

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani kegiatan program magang di Sinar Mas Land, penulis ditempatkan pada divisi *Sales and Promotion* dibawah tim *Commercial* BSD sebagai *Graphic Designer Intern*. Dalam posisi tersebut, penulis memiliki tanggung jawab untuk merancang berbagai desain media promosi, khususnya media *Out Of Home* dan turunannya, untuk mendukung kepentingan *campaign*, *marketing*, dan *branding* PT. Bumi Serpong Damai Tbk. (Sinar Mas Land).

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

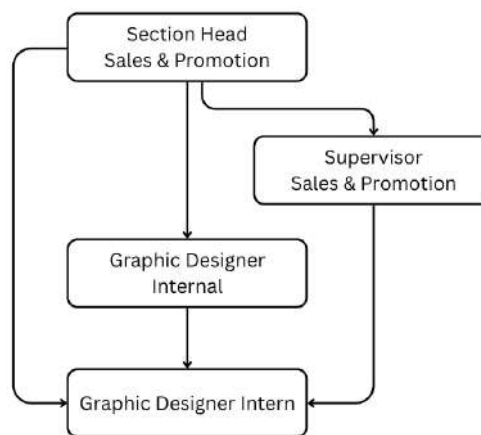
Selama menjalani program magang di Sinar Mas penulis ditempatkan sebagai *Graphic Designer Intern* pada *divisi Sales and Promotion* di bawah tim *Commercial* BSD. Penulis memiliki peran dan tanggung jawab untuk merancang berbagai desain media promosi, baik media sosial maupun media cetak, yang digunakan untuk mendukung kepentingan promosi PT. Bumi Serpong Damai Tbk. (Sinar Mas Land). Dalam proses perancangan desain untuk kebutuhan media sosial, penulis melakukan pengajuan dan persetujuan desain kepada *Section Head* dan *Supervisor* divisi *Sales and Promotion*. Sementara itu, untuk kebutuhan media promosi cetak (*Out of Home*), penulis berkoordinasi dengan salah satu tim *Graphic Design Internal (User)* untuk memperoleh arahan, masukan, serta memastikan hasil desain telah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Berikut ini beberapa tanggung jawab dan peran penulis sebagai *Graphic Designer Intern* di PT. Bumi Serpong Damai Tbk. (Sinar Mas Land):

1. Merancang materi desain media promosi cetak *Out of Home* (*banner*, *PJU*, *hoarding*, dan media sejenisnya).
2. Merancang materi desain media sosial project komersial *Wander Alley*.

3. Menyusun storyline dan melakukan proses editing untuk kebutuhan konten Instagram Reels *BSD Commercial*.
4. Membuat *motion graphic* untuk kebutuhan media sosial dan materi *Out of Home* seperti videotron dan billboard digital LED.
5. Melakukan dokumentasi kegiatan untuk setiap acara proyek *BSD Commercial*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Struktur koordinasi dan alur kerja merupakan aspek penting untuk dapat memastikan setiap pekerjaan terlaksana secara terarah dan sistematis. Selama menjalani kegiatan program magang di Sinar Mas Land, penulis berkoordinasi langsung dengan Supervisor dan *Section Head* divisi *Sales and Promotion*, serta tim *Graphic Design* internal (*User*). Melalui koordinasi tersebut, setiap proses perancangan desain dapat berjalan sesuai arahan, standar, dan kebutuhan perusahaan. Berikut ini merupakan alur kerja yang penulis jalankan selama melaksanakan program magang di Sinar Mas land.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Berdasarkan struktur koordinasi diatas, penulis menempati posisi sebagai *Graphic Designer Intern* pada divisi *Sales and Promotion*. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab dalam merancang desain media cetak (*Out of Home*). Proses kerja dimulai saat penulis menerima brief dari tim *Graphic Design* internal (*User*) yang bertanggung jawab untuk membuat

kebutuhan membuat desain media cetak (*Out of Home*), brief berisikan informasi terkait proyek serta aspek-aspek yang perlu ditonjolkan dalam desain. Setelah brief diterima, penulis segera mengerjakan desain yang dibutuhkan pada hari yang sama sesuai dengan arahan yang diberikan. Desain yang telah selesai kemudian diajukan kembali kepada tim *Graphic Design Internal (User)* untuk mendapatkan masukan dan revisi apabila diperlukan. Jika desain dinilai sesuai dan disetujui oleh tim *Graphic Design Internal (User)*, proses persetujuan dilanjutkan ke *Section Head* divisi *Sales and Promotion* untuk mendapatkan evaluasi dan persetujuan lebih lanjut.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani program magang di Sinar Mas Land sebagai *Graphic Designer Intern*. Penulis ikut berkontribusi dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan desain perusahaan. Seluruh tugas yang penulis kerjakan dicatat secara berkala melalui daily task pada website Prostep UMN, sebagai bentuk dokumentasi dan pelaporan kegiatan harian penulis. Berikut merupakan rangkaian pekerjaan yang telah penulis selesaikan selama periode magang.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang dilakukan selama kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	17 - 20 Juni 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Iconix Infinite - Tanatara - Instagram BSD <i>Commercial</i> - Nusatic Nusapet - Delrey Creative 	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang materi OOH ukuran 4x6m untuk project Iconix Infinite • Mengedit dokumen PPT Pre-Launch Project Tanatara. • Mengunggah IG Story BSD <i>Commercial</i> sesuai jadwal posting. • Memposting Key Visual Promo Junetopia. • Mengambil footage dan mengedit IG Reels Nusatic

		Market	<p>Nusapet 2025 dan Amuse di ICE BSD.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengunggah IG Story live update Delrey Creative Market. • Mengambil footage dan mengedit IG Reels BYD Test Drive.
2	23 - 26 Juni 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Iconix Infinite - Delrey - Instagram BSD <i>Commercial</i> - The Exquis 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengambil footage materi untuk Delrey New Blok. • Merancang materi OOH ukuran 4x6m untuk project Iconix Infinite. • Mengambil footage dan mengedit konten Reels event Product Knowledge project The Exquis. • Mengunggah IG Story BSD <i>Commercial</i> sesuai jadwal.
3	30 Juni – 4 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Iconix Infinite - The Exquis - Instagram BSD <i>Commercial</i> - West Village - Xlane 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat alternatif desain OOH ukuran 4x6m untuk project Iconix Infinite. • Merancang desain materi OOH ukuran 4x6m dan PJU untuk project The Exquis. • Editing logo project Tanatara Business Avenue. • Merancang desain materi IG

			Story untuk project West Village dan Xlane.
4	7 – 11 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Delrey - The Exquis - Instagram BSD <i>Commercial</i> - Tanatara Business Avenue - Xlane 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengambil materi untuk kebutuhan konten IG Reels Delrey. • Membuat desain invitation untuk acara Product Knowledge Tanatara Business Avenue. • Melakukan revisi materi OOH project The Exquis. • Mengedit <i>file</i> presentasi (PPT) project Tanatara Business Avenue. • Melakukan resize materi OOH The Exquis • Post IG Story BSD <i>Commercial</i>.
5	14 – 18 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Iconix Infinite - West Village - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentasi event Product Knowledge Tanatara. • Mengambil materi konten reels untuk project Delrey dan Tanatara. • Mengunggah IG Story BSDComm. • Mendesain materi OOH ukuran 4x6 m untuk project

		<ul style="list-style-type: none"> - Tanatara Business Avenue 	<p>West Village.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat materi IG post project Iconix Infinite untuk event trampoline. • Mendesain materi OOH ukuran 4x6 m serta materi PJU untuk project Iconix Infinite.
6	21 – 25 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Tanatara - Event GIIAS 2025 - Iconix Infinite - West Village - Delrey - Asterra - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit konten reels project Tanatara. • Mengedit dan melakukan layouting KV promo GIIAS MIQ untuk Capital Cove, The Exquis, West Village, dan Northridge. • Melakukan revisi materi OOH 4x6 m serta PJU untuk project Iconix Infinite dan West Village. • Mengedit konten reels project Delrey. • Mendesain materi OOH ukuran 4x6 m untuk project Asterra. • Mengambil dua materi konten reels untuk project Tanatara dan Delrey. • Mengunggah IG Story BSD <i>Commercial</i>.

7	28 Juli – 1 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Asterra - Tanatara - West Village - The Exquis 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain alternatif untuk materi OOH Asterra. • Mengedit konten reels project Tanatara. • Melakukan resize materi OOH PJU untuk project Tanatara. • Melakukan revisi desain materi OOH 4x6 m untuk project West Village. • Membuat materi IG Story untuk project The Exquis.
8	4 – 8 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Asterra - West Village - Delrey - Iconix Infinite - Tanatara - Delrey - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan revisi materi OOH untuk project Asterra. • Membuat materi desain untuk project West Village. • Mengedit konten reels project Delrey. • Membuat dan mengunggah IG Story BSDComm. • Menjadi talent untuk tiga materi konten reels project Iconix Infinite, Tanatara, dan Delrey.
9	11 – 15 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Delrey - Iconix Infinite 	<ul style="list-style-type: none"> • Me-resize dua materi IG Story dan IG Post promo project Delrey.

		<ul style="list-style-type: none"> - The Exquis - Tanatara - Taman Tekno - Instagram BSD Commercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat materi IG Post, IG Story, dan WA Blast untuk project Iconix Infinite. • Mendesain materi WA Blast untuk project The Exquis. • Mengedit konten reels project Tanatara. • Mengunggah IG Story BSDComm. • Membuat materi OOH hoarding padel. • Mengambil materi konten reels untuk Taman Tekno • Mendesain materi OOH flyer ukuran A4 untuk project The Exquis.
10	18 – 22 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Taman Tekno - Delrey - Wander Alley - The Exquis - Event MidYear Hall BSD Commercial - West Village - Northridge 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit konten reels project Taman Tekno. • Mengedit konten reels project Delrey. • Melakukan dokumentasi event Product Knowledge Wander Alley. • Membuat wording untuk materi WA Blast project The Exquis. • Mengunggah IG Story BSDComm. • Mendokumentasikan event

		<ul style="list-style-type: none"> - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<p>MidYear Hall BSD Commercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mendesain materi OOH flyer A4 untuk project West Village. • Mengedit cover PPT kolaborasi West Village x Northridge.
11	25 – 29 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Tanatara - West Village - Northridge - Powell - Wander Alley - Delrey - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit konten reels video project Tanatara. • Membuat materi WA Blast untuk project West Village & Northridge. • Menyusun storyline untuk kebutuhan konten bulan Agustus. • Mendokumentasikan event Product Knowledge Powell. • Mendesain satu materi IG Post untuk project Wander Alley. • Mengambil materi konten reels untuk project Delrey dan Tanatara. • Mengunggah IG Story BSDComm.
12	1 – 5 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Wander Alley 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendesain 2 materi IG Post untuk project Wander Alley.

		<ul style="list-style-type: none"> - Delrey - The Exquis 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit konten Reels project Delrey. • Menjadi talent untuk 5 materi konten Reels project The Exquis bersama Vendor. • Membuat 3 materi IG Post tambahan untuk project Wander Alley.
13	8 – 12 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Wander Alley - Tanatara - The Exquis - Powell - Capital Cove - The Loop - Project Kavling BSD - Delrey - Tanatara - West Village - Instagram BSD <p><i>Commercial</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadwalkan unggahan Instagram Feeds untuk project Wander Alley. • Mengedit konten Reels project Tanatara. • Melakukan resize pada 10 image render untuk project The Exquis dan Powell. • Mengedit recap Reels untuk Grand Opening Dobidos dan Capital Cove. • Menyusun script untuk konten Reels bulan September. • Membuat materi OOH berukuran 2.8x30m (landscape) untuk project The Loop. • Membuat materi OOH berukuran 2.5x20m (landscape) untuk project Kavling.

			<ul style="list-style-type: none"> • Mengambil materi konten Reels untuk project Delrey, Tanatara, dan West Village. • Mengunggah KV promo melalui IG Story BSDComm.
14	15 – 19 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Tanatara - The Exquis - Wander Alley - Delrey - Asterra - Instagram BSD Commercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit konten Reels untuk project Tanatara. • Membuat materi OOH ukuran 4x6 m serta PJU untuk project The Exquis. • Dokumentasi kegiatan Ground Breaking Wander Alley. • Mengunggah update melalui IG Story BSDComm. • Membuat Motion Ads berukuran 19:6 dan 4:5 untuk project Delrey. • Membuat Motion Ads berukuran 19:6 dan 4:5 untuk project Asterra.
15	22 – 26 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - The Exquis - Tanatara - Northridge - Delrey - Iconix Infinite - West Village 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan revisi materi OOH project The Exquis. • Mengedit konten Reels untuk project Tanatara. • Mengunggah update melalui IG Story BSDComm.

		<ul style="list-style-type: none"> - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat KV untuk IG Story project Northridge. • Mengedit konten Reels project Delrey. • Membuat dua materi OOH PJU (1.15 x 5 m) untuk project Iconix Infinite. • Membuat materi IG Post untuk project Wander Alley. • Mengedit konten Reels project West Village.
16	29 September – 3 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Tanatara - West Village - Wander Alley - Capital Cove - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat motion untuk IG Post (landscape) proyek komersial BSD. • Mengedit IG Reels project Tanatara. • Mendesain materi OOH untuk project West Village. • Mengunggah update melalui IG Story BSDComm. • Membuat 2 materi IG Post untuk project Wander Alley. • Mengambil materi konten Reels bulan Oktober (Tanatara dan Capital Cove).
17	6 – 10 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Wander Alley 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat 4 materi IG Post untuk project Wander Alley.

		<ul style="list-style-type: none"> - Tanatara - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit IG Reels project Tanatara. • Mengunggah IG Story BSDComm.
18	13 – 16 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - The Exquis - Delrey - Northridge - Instagram BSD <i>Commercial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat cover PPT Budget Commercial 2026-2028 project Xlane, Delrey, Powell, KEK, Asterra, dan Blueprint. • Mendesain materi OOH untuk project The Exquis. • Menyusun storyline progres pembangunan project Delrey dan Northridge. • Mengunggah update melalui IG Story BSDComm.

Seluruh tugas yang dicantumkan merupakan rangkaian pekerjaan yang penulis kerjakan selama magang di Sinar Mas Land. Setiap hari penulis menerima tanggung jawab dengan cakupan dan *brief* yang beragam. Seluruh pekerjaan tersebut didokumentasikan dari hari pertama penulis melaksanakan program magang sampai penulis menyelesaikan periode program magang, yaitu selama empat bulan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan program magang di Sinar Mas Land, penulis berkontribusi dalam pembuatan berbagai materi desain yang digunakan untuk menunjang kegiatan promosi perusahaan. Dalam program magang ini, penulis memiliki bertanggung jawab untuk merancang materi desain media cetak (*Out of*

Home) proyek The Exquis untuk menunjang promosi proyek komersial Sinar Mas Land.

Selain tugas utama tersebut, penulis juga terlibat dalam pembuatan berbagai desain, seperti merancang banner proyek West Village untuk kebutuhan promosi proyek di area *marketing gallery* dan area luar ruang yang memerlukan visual berukuran besar sebagai media informasi bagi calon konsumen. Penulis juga merancang materi banner proyek Northridge, yang berfungsi sebagai media komunikasi visual proyek di area *outdoor* untuk memperkuat branding serta menarik perhatian pengunjung sekitar kawasan BSD City.

Selain media cetak, penulis turut berkontribusi dalam pembuatan materi digital, seperti *motion graphic* proyek Delrey yang digunakan sebagai konten promosi di media sosial untuk meningkatkan *engagement* dan memberikan penjelasan visual mengenai keunggulan proyek. Penulis juga membuat materi *Instagram Post* proyek Alunara, yang difungsikan sebagai media penyebaran informasi singkat dan menarik melalui akun resmi @BSDCommercial. Berikut merupakan uraian proses pelaksanaan tugas utama serta berbagai proyek desain yang telah penulis kerjakan selama menjalani program magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Proyek Utama The Exquis

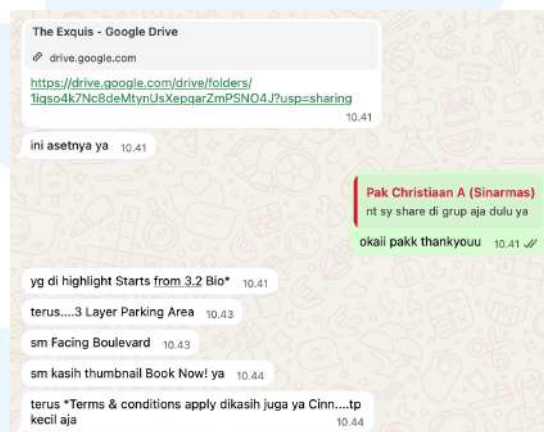
Selama melaksanakan kegiatan magang di Sinar Mas Land, penulis bertanggung jawab dalam membuat, merancang, dan mengembangkan desain media cetak untuk mendukung aktivitas promosi proyek komersial Sinar Mas Land. Salah satunya, penulis merancang media cetak *Out of Home (OOH)* untuk proyek komersial The Exquis milik Sinar Mas Land. Desain tersebut bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai proyek The Exquis, serta menarik perhatian para masyarakat dan calon pelanggan yang melintas di sekitar

kawasan BSD City. Oleh karena itu, visual dirancang dengan kontras yang kuat dan pesan yang mudah dibaca agar efektif dalam menyampaikan informasi.



Gambar 3. 2 Logo The Exquis

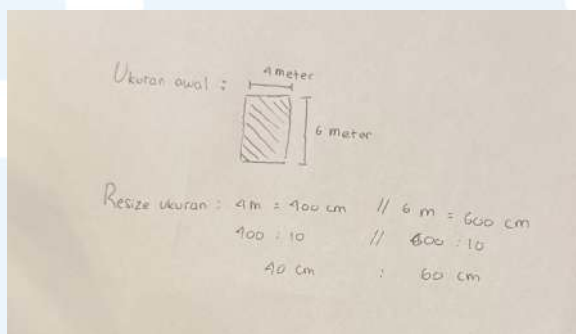
The Exquis merupakan salah satu kawasan komersial modern di BSD City yang dikembangkan oleh Sinar Mas Land. The Exquis mengusung konsep *lifestyle park* yang dimana menggabungkan bisnis dan gaya hidup dalam satu lingkungan modern. Proyek ini menyediakan fasilitas pendukung yang dapat menunjang kebutuhan serta gaya hidup. Kawasan tersebut, berada dilokasi strategis di tengah kawasan hunian premium dan pusat aktivitas BSD.



Gambar 3. 3 Briefing Desain OOH The Exquis

Pada tahap awal perancangan desain materi media cetak OOH untuk proyek The Exquis, penulis terlebih dahulu menerima *brief* dari salah satu *Graphic Design* tim *Promotion* yang khusus bertanggung jawab untuk menangani media cetak perusahaan. *Brief* tersebut dikirim melalui *WhatsApp* dan berisi instruksi untuk membuat materi desain OOH banner untuk proyek The Exquis.

Dalam *brief* tersebut, penulis diberikan arahan terkait elemen yang perlu dimuat dalam materi promosi, seperti aset logo, *font*, dan foto fasad The Exquis yang disediakan melalui Google Drive. Selain itu, terdapat pula *Unique Selling Points* yang harus ditampilkan, seperti *3 Layer Parking Area* dan *Units Facing Boulevard*, serta informasi harga proyek. Untuk konsep visual dan pemilihan *color palette*, penulis diberikan kebebasan untuk mengeksplorasi kreativitas dalam merancang desain OOH banner yang tetap sesuai dengan citra BSD City.



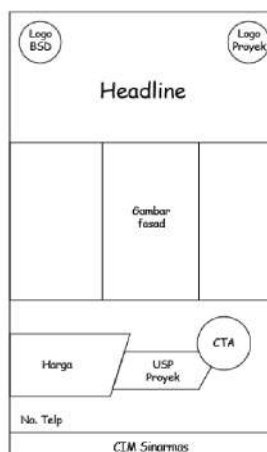
Gambar 3. 4 Resize Ukuran OOH Banner

Tahap berikutnya setelah penerimaan *brief* adalah proses pembuatan desain banner. Ukuran banner yang diminta, yaitu 4 meter x 6 meter, namun apabila dikerjakan menggunakan ukuran sebenarnya maka akan membebani kinerja dan performa Adobe Illustrator. Oleh karena itu, penulis melakukan penyesuaian ukuran dengan menggunakan teknik skala, dengan mengubah ukuran dan mengatur artboard menjadi 40 cm x 60 cm, agar proporsi desain tetap akurat dan tidak mengubah komposisi elemen desain visual. Dengan melakukan penyesuaian ukuran tersebut, proporsi desain akan tetap terjaga namun *file* menjadi jauh lebih ringan sehingga proses pengerjaan di Adobe Illustrator dapat berjalan lebih optimal.



Gambar 3. 5 Moodboard

Setelah proses penyesuaian artboard selesai, penulis memulai tahap eksplorasi visual dengan menyusun sebuah *moodboard*. Dalam *moodboard* tersebut, penulis mengumpulkan berbagai referensi yang dipilih secara sistematis untuk mendukung kebutuhan konsep desain. *Moodboard* tersebut berisi berbagai referensi, mulai dari contoh warna, elemen grafis, layout, hingga contoh desain dari proyek serupa. Dengan adanya *moodboard*, penulis dapat lebih mudah menentukan arah gaya visual yang ingin diterapkan dan memastikan proses pembuatan desain dapat berjalan konsisten sesuai dengan konsep awal.



Gambar 3. 6 Sketsa Desain OOH Banner

Sebelum masuk ke proses desain digital, penulis membuat sketsa awal berbentuk *layout* dasar di Adobe Illustrator dengan ukuran 40 cm x 60 cm.

Sketsa ini berfungsi sebagai acuan untuk menentukan *layout* dan alur visual. Dengan adanya sketsa, penulis dapat menentukan komposisi yang tepat sehingga proses desain digital menjadi lebih efisien dan terstruktur, serta penulis dapat melakukan eksplorasi visual dengan lebih terarah dan terencana.



Gambar 3. 7 Jenis Font

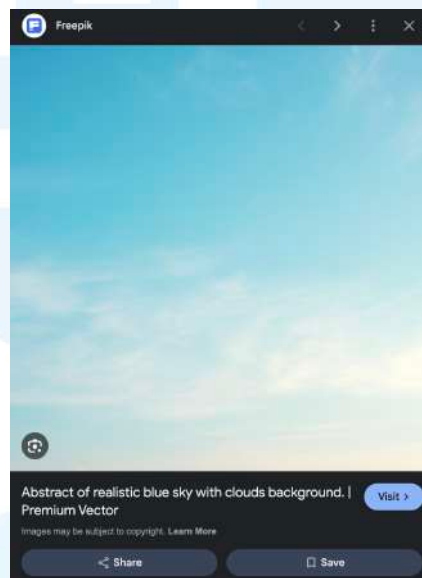
Dalam proses pembuatan desain, terdapat beberapa elemen penting yang harus diperhatikan, salah satunya adalah pemilihan jenis *font*. Untuk proyek The Exquis, perusahaan sudah menetapkan *font* khusus yang wajib digunakan sebagai bagian dari identitas visualnya, yaitu Majesti Banner yang termasuk dalam kategori serif dan Replica yang termasuk dalam kategori sans serif. Penggunaan kedua *font* tersebut bertujuan untuk menjaga konsistensi visual antar materi promosi, sehingga seluruh desain yang dibuat dapat terlihat selaras dan mencerminkan citra profesional yang ingin ditampilkan oleh Sinar Mas Land.



Gambar 3. 8 Color Palette

Selain itu, pemilihan warna juga menjadi aspek penting dalam membangun visual yang sesuai dengan karakter proyek komersial. Berdasarkan proses penyusunan *moodboard*, terdapat beberapa kombinasi

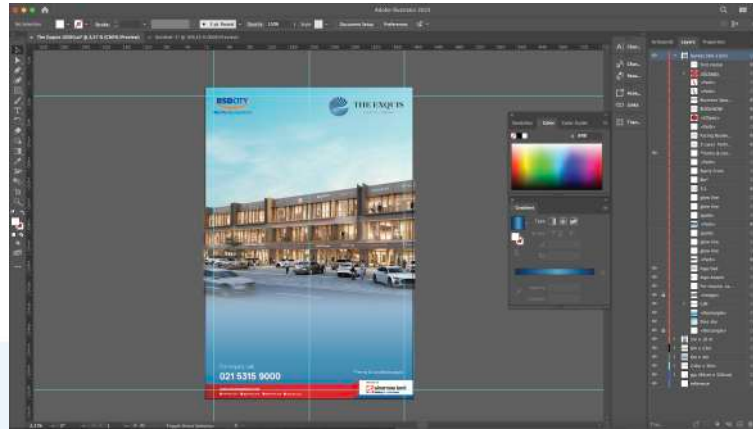
warna yang terpilih, yaitu merah (#c72429), biru tua (#0c4a84), biru muda (#24a0d6), dan kuning keemasan (#e8ba5c). Pemilihan warna biru didasarkan pada identitas visual The Exquis yang menggunakan warna biru sebagai warna utama, sehingga seluruh materi desain tetap selaras dengan *brand guideline* proyek. Sementara itu, warna merah dan kuning dipilih karena memberikan kesan cerah dan energik yang mendukung citra proyek sebagai kawasan komersial yang modern dan berkembang. Kombinasi warna tersebut menghasilkan komposisi visual yang harmonis, konsisten, dan tetap sesuai dengan identitas visual yang ingin ditampilkan oleh Sinar Mas Land.



Gambar 3. 9 Aset

Dalam proses penyusunan desain banner, seluruh aset visual seperti foto dan elemen grafis pendukung diambil dari platform Freepik. Penulis memilih aset yang mampu merepresentasikan suasana The Exquis, sehingga pesan yang disampaikan dapat terasa relevan dan selaras dengan karakter proyek. Selain itu, penulis sengaja memilih warna-warna cerah untuk membangun kesan positif dan menghadirkan visual yang lebih hidup. Dengan

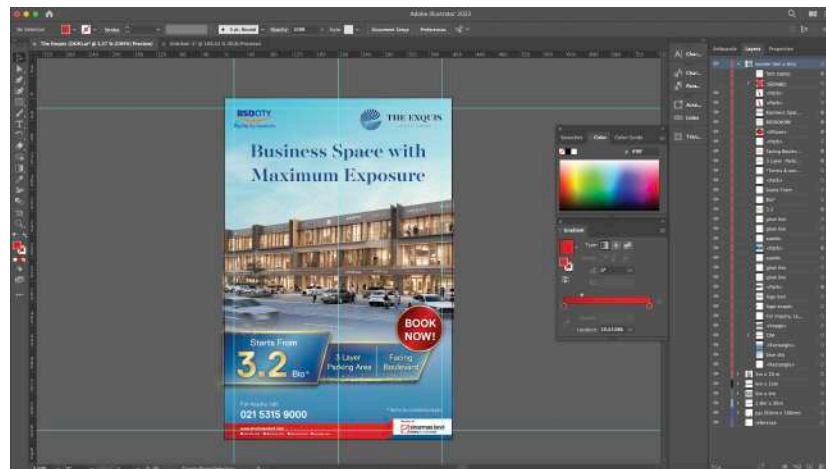
pendekatan visual tersebut, diharapkan desain banner ini mampu menarik perhatian audiens serta memperkuat citra proyek secara keseluruhan.



Gambar 3. 10 Layout Awal

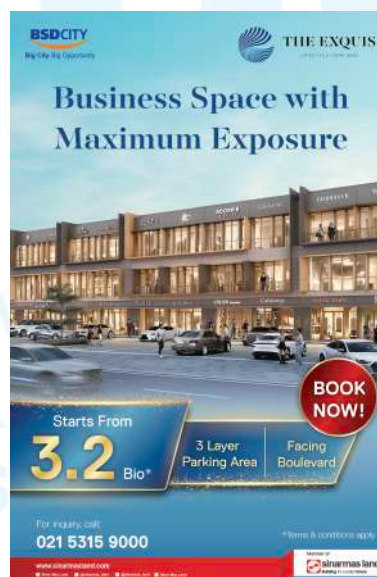
Penulis memulai proses *layout* dengan mengacu pada sketsa awal serta referensi moodboard yang telah disusun sebelumnya. Pada tahap ini, penulis membuat *grid* sebagai panduan komposisi dan membaginya menjadi 3 bagian untuk memastikan tata letak tetap terstruktur dan proporsional. Penempatan elemen dilakukan berdasarkan ketentuan *corporate identity* perusahaan. Logo BSD City ditempatkan pada sisi kiri atas, diikuti dengan logo proyek The Exquis pada bagian kanan atas. Informasi nomor telepon ditempatkan di area kiri bawah, disertai keterangan “*terms & conditions*” pada bagian bawah materi. Penulis juga menyertakan elemen wajib berupa *red ribbon* CIM Sinar Mas Land, yang wajib dicantumkan pada setiap media cetak.

Setelah elemen utama ditempatkan, penulis kemudian menambahkan background langit sebagai dasar visual. Untuk bagian fasad bangunan, penulis menggunakan aset 3D render The Exquis yang berasal dari aset internal perusahaan, sehingga visual yang ditampilkan tetap akurat dan sesuai dengan citra proyek. Untuk memperkuat kesinambungan warna, penulis menambahkan gradasi berwarna biru pada bagian bawah agar selaras dengan gaya visual proyek dan tetap konsisten dengan nuansa visual keseluruhan.



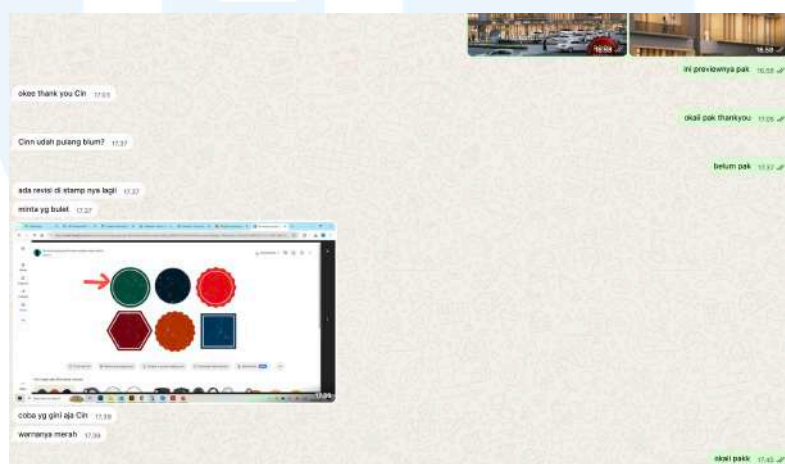
Gambar 3. 11 Proses Desain The Exquis

Pada tahap selanjutnya, penulis menambahkan *headline* “*Business Space with Maximum Exposure*” sebagai fokus utama pesan yang ingin disampaikan. Untuk mendukung penyampaian informasi, penulis menggunakan elemen visual berbentuk trapesium. Pada bagian trapezium sebelah kiri, penulis menempatkan informasi harga “*Starts From 3.2 Bio**” dengan ukuran teks yang lebih besar agar tampil menonjol sebagai salah satu *highlight*. Di sisi kanan elemen tersebut, penulis menambahkan *unique selling points* (USP) dari The Exquis, yaitu “*3 Layer Parking*” dan “*Facing Boulevard*”, sebagai informasi pendukung yang relevan bagi calon pembeli.



Gambar 3. 12 Desain Final Sebelum Revisi

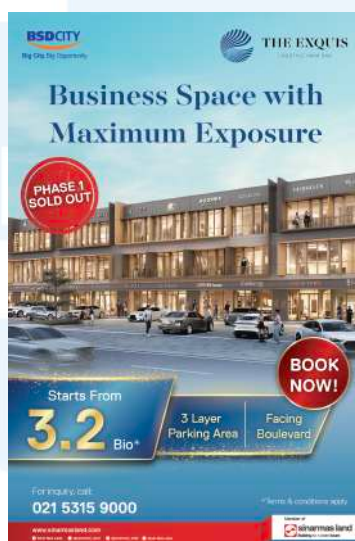
Elemen visual berbentuk trapesium diberi gradasi warna biru tua ke biru muda untuk menjaga keselarasan dengan identitas warna The Exquis. Penulis juga menambahkan *outline* berwarna emas serta aksens *sparks* guna memperkuat kesan elegan dan membuat elemen tersebut tampil lebih menarik secara visual. Kemudian, penulis juga menambahkan *Call to Action* “*Book Now*” pada elemen visual berbentuk lingkaran. Pemilihan warna merah pada elemen visual berbentuk lingkaran bertujuan untuk memberikan kesan tegas sekaligus membuat elemen CTA tampil lebih menonjol, sehingga dapat dengan mudah menarik perhatian audiens dan mendorong tindakan lebih lanjut.



Gambar 3. 13 Proses Revisi

Setelah penulis melakukan proses finalisasi desain, selanjutnya penulis memberikan *preview* desain kepada tim *Graphic Design Internal* divisi *Promotion* yang khusus menangani kebutuhan media cetak dengan tujuan untuk memperoleh arahan dan masukan lebih lanjut terkait desain yang telah dibuat. Proses persetujuan (*approval*) dilakukan melalui aplikasi WhatsApp, yang di mana penulis melakukan komunikasi langsung dengan tim *Graphic Design Internal*.

Dalam merancang banner The Exquis tersebut, penulis melakukan proses revisi sebanyak 3 hingga 4 kali. Revisi tersebut mencakup penyesuaian pemilihan elemen aset visual yang dinilai kurang tepat, sehingga perlu disesuaikan kembali. Serta, perbaikan ukuran teks yang awalnya terlalu kecil sehingga kurang terbaca dari jarak jauh. Sedangkan, dari segi penggunaan warna dan komponen desain lainnya, tidak terdapat perubahan signifikan dari rancangan awal.



Gambar 3. 14 Desain Final

Setelah desain mendapat *approval*, penulis diminta untuk melakukan proses *resize* ke beberapa ukuran turunan, yaitu $0,9 \times 5$ meter, 6×23 meter, $2,8 \times 30$ meter, dan 5×10 meter. Seluruh turunan ukuran tersebut tetap menggunakan desain yang sama agar konsisten dengan versi utama. Namun, beberapa penyesuaian tata letak (*layout adjustment*) tetap diperlukan agar elemen visual dapat proporsional dan terbaca dengan baik pada setiap ukuran banner. Oleh karena itu, penulis melakukan *layout adjustment* dengan menata ulang posisi teks, gambar, dan elemen visual, agar komposisi desain tetap seimbang dan dapat dibaca dengan mudah pada masing-masing ukuran.



Gambar 3. 15 Desain OOH Turunan

Pada tahap akhir sebelum memasuki proses produksi cetak, penulis mengirimkan seluruh *file* dalam format PDF dengan resolusi 300 dpi kepada *Graphic Design Internal* yang menangani media cetak. Resolusi 300 dpi dipilih karena merupakan standar kualitas untuk kebutuhan cetak agar hasil gambar tetap tajam, jelas, dan tidak pecah ketika dicetak dalam ukuran besar. Selain itu, untuk format PDF digunakan agar elemen visual seperti warna dan tata letak tetap konsisten saat dibuka pada perangkat berbeda. Selanjutnya, setelah pihak *Graphic Design Internal* menerima *file*, *Graphic Design Internal* akan melakukan pengecekan ulang dan memastikan bahwa setiap elemen visual sudah sesuai standar dan siap diproduksi. Apabila tidak terdapat kesalahan dalam *file*, maka *Graphic Design Internal* akan mengkoordinasikan *file* tersebut kepada vendor percetakan untuk diproses. Setelah proses cetak selesai, *Graphic Design Internal* akan menentukan waktu pemasangan banner dan berkoordinasi dengan tim lapangan untuk melakukan pemasangan materi

desain banner di beberapa titik lokasi yang telah ditentukan di area sekitar kawasan BSD City.



Gambar 3. 16 OOH The Exquis yang Dicetak

Selama proses perancangan banner The Exquis, penulis memperoleh banyak pengalaman berharga. Mulai dari memahami sistem kerja, mengikuti tahapan awal *briefing*, hingga mempelajari cara merancang desain media cetak agar sesuai standar produksi, khususnya untuk media luar ruang berukuran besar. Proses ini memberikan banyak pelajaran dan memperdalam pemahaman penulis terhadap dunia desain, sekaligus meningkatkan keterampilan teknis pada Adobe Illustrator. Pengalaman ini menjadi salah satu pembelajaran yang bermakna bagi penulis dan akan sangat berguna untuk perkembangan karier di masa depan.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain mengerjakan tugas utama, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan beberapa proyek tambahan yang mendukung kebutuhan promosi Sinar Mas Land. Proyek-proyek ini dirancang untuk menunjang kebutuhan komunikasi visual perusahaan di berbagai bentuk media dan platform.

Beberapa tugas tambahan yang penulis kerjakan meliputi perancangan desain banner proyek West Village untuk keperluan promosi area komersial, serta perancangan materi desain Instagram *Story* proyek Alunara untuk

penyampaian informasi secara singkat, interaktif, dan menarik melalui platform Instagram. Selain itu, penulis juga ikut berkontribusi dalam pembuatan *motion graphic* proyek Delrey untuk kebutuhan konten digital di media sosial, serta merancang materi desain banner proyek Northridge Landscape sebagai media informasi visual berukuran besar di area outdoor. Setiap proyek yang penulis tangani dikerjakan secara bertahap dan sistematis, mulai dari tahap penerimaan *brief*, penyusunan konsep desain, pembuatan layout, hingga proses revisi dan finalisasi desain.

3.3.2.1 Proyek Banner West Village

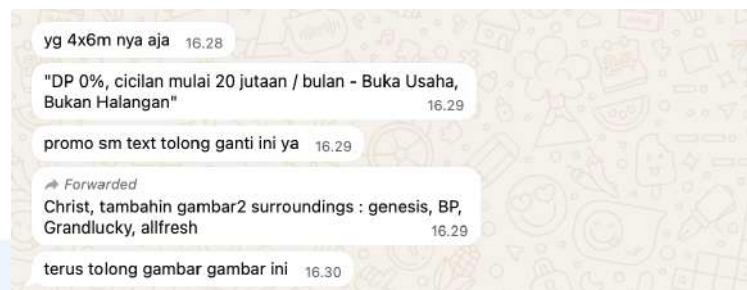
Selama melaksanakan program magang di Sinar Mas Land, penulis memiliki tanggung jawab dalam membuat desain banner untuk media *Out of Home* (OOH), salah satunya penulis diminta untuk membuat materi desain banner proyek West Village milik Sinar Mas Land. Desain ini ditujukan untuk mendukung kebutuhan promosi proyek dan meningkatkan *awareness* publik terhadap proyek West Village melalui tampilan visual yang komunikatif dan informatif.



Gambar 3. 17 Logo West Village

West Village merupakan salah satu kawasan komersial yang dikembangkan oleh Sinar Mas Land dengan mengusung konsep ruang usaha modern dan adaptif. Kawasan ini dirancang untuk menyediakan ruang usaha yang fleksibel dan dapat menunjang pertumbuhan aktivitas bisnis di kawasan tersebut. West Village berada di lokasi strategis dan

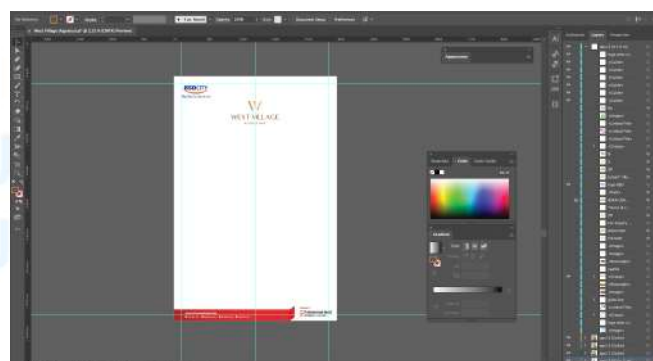
dikelilingi oleh berbagai fasilitas pendukung seperti Eastvara, The Barn, serta GrandLucky BSD City.



Gambar 3. 18 *Briefing* Awal Banner West Village

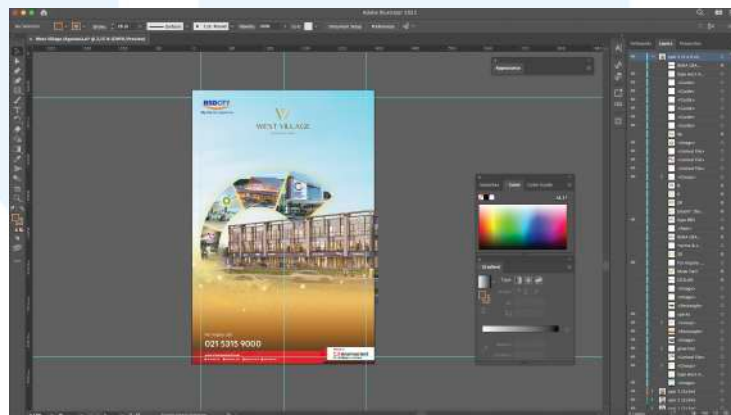
Tahap awal pembuatan banner OOH West Village dilakukan setelah penulis menerima *brief* dari tim *Graphic Designer Internal* yang khusus menangani media cetak. *Brief* tersebut dikirimkan melalui WhatsApp, dalam *brief* tersebut tim menyampaikan bahwa penulis harus membuat desain banner West Village ukuran 4x6 meter dengan informasi yang harus di *highlight* pada desain, seperti promo “DP 0%, cicilan mulai 20 jutaan/ bulan*”.

Selain itu, terdapat arahan untuk menambahkan elemen pendukung berupa foto-foto fasilitas di sekitar kawasan, antara lain Genesis Global School, SPBU BP, GrandLucky, dan Allfresh. Tim juga menetapkan penggunaan headline “Buka Usaha Bukan Halangan” sebagai pesan utama yang harus ditekankan dalam desain, sehingga keseluruhan visual dapat menggambarkan kemudahan dan keuntungan berbisnis di West Village.



Gambar 3. 19 Proses Layout Awal West Village

Setelah menerima *brief*, penulis langsung mulai menyusun layout awal untuk desain banner OOH West Village. Pada tahap ini, penulis terlebih dahulu menetapkan grid yang dibagi menjadi tiga bagian serta menambahkan margin untuk menjaga kerapihan dan keteraturan komposisi. Kemudian, penulis menempatkan logo BSD City di sisi kiri atas, sesuai standar penempatan elemen visual perusahaan dan logo West Village di bagian tengah atas. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen *corporate identity* mandatori dari perusahaan, yaitu *red ribbon* CIM Sinar Mas Land, yang wajib dicantumkan pada setiap materi media luar ruang sebagai identitas visual utama.



Gambar 3. 20 Proses Desain

Tahap selanjutnya, penulis mulai menambahkan gambar fasad West Village yang merupakan aset 3D render dari internal perusahaan. Fasad tersebut ditempatkan di bagian tengah dengan ukuran yang cukup besar sebagai fokus utama dari desain. Untuk memberikan kesan cerah, penulis juga menambahkan background langit berwarna biru muda yang diperoleh dari platform Freepik.

Selain itu, penulis juga menambahkan foto-foto fasilitas di sekitar kawasan sesuai arahan dari pihak internal, yaitu Genesis Global School, SPBU BP, GrandLucky, dan Allfresh. Seluruh foto fasilitas tersebut disusun melingkari West Village sebagai representasi bahwa West Village dikelilingi oleh fasilitas premium yang lengkap.

Warna coklat digunakan sebagai warna utama karena sesuai dengan *brand guideline* West Village, sedangkan elemen visual *spark* berwarna emas ditambahkan untuk memberikan kesan elegan dan meningkatkan daya tarik visual.



Gambar 3. 21 Proses Desain West Village

Untuk penggunaan dan pemilihan jenis *font*, penulis mengikuti *brand guideline* West Village yang telah ditetapkan oleh perusahaan. West Village memiliki 2 font utama yaitu *font* Coax Regular dan *font* Human Sans, penggunaan *font* tersebut bertujuan agar desain media cetak tampak konsisten dan profesional.

Setelah menyusun elemen-elemen visual banner West Village, penulis kemudian menambahkan headline West Village yaitu “Buka Usaha Bukan Halangan” sebagai pesan utama yang ingin disampaikan. Selanjutnya, penulis juga menambahkan elemen visual berupa kotak pada bagian bawah fasad yang berisi detail promo, yaitu “Cicilan mulai 20 jutaan/bulan, DP 0%*” sebagai informasi yang ingin ditonjolkan.

Pada sisi kanan bawah, penulis menambahkan keterangan “*terms & conditions apply*” dan pada bagian sisi kiri bawah penulis mencantumkan nomor telepon marketing yang dapat dihubungi sebagai *call to action* bagi calon pembeli yang ingin mengetahui informasi lebih lanjut.



Gambar 3. 22 Proses Revisi

Sesudah desain banner selesai dirancang, penulis langsung mengirimkan hasil desain kepada *Graphic Designer internal* yang khusus menangani media cetak untuk mendapatkan evaluasi. Dari proses tersebut, penulis menerima masukan dan arahan untuk mengubah posisi logo West Village dari bagian tengah ke sisi kanan atas agar tampilan desain secara keseluruhan lebih rapi dan seimbang, headline lebih menonjol, serta elemen desain tidak terlalu bertumpuk di area tengah.



Gambar 3. 23 Desain Final West Village

Setelah desain disetujui, penulis diminta untuk membuat dua layout tambahan berukuran 4×6 meter, dengan *brief* satu materi khusus untuk fasad dan satu materi khusus untuk promo. Kedua desain tersebut tetap menggunakan konsep visual yang sama, namun perlu penyesuaian tata letak agar proporsional dan sesuai dengan ukuran masing-masing media.



Gambar 3. 23 Banner West Village

Pada tahap akhir setelah desain dinyatakan *approve*, penulis langsung mengirimkan *file* berformat PDF kepada *Graphic Designer Internal* yang menangani media cetak untuk diproses lebih lanjut dan dicetak. Banner tersebut kemudian dipasang di area sekitar BSD City, khususnya di area kawasan West Village.



Gambar 3. 24 Desain Final Turunan West Village

Berikut merupakan hasil desain banner West Village yang telah dicetak dan dipasang di area BSD City. Dari proses perancangan desain

banner ini, penulis mendapatkan pembelajaran berharga mengenai pentingnya komposisi desain yang seimbang dan harmoni untuk menciptakan desain visual yang mampu menyampaikan pesan promosi informatif dan menarik.

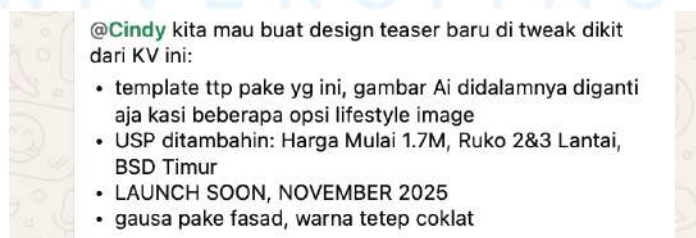
3.3.2.2 Proyek Instagram Post Alunara

Selama menjalani program magang di Sinar Mas Land, penulis juga berkontribusi dalam berbagai aktivitas pemasaran digital, salah satunya dalam pembuatan materi desain untuk Instagram post proyek Alunara. Perancangan materi desain ini bertujuan untuk memperkenalkan Alunara kepada audiens, agar masyarakat mengetahui informasi serta kehadiran Alunara sebagai kawasan komersial terbaru yang baru diluncurkan oleh Sinar Mas Land.



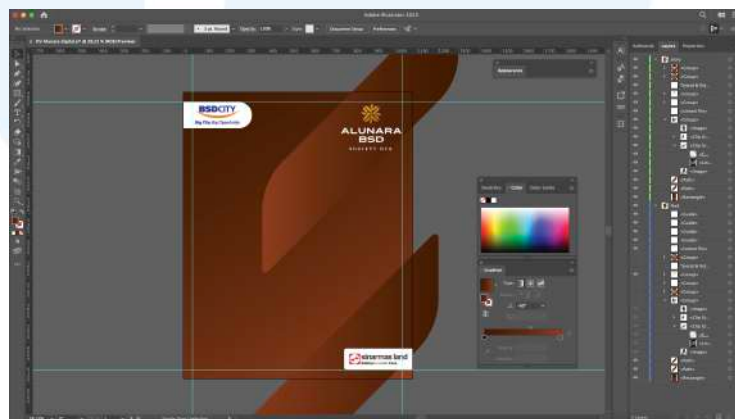
Gambar 3. 25 Logo Alunara

Alunara merupakan kawasan komersial terbaru di BSD Timur yang resmi diluncurkan pada November 2025. Kawasan ini menjadi salah satu area komersial terbesar dan paling terintegrasi di area BSD Timur. Alunara mengusung konsep *Society Hub*, yaitu konsep yang menggabungkan bisnis dan gaya hidup modern untuk mendukung aktivitas komersial dan kebutuhan masyarakat.



Gambar 3. 26 Brief Awal

Pada pembuatan materi Instagram post Alunara, penulis mendapatkan *brief* langsung dari Supervisor melalui WhatsApp. *Brief* tersebut memuat arahan terkait elemen visual dan informasi yang wajib dicantumkan, meliputi penggunaan aset *lifestyle* sebagai elemen visual pendukung, serta penambahan USP “Harga mulai 1.7M*”, “Ruko 2 & 3 lantai”, serta letak lokasi proyek di BSD Timur. Supervisor juga mengarahkan penambahan keterangan “Launch Soon, November 2025”. Dari sisi visual, penulis diminta untuk menggunakan warna coklat sebagai warna utama sesuai *brand guideline* Alunara, serta permintaan tidak memasukkan fasad Alunara ke dalam desain untuk menciptakan rasa penasaran audience.



Gambar 3. 27 Layouting Awal

Pada tahap awal, penulis melakukan proses *layouting* dengan menetapkan margin pada *artboard* sebagai panduan komposisi. Selanjutnya, penulis menambahkan latar belakang berwarna coklat gradasi sesuai arahan Supervisor. Penulis juga menambahkan elemen visual berbentuk turunan dari bentuk logo Alunara, sehingga latar belakang tetap selaras dengan identitas visual Alunara.

Pada bagian pojok kanan atas, penulis menempatkan logo Alunara sebagai elemen utama. Penulis juga menambahkan CIM BSD City dan Sinar Mas Land sebagai elemen wajib yang harus dicantumkan pada setiap materi Instagram post sesuai ketentuan perusahaan.



Gambar 3. 28 Proses Desain Alunara

Setelah mengatur margin dan layout pada *artboard*, penulis mulai menyusun komponen aset desain. Proses ini diawali dengan menambahkan elemen visual berupa foto orang berbelanja dan orang yang sedang bersantai menikmati suasana, guna merepresentasikan gaya hidup (*lifestyle*) yang ingin ditonjolkan. Aset visual tersebut kemudian dimasking menggunakan bentuk dasar dari logo Alunara, sehingga desain terlihat lebih selaras dengan identitas visual brand dan menciptakan komposisi desain yang menarik dan tidak monoton.

Seluruh aset foto yang digunakan pada desain tersebut diambil dari platform Freepik dan dipilih secara selektif agar sesuai dengan konsep visual serta nuansa *lifestyle* yang ingin disampaikan. Penulis secara sengaja memilih aset foto dengan nuansa ekspresi bahagia agar visual tampak lebih positif dan hidup. Selain itu, penulis juga melakukan *color adjustment* pada foto-foto tersebut agar memiliki nuansa warna lebih *warm*, sehingga selaras dengan *tone* coklat yang menjadi identitas warna Alunara.



Gambar 3. 29 Desain Alunara Sebelum Revisi

Tahapan selanjutnya, penulis menambahkan headline “Ruang Komersial Baru, Ruko 2 & 3 Lantai di BSD Timur” sebagai pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Penulis juga menambahkan informasi harga “Harga mulai 1.7M*” dan keterangan “Segera Hadir, November 2025” sebagai informasi pendukung untuk memperkuat daya tarik promosi.

Dalam pemilihan *font*, penulis menggunakan jenis huruf yang telah ditetapkan secara khusus oleh Sinar Mas Land untuk proyek Alunara, yaitu ITC Caslon 224 Std sebagai font serif untuk headline dan Replica sebagai font sans serif untuk informasi tambahan serta keterangan lainnya. Pemilihan font tersebut bertujuan menjaga konsistensi identitas visual dan memastikan materi desain tetap selaras dengan *brand guideline* proyek Alunara.



Gambar 3. 30 Proses Revisi

Setelah proses desain selesai, penulis langsung mengirimkan hasil desain kepada Supervisor untuk mendapatkan evaluasi dan persetujuan. Dari proses evaluasi tersebut, penulis menerima masukan untuk memindahkan teks “Segera Launching November 2025” dari posisi kanan ke bagian kiri, tepat di area yang berdekatan dengan aset visual *lifestyle*, sehingga komposisi desain dan informasi tampak lebih seimbang.



Gambar 3. 31 Desain Final Alunara

Pada tahap akhir, setelah desain mendapat persetujuan dari Supervisor, penulis langsung menjadwalkan waktu unggahan Instagram post proyek Alunara. Penjadwalan dilakukan melalui fitur *schedule posting* dari Instagram agar konten dapat dipublikasikan sesuai waktu yang telah ditentukan. Dengan melakukan penjadwalan di waktu yang tepat, konten dapat menjangkau audiens secara efektif dan dapat meningkatkan *awareness* terhadap proyek yang baru diluncurkan.



Gambar 3. 32 Instagram Post Alunara

Desain tersebut dipublikasikan secara resmi melalui akun Instagram @sinarmas_land dan @bsdcommercial pada tanggal 31 Oktober 2025. Selain itu, penulis juga diminta untuk membuat caption sebagai pendukung visual, dengan tujuan memperjelas informasi promosi yang disampaikan. Melalui proses perancangan konten Instagram untuk proyek Alunara, penulis belajar untuk menyesuaikan desain dengan platform media digital, khususnya Instagram, agar konten tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi.

3.3.2.3 Proyek *Motion Graphic* Delrey

Selain membuat desain statis, penulis juga ikut berkontribusi dalam pembuatan konten *motion graphic* proyek Delrey untuk kebutuhan promosi melalui akun Instagram @bsdcommercial. Pembuatan *motion graphic* tersebut bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai proyek Delrey, serta menarik perhatian audiens.



Gambar 3. 33 Logo Delrey

Tolong bikinin delrey + asterra yaa jadi nya @Cindy tapi yg asterra deadlinenya masi senin gpp

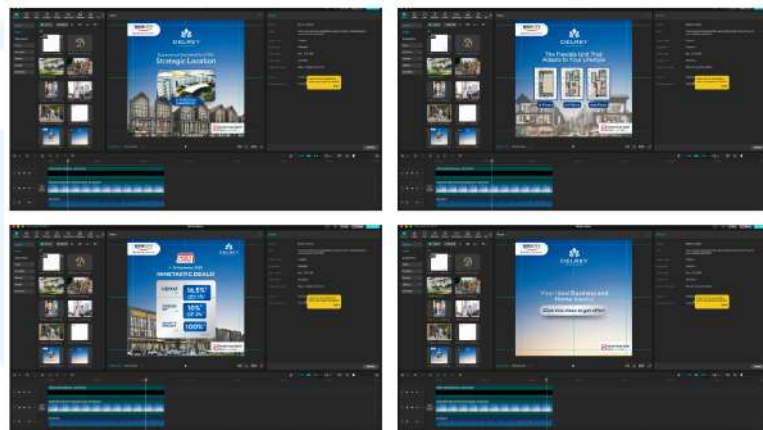
Edited 09.02

Gambar 3. 34 Brief Awal Motion Delrey



52
Perancangan Media Promosi..., Cindy, Universitas Multimedia Nusantara

Sebagai elemen desain pendukung, penulis juga menambahkan aset visual Delrey yang telah dirancang sebelumnya di bagian tengah, kemudian penulis menambahkan *headline* “*Experience Hybrid Home and Business, All in One Place*” sebagai pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Seluruh elemen visual tersebut kemudian diberikan animasi gerak agar tampilan lebih dinamis dan menarik.

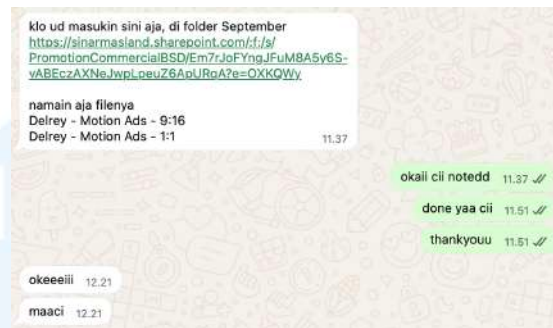


Gambar 3. 36 Proses Desain Motion

Selanjutnya, penulis menambahkan informasi mengenai fasilitas pendukung yang berada di sekitar kawasan Delrey, mulai dari sekolah hingga perumahan. Setelah itu, penulis memaparkan tipe-tipe unit Delrey sebagai informasi pendukung. Penulis juga mencantumkan promo yang sedang berlangsung pada bulan tersebut sebagai informasi tambahan yang bagi calon konsumen.

Pada bagian akhir *motion graphic*, penulis menambahkan *copywriting* “*Your Ideal Business and Home Await!*” serta *call to action* “*Click this video to get offers*” sebagai ajakan kepada audiens untuk mengetahui lebih lanjut informasi promo Delrey. Seluruh aset visual yang digunakan berasal dari aset internal perusahaan dan penulis berikan

animasi gerak agar konten mampu menarik perhatian audiens dan efektif dalam menyampaikan pesan.



Gambar 3. 37 Approval Motion

Sesudah proses pembuatan *motion graphic* selesai, penulis langsung mengirimkan hasil *motion* kepada Supervisor. Setelah mendapat *approval*, penulis langsung menjadwalkan posting *motion graphic* Delrey di Instagram post melalui akun @bsdcommercial agar informasi promosi proyek Delrey dapat tersampaikan kepada audiens sesuai waktu yang ditentukan.



Gambar 3. 38 Motion Delrey

Motion tersebut diunggah pada tanggal 17 Oktober 2025 melalui akun Instagram @bsdcommercial. Selain itu, penulis juga menyusun *caption* sebagai pendukung konten Delrey, dengan tujuan agar informasi promosi tersampaikan secara jelas kepada audience. Melalui pembuatan *motion* tersebut, penulis memperoleh pengalaman dan pembelajaran dalam

merancang *motion graphic*. Pada proses awal penulis masih kesulitan dalam pembuatan motion, namun hal tersebut mendorong penulis untuk mempelajari *motion graphic*, serta meningkatkan kemampuan teknis dalam mengolah konten promosi digital.

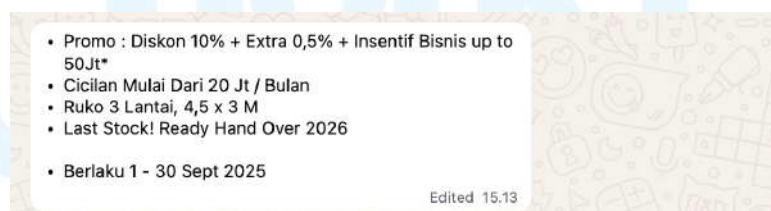
3.3.2.4 Proyek Banner Northridge Ultimate

Pada tanggal 23 September 2025, penulis diminta untuk membuat desain banner proyek Northridge untuk kebutuhan promosi *outdoor*, serta mendukung aktivitas pemasaran proyek Northridge agar lebih dikenal masyarakat.



Gambar 3. 39 Logo Northridge

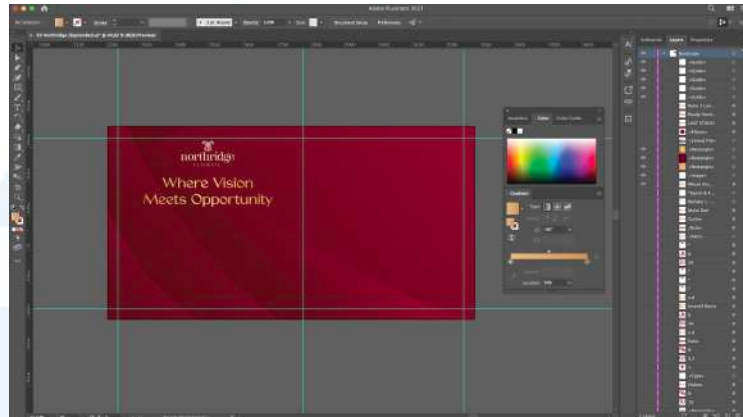
Northridge Business Center merupakan kawasan komersial di BSD City, memiliki potensi market yang besar karena berlokasi strategis dan mudah diakses. Kawasan tersebut dikelilingi fasilitas pendukung seperti perumahan, pusat belanja, serta perkantoran, sehingga ideal sebagai lokasi untuk mengembangkan bisnis.



Gambar 3. 40 Brief Awal

Supervisor memberikan *brief* secara langsung melalui WhatsApp. Dalam *brief* tersebut, penulis diminta untuk membuat desain banner dengan ukuran 5 x10 meter yang mencakup beberapa informasi mengenai Northridge, yaitu promo “Diskon 10% + ekstra 0,5% + insentif bisnis hingga 50 juta”, serta “Cicilan mulai dari 20 juta/bulan” sebagai informasi pendukung. Selain itu, penulis diminta untuk mencantumkan keterangan

tipe ruko, serta *call to action* “Last Call, Ready Hand Over 2026”, dan tanggal berlaku promo.



Gambar 3. 41 Proses Awal

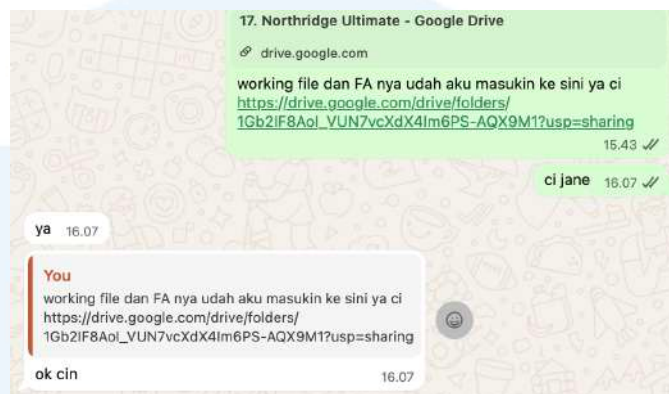
Pada tahap awal, penulis membuat *grid* sebagai panduan agar komposisi desain tetap proporsional dan tertata. Selanjutnya, penulis menambahkan latar belakang berwarna maroon sesuai dengan *brand guideline* Northridge. Setelah itu, penulis menambahkan logo Northridge serta headline berupa “Where Vision Meets Opportunity” sebagai pesan utama yang ingin disampaikan dalam materi promosi.



Gambar 3. 42 Proses Desain

Selanjutnya pada tahap perancangan desain, penulis menambahkan 3D render fasad Northridge pada sisi kiri sebagai elemen visual utama, disertai keterangan tipe unit sebagai informasi pendukung. Pada sisi kanan, penulis memasukkan informasi promo Northridge sesuai dengan *brief* yang telah diberikan. Di bagian tengah, penulis menambahkan *emblem*

berbentuk lingkaran berisi “*Last Call – Hand Over 2026*” sebagai *highlight* untuk menarik perhatian audiens. Sementara itu, di bagian kanan bawah penulis mencantumkan masa berlaku promo dan keterangan “*Term & Condition*” sebagai pelengkap informasi.



Gambar 3. 43 Proses Approval

Kemudian, setelah penulis menyelesaikan desain banner, penulis segera mengirimkan hasil desain kepada Supervisor untuk ditinjau lebih lanjut. Setelah dilakukan evaluasi, desain di *approve* tanpa adanya revisi. Selanjutnya, penulis diminta untuk mengunggah *file* desain ke *Google Drive* agar dapat diproses lebih lanjut oleh tim.



Gambar 3. 44 Desain Final Banner Northridge

Gambar di atas merupakan hasil final materi desain banner proyek Northridge. Melalui proyek ini, penulis belajar menyesuaikan desain dengan ukuran media yang besar agar informasi tetap terbaca dengan jelas, sekaligus menjaga keseimbangan antara elemen visual dan pesan promosi.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan program magang di Sinar Mas Land selama 4 bulan sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran dalam merancang berbagai materi desain untuk kebutuhan promosi perusahaan, baik pada media cetak maupun digital. Pengalaman tersebut tidak hanya meningkatkan kemampuan *hard skill* penulis dalam bidang desain grafis, tetapi juga mengembangkan kemampuan *soft skill* seperti pengaturan waktu, tanggung jawab, dan keterampilan bekerja sama dalam tim.

Dalam proses perancangan desain proyek, penulis menghadapi beberapa tantangan dalam dunia kerja. Tantangan tersebut mendorong penulis untuk dapat beradaptasi dalam hal teknis, waktu, serta koordinasi dengan tim. Selama proses tersebut, penulis memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran untuk dapat menyelesaikan setiap tugas yang diberikan secara profesional, tanggung jawab, dan sesuai standar perusahaan. Berikut ini beberapa kendala dan tantangan yang penulis hadapi selama menjalani program magang, beserta solusi yang penulis lakukan agar kegiatan program magang tetap dapat berjalan dengan baik.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di Sinar Mas Land, penulis menghadapi beberapa tantangan dan kendala selama proses mengerjakan berbagai proyek desain. Berikut merupakan beberapa kendala yang penulis temui selama pelaksanaan program magang.

1. Pemberian *brief* yang kurang jelas

Beberapa *brief* yang diterima penulis terkadang disampaikan secara singkat dan kurang lengkap, serta detail dari awal. Sehingga, menyebabkan penulis harus melakukan revisi di tengah proses pengerjaan desain atau setelah desain selesai. Hal tersebut, membuat proses pengerjaan desain menjadi kurang efisien dan optimal karena penulis harus melakukan revisi berulang kali, termasuk revisi mayor yang menghabiskan lebih

banyak waktu dibandingkan jika *brief* diberikan dengan lengkap sejak awal.

2. Perbedaan gaya visual antar proyek

Dalam proses merancang desain, penulis cukup mengalami kesulitan dalam menyesuaikan gaya visual setiap proyek Sinar Mas Land, karena masing-masing proyek memiliki karakter, gaya visual, serta warna yang berbeda-beda. Hal tersebut membuat penulis harus beradaptasi setiap kali mengerjakan materi proyek baru, agar desain yang dihasilkan dapat tetap konsisten dengan identitas masing-masing proyek.

3. Permintaan pengerjaan desain dengan tenggat waktu singkat

Pada beberapa waktu, penulis diminta untuk membuat beberapa materi desain dalam waktu yang bersamaan, namun dengan tenggat waktu yang terbatas. Hal tersebut menjadi kendala bagi penulis karena kesulitan dalam mengatur waktu dan prioritas. Sehingga, membuat penulis kewalahan dan proses pengerjaan desain menjadi kurang optimal karena keterbatasan waktu.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang, penulis menghadapi berbagai kendala dalam proses pengerjaan desain. Hal tersebut mendorong penulis untuk mencari solusi agar permasalahan yang ada dapat diselesaikan dan proses pengerjaan desain dapat berjalan secara optimal. Berikut ini beberapa solusi yang penulis terapkan untuk mengatasi hambatan yang muncul selama pelaksanaan program magang.

1. Mengkonfirmasi ulang *brief* sebelum memulai perancangan

Penulis menanyakan dan memastikan ulang *brief* yang diberikan oleh tim, agar informasi terkait *brief* menjadi lebih detail dan dapat dipahami dengan jelas sehingga tidak terjadi miskomunikasi. Selain itu, terkadang penulis juga meminta

contoh referensi desain, agar hasil desain dapat sesuai dengan ekspektasi perusahaan dan meminimalisir terjadinya revisi.

2. Menjadikan *brand guideline* proyek sebagai panduan

Dalam proses merancang desain, penulis menjadikan *e-brochure* proyek sebagai acuan *brand guideline*. Sehingga, penulis dapat menyesuaikan konsep desain dengan gaya visual dan karakter masing-masing proyek. Selain itu, penulis juga mempelajari materi desain proyek yang sebelumnya telah dirancang sebagai referensi agar *tone*, warna, dan gaya visual yang digunakan tetap selaras, konsisten, dan sesuai standar perusahaan.

3. Membagi waktu dan menentukan prioritas kerja

Supaya penulis tidak kewalahan dan kebingungan dalam mengerjakan beberapa materi desain dalam waktu yang bersamaan dan terbatas, penulis membagi serta menyusun prioritas pekerjaan berdasarkan tingkat kebutuhan, dimulai dari tugas yang paling dibutuhkan hingga yang tidak terlalu dibutuhkan dengan cepat. Dengan menerapkan hal tersebut, penulis dapat mengatur waktu menjadi lebih efektif, sehingga proses perancangan desain dan hasil desain dapat lebih terstruktur dan optimal.