

**PEMBUATAN E-MAGAZINE SEBAGAI OPTIMALISASI
STRATEGI MARKETING PROPERTI HUNIAN
PADA SINARMAS LAND PLAZA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Vallencia Natalie Bong

00000069660

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PEMBUATAN E-MAGAZINE SEBAGAI OPTIMALISASI
STRATEGI MARKETING PROPERTI HUNIAN
PADA SINARMAS LAND PLAZA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

VALLENCIA NATALIE

00000069660

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vallencia Natalie Bong

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069660

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

**PEMBUATAN E-MAGAZINE SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI
MARKETING PROPERTI HUNIAN PADA SINARMAS LAND PLAZA**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 December 2025



Vallencia Natalie Bong

HALAMAN PENGESAHAN
Skripsi Berbasis Karya dengan judul
**PEMBUATAN E-MAGAZINE SEBAGAI OPTIMALISASI
STRATEGI MARKETING PROPERTI HUNIAN
PADA SINARMAS LAND PLAZA**
Oleh

Nama : Vallencia Natalie Bong
NIM : 00000069660
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

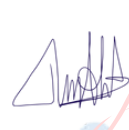
Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Januari 2025
Pukul 16.00 s.d 18.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



SitiFifthya Mauldina, S.Sos., M.S
NUPTK 7556755656230102

Penguji



Date:
2026.01.22
12:00:50
+07'00'

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Pembimbing



Digitally signed
by Dian
Nuranindya
Date: 2026.01.22
15:42:58 +07'00'

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0314128502

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.26
13:42:16 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vallencia Natalie Bong

NIM : 00000069660

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pembuatan E-Magazine
Optimalisasi Strategi Marketing Properti Hunian pada Sinarmas Land Plaza

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam *repository Knowledge Center* sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

Tangerang, 15 Desember 2025

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Vallencia Natalie Bong

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yesus, atas selesainya penulisan skripsi karya ini dengan judul:

“PEMBUATAN E-MAGAZINE SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI MARKETING PROPERTI HUNIAN PADA SINARMAS LAND PLAZA”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi karya ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliandi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Magang dan Ketua Sidang yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan semangat atas terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., [M.Si.](#) selaku Dosen Penguji dan Ibu Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., [M.Si.](#) selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan hingga terselesainya skripsi ini.
6. Bapak Anton Wisnu Nugroho, M.Si selaku Dosen Ahli yang telah memberikan masukan sehingga terselesainya karya ini.

Tangerang, 15 Desember 2025



Vallencia Natalie Bong

PEMBUATAN E-MAGAZINE SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI MARKETING PROPERTI HUNIAN PADA SINARMAS LAND PLAZA

Vallencia Natalie Bong

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan dalam memasarkan produk, termasuk di industri properti yang kini memanfaatkan media digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Sinarmas Land Plaza sebagai salah satu pengembang properti ternama perlu berinovasi dalam strategi pemasarannya agar tetap relevan dan menarik di tengah persaingan pasar yang ketat. Melalui karya ini, dilakukan perancangan dan pembuatan e-magazine sebagai salah satu bentuk optimalisasi strategi marketing properti hunian. Data sebagai dasar pembuatan karya ini diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara dengan tim pemasaran Sinarmas Land Plaza, serta studi literatur mengenai konsep *Content Marketing*, *Visual Communication Design*, dan *Integrated Marketing Communication (IMC)*. Proses perancangan karya meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan fokus pada aspek desain visual, penyusunan konten informatif, dan strategi distribusi digital. Hasil karya berupa

komunikasi digital yang lebih menarik sebagai produk hunian Sinarmas Land Plaza secara menarik, interaktif, dan informatif. *E-magazine* ini dinilai mampu memperkuat citra perusahaan, meningkatkan daya tarik audiens terhadap produk, serta menjadi alternatif media promosi yang lebih efisien dibandingkan media cetak konvensional. Kesimpulan dari karya ini adalah bahwa *e-magazine* dapat menjadi strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam memperluas jangkauan informasi, meningkatkan engagement, dan memperkuat *branding* properti hunian di era digital.

Katakunci: *digital marketing*, *e-magazine*, properti hunian, Sinarmas Land Plaza, strategi pemasaran.

THE CREATION OF AN E-MAGAZINE AS AN OPTIMIZATION STRATEGY FOR RESIDENTIAL PROPERTY MARKETING AT SINARMAS LAND PLAZA

Vallencia Natalie Bong

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed how companies market their products, including in the property industry, which increasingly relies on digital media to reach wider audiences. As one of Indonesia's leading property developers, Sinarmas Land Plaza needs to innovate its marketing strategies to remain relevant and appealing amid intense market competition. This work focuses on the design and production of an e-magazine as an effort to optimize marketing strategies for residential property promotion. This study employs a practice-based research method with a descriptive qualitative approach. Data were collected through field observation, interviews with the Sinarmas Land Plaza marketing team, and literature studies on Content Marketing, Visual Communication Design, and Integrated Marketing Communication (IMC) theories. The creative process consisted of pre-production, production, and post-production stages, emphasizing visual design, informative content development, and digital distribution strategies. The final product, an interactive digital e-magazine, functions as a visual communication medium to showcase Sinarmas Land Plaza's residential properties in an engaging and informative way. The e-magazine effectively strengthens the company's brand image, enhances audience interest, and serves as a more efficient promotional tool compared to conventional print media. The results indicate that an e-magazine can serve as an effective marketing communication strategy to expand information reach, increase audience engagement, and reinforce property branding in the digital era.

Keywords: digital marketing, e-magazine, properti hunian, Sinarmas Land Plaza, strategi pemasaran.

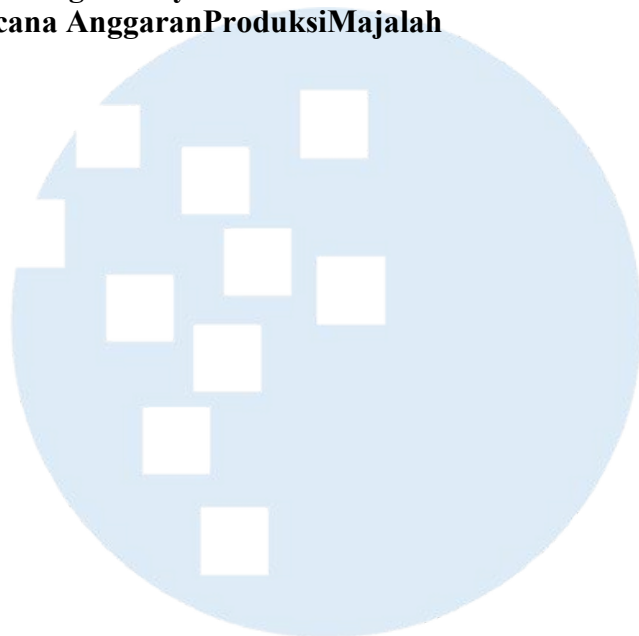
DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Karya.....	9
1.3 Kegunaan Karya.....	9
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	11
BAB II	
KERANGKA KONSEPTUAL.....	13
2.1 Referensi Karya.....	13
2.2. Landasan Konsep.....	17
2.2.1. Magazine Production.....	17
2.2.2. Content Writing.....	25
2.2.3. Visual Storytelling.....	31
BAB III	
METODOLOGI PERANCANGAN KARYA.....	37
3.1 Tahapan Pembuatan.....	37
3.1.1. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.1.2. Metode Perancangan Karya.....	38
3.1.2.1 Pra-Produksi.....	38
3.1.2.2. Produksi.....	49
3.1.2.3. Pasca Produksi.....	49

3.2 Rencana Anggaran.....	50
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	51
BAB IV	
HASIL KARYA.....	52
4.1 Strategi Perancangan.....	52
4.1.1 Profil Perusahaan.....	52
4.1.2 Hasil Pengumpulan Data.....	54
4.1.2.1 Hasil Wawancara.....	54
4.1.2.2 Penentuan Konsep dan Tema	
4.1.2.3 Perencanaan Konten dan Rubrikasi	
4.1.2.4 Penyusunan Naskah Awal dan Visual Reference.....	58
4.1.2.5 Creative Brief.....	58
4.2 Implementasi Karya.....	64
4.2.1. Sinarmas Land Guidelines.....	64
4.2.2. Aset Foto dan Gambar Sinarmas Land.....	67
4.2.3 Hasil Karya E-magazine Sinarmas Land.....	68
4.3 Evaluasi.....	87
4.3.1 Evaluasi Pra Publikasi.....	87
4.3.2 Evaluasi Pasca Publikasi kepada Stakeholders Internal dan Eksternal.....	88
BAB V	
KESIMPULAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
5.2.1. Saran Akademis.....	96
5.2.2. Saran Praktis.....	96
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya	14
Tabel 3.1 Content Pillar	42
Tabel 3.2 Paginasi E-Magazine	43
Tabel 3.3 Perancangan Karya	45
Tabel 3.4 Rencana Anggaran Produksi Majalah	47

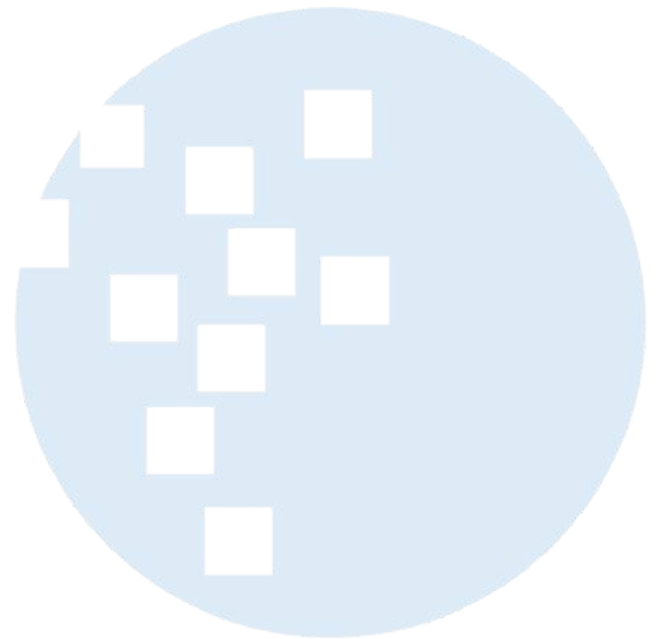


UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Channel WA Blast	4
Gambar 1.2 Channel Instagram	5
Gambar 1.3 Channel TikTok	6
Gambar 1.4 Channel YouTube	7
Gambar 2.1 Font Helvetica	19
Gambar 2.2 Font Inter	20
Gambar 2.3 Font Cinzel	20
Gambar 2.4 Warnamerah(#E1251B),abu-abutua(#4B4B4B)	21
Gambar 4.1 Sketch/Draftpenyusunankonten&rubrikasi	56
Gambar 4.2 Font <i>Inter</i>	59
Gambar 4.3 Font <i>Cinzel</i>	59
Gambar 4.4 Warnamerah(#E1251B),abu-abutua(#4B4B4B)	60
Gambar 4.5 CoverE-Magazine	62
Gambar 4.6 LogoSinarmasLand	64
Gambar 4.7 Warnamerah(#E1251B),abu-abutua(#4B4B4B)	65
Gambar 4.8 Font <i>Inter</i>	66
Gambar 4.9 FolderAsetFotoSinarmasLand	67
Gambar 4.10 CoverE-magazine	69
Gambar 4.11 Iklan	70
Gambar 4.12 Editor'sNote	71
Gambar 4.13 RevisiEditor'sNote	71
Gambar 4.14 Editorial	72
Gambar 4.15 TableofContent	73
Gambar 4.16 RevisiTableofContent	73
Gambar 4.17 CommunityStory	74
Gambar 4.18 RevisiCommunityStory	74
Gambar 4.19 NeighborhoodFeatures	75
Gambar 4.20 RevisiNeighborhoodFeatures	75
Gambar 4.21 PropertyShowcase	77
Gambar 4.22 RevisiPropertyShowcase	77
Gambar 4.23 InvestmentTalk	78
Gambar 4.24 RevisiInvestmentTalk	78
Gambar 4.25 SustainabilityCorner	79
Gambar 4.26 RevisiSustainabilityCorner	79
Gambar 4.27 Lifestyles&Design	80
Gambar 4.28 RevisiLifestyles&Design	80
Gambar 2.29 PhotoStory	81
Gambar 2.30 RevisiPhotoStory	81
Gambar 4.31 PropertyTips	81
Gambar 4.32 RevisiPropertyTips	82
Gambar 4.33 Trends&MarketReviews	82
Gambar 4.34 RevisiTrends&MarketReviews	83
Gambar 4.35 Promo&SpecialOffer	83
	84

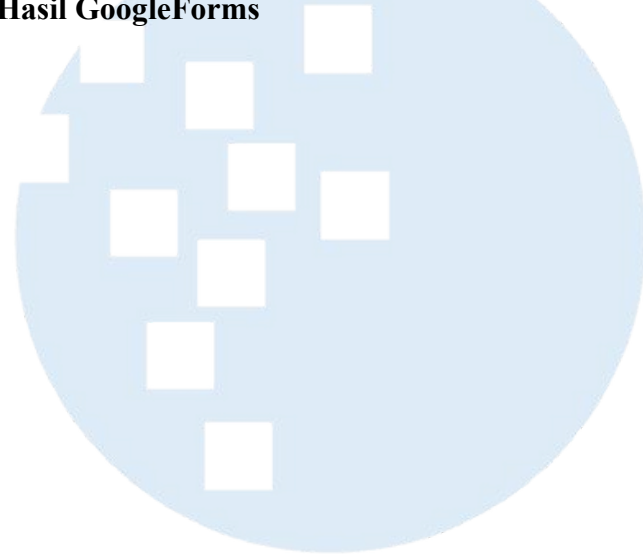
Gambar 4.36 Revisi Promo&SpecialOffer	84
Gambar 4.37 Achievements,FunFactdanUpcomingEvent	85
Gambar 4.38 Closing & ContactInfo	86
Gambar 4.39 Hasil Kuesioner	89



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Hasil KaryaE-magazineSinarmasLand	97
Lampiran B. Turnitin	11
Lampiran C. KonsultasiFormDenganDosenPembimbing	2
Lampiran D. KonsultasiFormDenganDosenAhli	114
Lampiran E. Surat PerizinanPenulisanKarya	16
Lampiran F. TranskripWawancara	117
Lampiran G. Hasil GoogleForms	121



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA