* dengan penawaran *free* tiket bioskop. Detail yang dicantumkan dapat membantu penulis untuk menyesuaikan perancangan format distribusi yang bersifat *direct communication*. Dengan *brief* tersebut, penulis dapat menyusun materi yang jelas, ringkas, dan efektif.



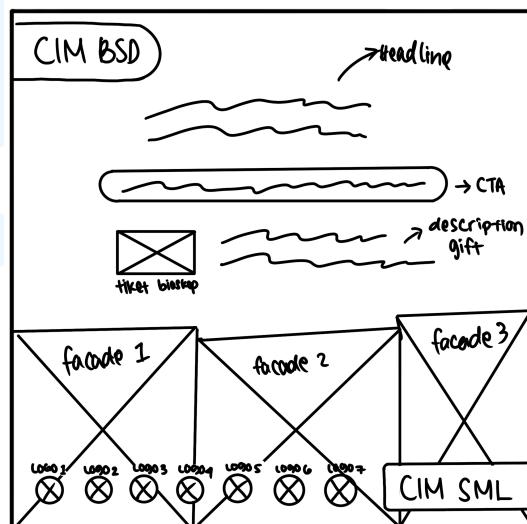
Gambar 3.42 Moodboard Perancangan Materi WhatsApp Blast Private Consultation

Penulis memulai perancangan dengan menyusun konsep awal dan melakukan eksplorasi desain dengan mengumpulkan referensi visual. Penulis kemudian membuat *moodboard* untuk menyatukan referensi visual yang sudah ditentukan, seperti gaya visual, komposisi paduan warna, dan elemen visual yang sesuai dengan *branding* BSD *Commercial*. Penulis juga menentukan konsep visual yang mencerminkan nilai profesional dan ekslusif untuk menekankan *rewarding* tiket bioskop gratis yang akan didapatkan.



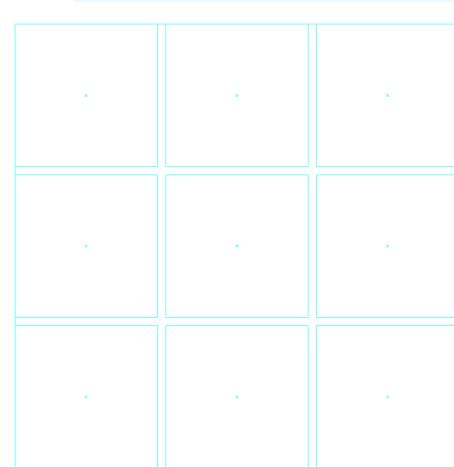
Gambar 3.43 Elemen Visual Perancangan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Pada perancangan desain, penulis menggunakan *typeface* Monsterrat sebagai headline karena bentuk huruf yang tegas dan mudah dibaca. Penulis juga menggunakan *typeface* Poppins untuk teks pendukung karena memiliki karakteristik yang modern dan tingkat keterbacaan yang tinggi. Kombinasi warna yang digunakan pada desain ini merupakan perpaduan warna merah, putih, dan aksen emas. Selain itu, penulis juga mengumpulkan aset visual yang akan digunakan seperti aset berlisensi berupa kotak hadiah, logo proyek komersial, dan aset foto fasad komersial.



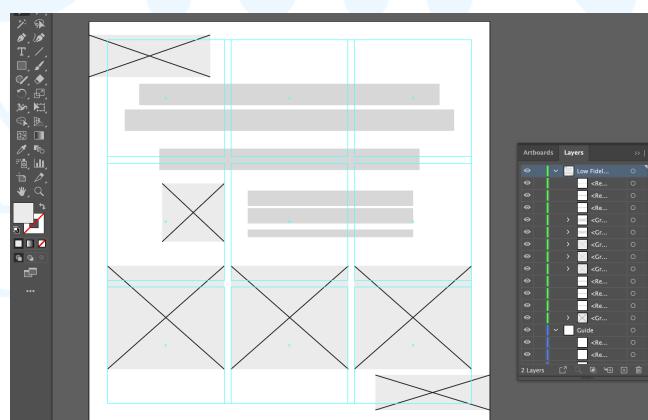
Gambar 3.44 Sketsa Perancangan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Penulis membuat sketsa kasar untuk mengawali proses perancangan desain. Sketsa ini menjadi gambaran untuk penulis saat menentukan *placement* dan komposisi elemen yang ingin dipakai. Penulis membuat sketsa dalam menentukan posisi *headline*, *CTA*, informasi penawaran, elemen hadiah dan tiket, serta peletakkan *visual* fasad dan logo proyek. Sketsa ini membantu memberikan arahan dan pedoman dalam proses digitalisasi agar lebih terstruktur.



Gambar 3.45 *Grid Layout* Perancangan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator 2021 untuk membuat *artboard* dengan dimensi  $1080 \times 1080$  px. Penulis juga membuat *grid* untuk menjadi *guideline* dalam mengatur proporsi dan keseimbangan elemen visual. *Grid* ini juga digunakan untuk menjaga konsistensi dan hierarki tiap elemen agar dapat membentuk visual yang menarik dan informatif.



Gambar 3.46 *Low Fidelity* Perancangan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Penulis kemudian membuat desain *low fidelity* sebagai gambaran dalam tahapan awal digitalisasi untuk menentukan tata letak elemen yang sesungguhnya. Tahapan ini membantu penulis dalam memastikan komposisi *headline* mudah dilihat dan penawaran tiket bioskop dapat tersampaikan dengan efektif. Perancangan *low fidelity* ini berfokus pada penentuan alur informasi dan komposisi desain secara menyeluruh.



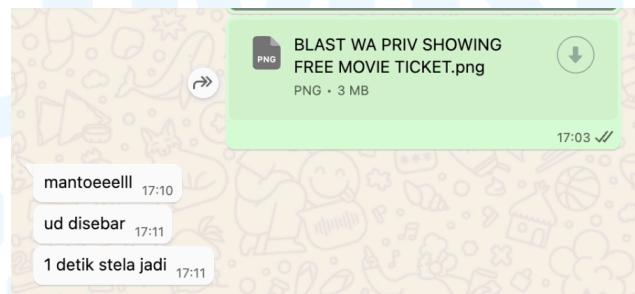
Gambar 3.47 Proses Perancangan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Penulis melanjutkan tahapan perancangan digital dengan menempatkan *copywriting headline* “MASIH BINGUNG TEMPAT USAHA MANA YANG COCOK UNTUK BISNIS KAMU?” dibagian tengah atas desain, serta menyesuaikan ukuran dan ketebalan *font*. Penulis juga menempatkan *Computer Integrated Manufacturing* atau *template* wajib sosial media pada desain. Penulis kemudian mengatur penempatan visual fasad-fasad proyek komersial pada bagian bawah desain dan menempatkannya berdekatan untuk membentuk kesan *multifacade*. Penulis juga merancang *button* berwarna emas dan tiket bioskop yang ditempatkan di dalam asset kotak kado berlisensi. Kombinasi warna putih, merah, dan aksen emas disesuaikan untuk membentuk sebuah keseimbangan dan keharmonisan antar elemen. Keseluruhan desain dirancang untuk membentuk gaya visual yang mencerminkan kesan profesional dan modern.



Gambar 3.48 Finalisasi Perancangan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Penulis kemudian menambahkan *copywriting CTA* yaitu “*DAFTAR PRIVATE CONSULTATION SEKARANG!*” pada button emas yang ditempatkan dibawah *headline*. Penulis juga menambahkan *copywriting* informasi penawaran berupa “*DAPATKAN FREE 2 TIKET BIOSKOP*” di sebelah elemen kotak hadiah. Penulis memastikan bahwa setiap elemen disusun dengan menerapkan prinsip visual *balance*, serta memastikan efektivitas hierarki visual yang diterapkan pada desain. Hasil akhir desain menampilkan kesatuan visual yang *clean, modern*, dan informatif dan sesuai dengan branding *BSD Commercial*.



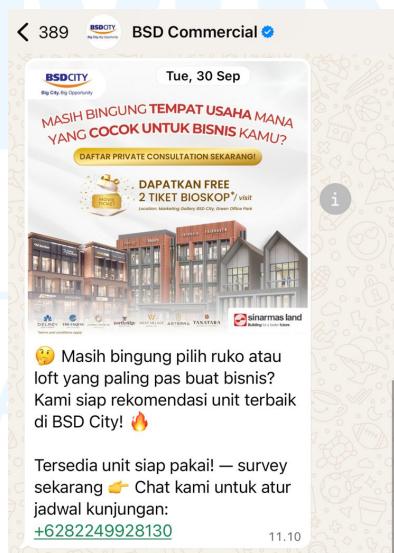
Gambar 3.49 Proses *Approval* Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Hasil final desain kemudian dikirimkan kembali ke *Supervisor Promotion* untuk dapat direview. Materi desain yang telah dirancang kemudian mendapatkan *approval* dari Supervisor Promotion. Materi ini juga langsung dipublikasi melalui platform WhatsApp.



Gambar 3.50 Desain Final Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Hasil akhir desain menampilkan *headline* yang dominan dan kontras untuk menarik perhatian audiens. Penerapan kombinasi elemen visual yang menampilkan tipografi yang tegas dengan paduan aset visual yang tergolong cukup meriah membuat materi ini menarik perhatian audiens. Logo proyek komersial ditempatkan sejajar di bagian bawah untuk menjadi elemen pendukung yang tidak mengalihkan fokus utama desain. Keseluruhan desain mencerminkan gaya visual yang profesional untuk menyampaikan penawaran mengenai *private consultation*.



Gambar 3.51 Unggahan Materi WhatsApp *Blast Private Consultation*

Hasil desain WhatsApp *blast* yang telah disetujui kemudian dipublikasi melalui platform WhatsApp resmi BSD *Commercial*. Materi ini dirancang untuk disebarluaskan secara langsung kepada *agent* dan *client* sebagai calon pembeli untuk meningkatkan ketertarikan audiens mengenai *private consultation*. Penyebaran informasi melalui WhatsApp dilakukan secara langsung kepada *database leads* yang dimiliki oleh perusahaan.

### 3.3.2.4 Proyek Materi Desain Acara The Loop *Test Drive MG*

Pada proyek tambahan keempat, penulis berperan dalam pembuatan materi promosi acara *test drive* MG yang diselenggarakan di kawasan komersial The Loop BSD. Penulis ditugaskan untuk membuat materi untuk kebutuhan publikasi acara sekaligus promosi kawasan The Loop. penulis bertanggung jawab atas seluruh proses kreatif perancangan, seperti penyusunan konsep, penentuan *copywriting*, perancangan visual, hingga finalisasi materi yang mencerminkan visual yang profesional dan informatif.



Gambar 3.52 *Brief* Materi Desain Acara The Loop *Test Drive MG*

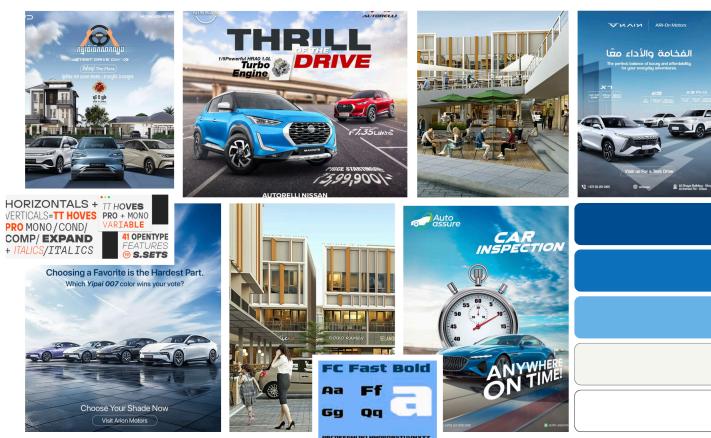
*Brief* disampaikan kepada penulis melalui WhatsApp oleh salah satu staf *promotion*. *Brief* berisikan informasi mengenai jadwal acara

serta *refreshment* dan *gimmick* yang akan dibawakan pada acara tersebut. Penulis kemudian dibebaskan untuk mengeksplorasi gaya visual desain untuk poster acara tersebut.

Tabel 3.6 Tabel *Brief* Materi Desain Acara The Loop *Test Drive* MG

Nama Proyek	<i>Test Drive MG x The Loop</i>
Kebutuhan Proyek	Materi Instagram <i>Feed</i>
Ukuran Desain	1080 x 1350 px (4:5)
Platform Publikasi	Instagram <i>Feed</i>
Tujuan Proyek	Menyampaikan jadwal acara dan meningkatkan <i>awareness</i> publik.

Tabel di atas mencakup ringkasan *brief* terkait pembuatan materi promosi acara *test drive* MG di kawasan komersial The Loop. Informasi yang dijabarkan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kebutuhan visual, *platform* distribusi, serta tujuan yang ingin dicapai melalui materi tersebut. Dengan penjabaran *brief* yang terstruktur, penulis dapat mengeksekusi desain sesuai dengan kebutuhan yang diminta.



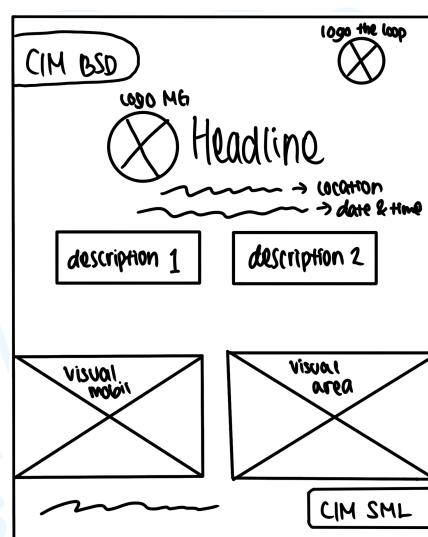
Gambar 3.53 *Moodboard* Perancangan Materi Desain Acara The Loop *Test Drive*

Penulis mengawali proses perancangan dengan mengumpulkan referensi visual yang kemudian disatukan kedalam *moodboard*. Penulis mencari referensi gaya visual serta komposisi desain yang mengangkat tentang otomotif. Perancangan *moodboard* ini membantu penulis dalam menentukan gaya visual desain yang cenderung *modern* dan *energetic*.



Gambar 3.54 Elemen Visual Perancangan Materi Desain Acara The Loop Test Drive

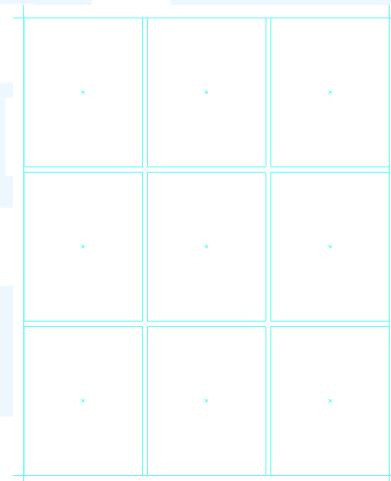
Dalam penerapan tipografi, penulis menggunakan kombinasi *typeface* FC Fast sebagai *headline* untuk memberikan kesan yang *bold* dan *typeface* TT Hoves untuk *subheadline* dan *body text* yang mencerminkan kesan modern dan mudah dibaca. Desain yang akan dirancang menggunakan perpaduan warna biru dan putih untuk menekankan kesan futuristik. Penulis juga akan menggunakan aset visual lainnya seperti logo The Loop, logo MG, visual kawasan komersial dan mobil MG4 EV.



Gambar 3.55 Sketsa Perancangan Materi Desain Acara The Loop Test Drive MG

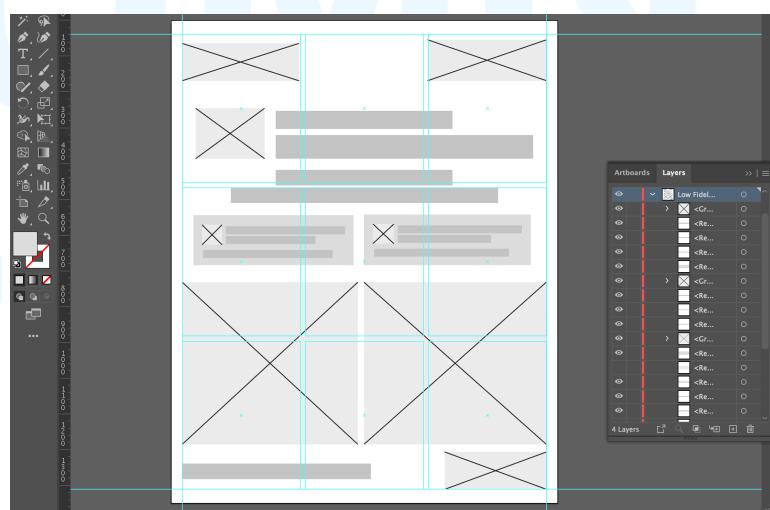
Pada tahapan awal perancangan, penulis membuat sketsa kasar untuk menjadi gambaran mengenai visual yang akan dirancang. Sketsa

dibuat dengan menyusun penempatan *headline*, informasi, posisi logo, serta penempatan aset visual mobil dan kawasan komersial. Sketsa ini membantu penulis dalam mempersiapkan struktur *layout* desain dan keseimbangan elemen sebelum nantinya di eksekusi secara digital. Sketsa yang telah dirancang akan digunakan sebagai pedoman dalam proses digitalisasi desain.



Gambar 3.56 *Grid Layout* Perancangan Materi Desain Acara The Loop Test Drive

Penulis kemudian membuat *artboard* dengan dimensi  $1080 \times 1350$  px atau 4:5 dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator 2021. Penulis juga membuat *grid* sebagai *guideline* dalam penyusunan elemen visual. *Grid* ini akan membantu penulis dalam menjaga keteraturan jarak antar elemen dan menyusun komposisi *layout* dengan lebih terstruktur.



Gambar 3.57 *Low Fidelity* Perancangan Materi Desain Acara The Loop Test Drive

Penulis melanjutkan proses perancangan dengan merancang desain yang bersifat *low fidelity*. Tahapan ini membantu penulis dalam mendapatkan gambaran awal mengenai rancangan penyusunan *layout* secara sederhana. Perancangan *low fidelity* bertujuan untuk memastikan hierarki visual dapat disusun dengan efektif.



Gambar 3.58 Proses Perancangan Materi Desain Acara The Loop *Test Drive* MG

Penulis kemudian melanjutkan tahapan digitalisasi dengan menempatkan *Computer Integrated Manufacturing* yang merupakan *template* wajib sosial media BSD City dan logo The Loop pada sisi atas kanan. Penulis juga memasukkan logo MG beserta *headline* “*Fresh Morning Test Drive*” yang memadukan *typeface* FC Fast Bold dan TT Hover dengan ukuran yang cukup dominan. Penulis juga menempatkan visual MG4 EV pada bagian bawah untuk merepresentasikan produk MG yang akan dipasarkan selama acara. Penulis merancang bentuk *parallelogram* sebagai latar atau *button* untuk peletakkan *copywriting* hadiah.



Gambar 3.59 Finalisasi Perancangan Materi Desain Acara The Loop Test Drive MG

Penulis juga menambahkan *copy* mengenai informasi acara seperti lokasi, tanggal, dan jam acara dibagian bawah *headline*. Penulis kemudian memasukkan *copy* diatas elemen *parallelogram* yang menjelaskan tentang informasi *refreshment* dan hadiah yang bisa didapatkan selama acara berlangsung. Aset visual kawasan juga disertakan dalam desain untuk menjadi visual pendukung aset mobil MG yang ditampilkan dalam desain.



Gambar 3.60 Proses Approval Materi Desain Acara The Loop Test Drive MG

Hasil perancangan kemudian penulis kirimkan ke *Section Head Promotion* untuk dapat di *review* dan diberikan *feedback*. Materi yang telah dirancang kemudian disetujui dan dapat dipublikasikan. Desain yang telah disetujui kemudian dikirim kembali ke tim promosi yang memberikan *brief* dan media sosial resmi Instagram @bsdcommercial



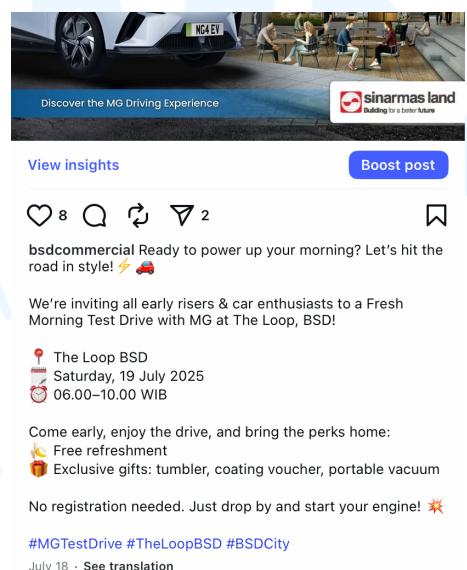
Gambar 3.61 Desain Final Materi Desain Acara The Loop *Test Drive* MG

Desain yang telah dirancang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan acara *test drive* di The Loop sebagai bentuk kolaborasi BSD Commercial dengan brand MG Motor Indonesia. Perancangan ini menampilkan perpaduan kombinasi warna biru dan putih, visual mobil dan area kawasan, tipografi *headline* yang tegas, serta informasi *benefit*. Perpaduan elemen ini mencerminkan kesan yang *modern* dan *fresh* sesuai dengan kebutuhan acara yang akan berlangsung saat pagi hari. Desain dirancang untuk merepresentasikan acara *test drive*, sekaligus meningkatkan minat audiens dalam mengunjungi kawasan The Loop dan mengikuti *test drive* produk MG.



Gambar 3.62 Unggahan Konten Materi Desain Acara The Loop *Test Drive*

Desain final kemudian dipublikasi melalui akun Instagram resmi @bsdcommercial pada 18 Juli 2025 sebagai materi promosi acara. Unggahan ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan daya tarik publik untuk dapat mengikuti acara *test drive* yang diadakan di The Loop. Publikasi dilakukan melalui *platform* Instagram untuk dapat meraih target audiens dengan lebih meluas dan efektif.



Gambar 3.63 Caption Unggahan Materi Desain Acara The Loop *Test Drive MG*

Selain membuat desain, penulis juga bertanggung jawab dalam membuat *caption* yang digunakan pada unggahan. *Caption* disusun menggunakan gaya bahasa yang menarik untuk mendukung unggahan visual dengan lebih informatif. Dengan dukungan *caption* yang selaras, unggahan ini menjadi lebih efektif dalam menjangkau target audiens yang dituju.

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja**

Selama melaksanakan magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk., penulis menghadapi beberapa kendala yang menjadi bagian dari proses pembelajaran selama program magang berlangsung. Tantangan yang dihadapi tidak hanya terkait aspek teknis desain, tetapi juga dalam aspek komunikasi, penyampaian brief, serta manajemen *task*. Meskipun demikian, penulis dapat mengatasi berbagai kendala yang dialami serta menjadikannya sebagai pengalaman berharga untuk bekal penulis kedepannya. Program magang ini mengajarkan penulis mengenai kemampuan *problem solving*, koordinasi dengan tim, serta adaptasi dengan ritme kerja yang dinamis.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja**

Selama melaksanakan magang di perusahaan, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan proses perancangan dan penyelesaian tugas. Salah satu hambatan yang paling sering dihadapi adalah penyampaian *brief* yang kurang mendetil, sehingga penulis seringkali perlu melakukan konfirmasi lebih lanjut untuk memastikan kebutuhan desain sesuai dengan yang diinginkan. Hal ini terkadang menyebabkan ketidakpastian di awal proses perancangan dan berpotensi memicu ketidaksesuaian pada kebutuhan desain.

Selain itu, penulis juga menghadapi tantangan dalam mengenai tengat waktu penugasan yang tergolong singkat dan seringkali datang di waktu yang bersamaan. Dalam beberapa kondisi dan situasi, penulis diminta untuk menyelesaikan beberapa materi dalam kurun waktu yang terbatas sehingga manajemen waktu dan prioritas, serta efisiensi penggerjaan sangat perlu

diperhatikan. Ritme kerja yang tergolong cepat mengharuskan penulis untuk beradaptasi dengan gaya kerja yang cepat dan teliti agar seluruh permintaan dapat diselesaikan sesuai jadwal yang diminta.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Dengan adanya kendala yang dihadapi selama magang, penulis turut menemukan beberapa solusi yang efektif dalam mendukung efektivitas kerja. Dalam menghadapi *brief* yang kurang lengkap, penulis secara proaktif memberikan pertanyaan terkait kebutuhan desain kepada tim terkait dengan pesan maupun diskusi singkat untuk dapat memastikan seluruh informasi penting dapat penulis peroleh sebelum memasuki tahapan perancangan. Hal ini dapat membantu penulis dalam mengurangi potensi miskomunikasi dan mengurangi adanya revisi.

Sementara itu, dalam menghadapi kendala mengenai tenggat waktu yang singkat dan permintaan pekerjaan yang datang secara bersamaan, penulis juga melakukan komunikasi dengan tim terkait mengenai urgensi desain. Dengan itu, penulis dapat mengatur prioritas dan menerapkan manajemen berdasarkan urgensi dari masing-masing tugas. Penulis kemudian melakukan penjadwalan harian seperti *to do list* harian untuk memastikan penggerjaan tugas tetap berjalan dengan terstruktur meskipun dalam kondisi deadline yang cukup padat. Strategi ini membantu penulis dalam menghasilkan desain dengan kualitas yang baik dan semua permintaan dapat terpenuhi dengan tepat waktu.