

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Badan Usaha

Sinar Mas Land merupakan pengembang properti terbesar dan paling beragam di Indonesia yang berada di bawah naungan Sinar Mas Group. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di Singapura dan terdaftar sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Singapura (*Singapore Exchange*). Dengan pengalaman lebih dari 50 tahun, Sinar Mas Land telah membangun reputasi global dengan portofolio proyek yang tersebar di Indonesia, Tiongkok, Malaysia, hingga Britania Raya (Sinar Mas Land, n.d.).

2.1.1 Profil Badan Usaha

Sinar Mas Land memiliki visi untuk menjadi pengembang properti terkemuka di Asia Tenggara yang dipercaya oleh pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Misi perusahaan adalah menyediakan solusi properti yang inovatif serta berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat di setiap kawasan yang dikembangkan. Bidang usaha utama perusahaan sangat luas, mencakup pengembangan kota mandiri (*township*), perumahan, apartemen, kawasan komersial, pusat konvensi, kawasan industri, hingga perhotelan dan lapangan golf (Sinar Mas Land, n.d.).



Gambar 2.1 Logo Sinar Mas Land
Sumber: www.sinarmasland.com

Identitas visual perusahaan diwakili oleh logo Sinar Mas Land yang terdiri dari elemen logogram berwarna merah dan emas disertai tipografi yang modern. Warna merah melambangkan semangat dan keberanian, sedangkan warna emas mencerminkan kemakmuran serta standar kualitas tinggi yang

dijaga oleh perusahaan. Logo ini menjadi jaminan kepercayaan bagi konsumen terhadap seluruh produk properti dan layanan yang dipasarkan di bawah merek Sinar Mas Land (Sinar Mas Land, n.d.).

2.1.2 Sejarah Badan Usaha

Sejarah Sinar Mas Land dimulai pada Januari 1994 dengan berdirinya *AFP Properties Ltd* yang kemudian melantai di Bursa Efek Singapura pada tahun 1997. Namun, fondasi bisnisnya di Indonesia telah dimulai lebih awal melalui PT Duta Pertiwi yang membangun permukiman pada tahun 1988 serta memulai proyek ITC Mangga Dua pada 1989. Di tahun yang sama, perusahaan mulai mengembangkan proyek *township* terbesarnya, yaitu BSD City, yang kini telah bertransformasi menjadi kota mandiri terintegrasi dengan luas mencapai setengah kota Paris (Sinar Mas Land, n.d.).



Gambar 2.2 Kantor Sinar Mas Land Plaza
Sumber: www.sinarmasland.com

Pada tahun 2010, Sinar Mas Land secara resmi menjadi pengembang terbesar di Indonesia dengan bergabungnya PT Bumi Serpong Damai Tbk dan PT Duta Pertiwi Tbk sebagai anggota utamanya. Perusahaan kemudian melakukan *rebranding* pada April 2011 dengan mengubah nama *AFP Properties Limited* menjadi Sinar Mas Land Limited untuk memperkuat identitasnya di pasar internasional. Hingga saat ini, perusahaan terus berekspansi secara global dengan mengakuisisi berbagai aset di London serta

mengembangkan *Integrated Smart Digital City* melalui kolaborasi dengan berbagai mitra teknologi dunia (Sinar Mas Land, n.d.).



Gambar 2.3 Aeon Mall BSD
Sumber: sinarmasland.com

Memasuki periode 2013 hingga 2015, Sinar Mas Land memperkuat posisinya melalui berbagai aliansi strategis dengan mitra internasional. Perusahaan menjalin kerja sama dengan Hongkong Land untuk mengembangkan kawasan hunian eksklusif Nava Park di BSD City, serta berkolaborasi dengan AEON Mall Indonesia untuk menghadirkan pusat perbelanjaan bertaraf internasional. Pada periode ini pula, beberapa ikon penting di BSD City resmi dioperasikan, seperti pusat ritel *lifestyle* The Breeze, gedung konvensi terbesar di Indonesia yakni Indonesia Convention Exhibition (ICE), serta AEON Mall BSD City yang mempertegas dominasi perusahaan dalam sektor properti komersial.



Gambar 2.4 BSD City
Sumber: sinarmasland.com

Transformasi besar kembali dilakukan pada tahun 2017 dengan menetapkan visi BSD City sebagai *Integrated Smart Digital City*. Langkah nyata dari visi ini ditandai dengan pembangunan Digital Hub, sebuah kawasan

yang dirancang khusus untuk ekosistem teknologi dan kreatif yang sering dijuluki sebagai "Silicon Valley" versi Indonesia. Keberhasilan inisiatif digital ini menarik minat pemain teknologi global, terbukti dengan pembukaan Apple Developer Academy pertama di Asia pada tahun 2018, serta kolaborasi strategis dengan Grab Indonesia (2019) dan Amazon *Web Services* (2020) untuk memperkuat infrastruktur berbasis *cloud* dan teknologi pintar di seluruh kawasan pengembangannya.

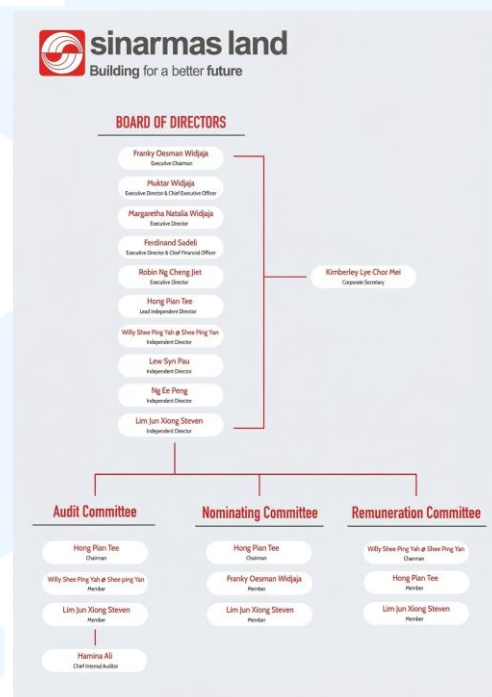


Gambar 2.5 Easvara Mall BSD
Sumber: sinarmasland.com

Dalam kurun waktu 2022 hingga 2024, Sinar Mas Land terus menunjukkan progresivitasnya melalui pengembangan infrastruktur dan ekspansi produk yang inovatif. Pengoperasian Jalan Tol Serpong-Balaraja (Serbaraja) Seksi 1A pada tahun 2022 menjadi tonggak penting dalam meningkatkan aksesibilitas kawasan BSD City. Memasuki tahun 2023 dan 2024, perusahaan semakin gencar mengembangkan pusat kuliner dan gaya hidup melalui proyek RANS Nusantara Hebat serta pembangunan EASTVARA Mall. Selain itu, peluncuran Biomedical Campus di kawasan Digital Hub serta pembukaan AEON Mall Kota Deltamas pada tahun 2024 menjadi bukti nyata bahwa perusahaan tetap konsisten dalam menghadirkan inovasi hunian dan komersial yang relevan dengan kebutuhan pasar masa kini.

2.2 Struktur Organisasi Badan Usaha

Struktur organisasi PT Sinar Mas Land berfungsi sebagai pedoman pembagian kerja serta tanggung jawab demi tercapainya efisiensi operasional perusahaan. Sistem hierarki perusahaan bertujuan mendukung koordinasi antar lini bisnis menjangkau unit operasional tingkat lapangan. Pengaturan posisi tersebut memastikan setiap keputusan strategis terimplementasi melalui aksi nyata pada setiap departemen secara sistematis. Pada level tertinggi, arah kebijakan perusahaan ditentukan oleh jajaran *Board of Directors* yang menaungi berbagai komite pengawas serta direksi pelaksana. Susunan pimpinan korporat ini mencakup fungsi pengawasan finansial dan operasional global untuk menjaga stabilitas bisnis Sinar Mas Land di pasar properti internasional. Tata letak wewenang pada tingkat pusat ini digambarkan melalui susunan struktur organisasi korporat di bawah ini.

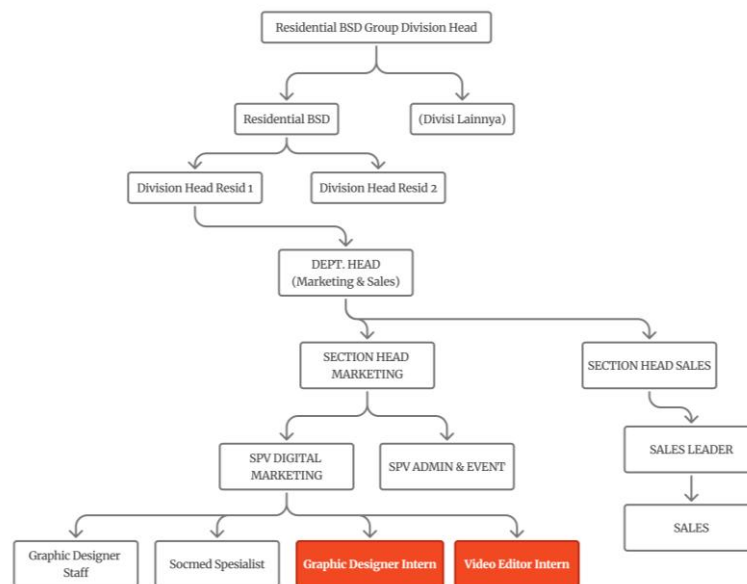


Gambar 2.6 Struktur Organisasi Sinar Mas Land
Sumber: www.sinarmasland.com

Pembagian wewenang tingkat direksi menjadi fondasi utama perusahaan mengelola aset properti wilayah internasional. Koordinasi strategis tersebut kemudian terdistribusi melalui berbagai divisi khusus guna menangani operasional

proyek secara mendetail. Alur tersebut menjamin setiap kebijakan pusat terimplementasi sesuai kebutuhan spesifik setiap unit bisnis.

Unit bisnis *Residential BSD* berfokus utama terhadap pengembangan kawasan hunian menggunakan struktur organisasi teknis guna mendukung target pemasaran wilayah BSD City. Penulis menempati jalur koordinasi tim kreatif naungan departemen pemasaran yang bertugas memproduksi aset visual kebutuhan promosi. Rantai komando tingkat divisi menghubungkan posisi penulis bersama jajaran manajemen terjabarkan melalui bagan organisasi.



Gambar 2.7 Struktur Organisasi Divisi Terkait

Jabatan *Division Head* memegang otoritas tertinggi dalam operasional proyek Residential BSD, dengan garis instruksi langsung kepada kepala departemen *Marketing & Sales*. Departemen ini bertanggung jawab mengelola seluruh aspek komersial kawasan hunian melalui sinergi antara tim sales dan tim promosi di bawah arahan *Section Head*. Penulis secara spesifik ditempatkan sebagai Graphic Designer Intern yang berada di bawah supervisi langsung dari Supervisor Digital Marketing.

Dalam dinamika pekerjaan di lapangan, penulis tidak hanya berperan dalam perancangan aset visual statis sesuai dengan posisi awal saat pendaftaran magang, namun juga merangkap peran sebagai Video Editor. Perluasan tanggung jawab ini dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap strategi pemasaran properti masa kini yang sangat bergantung pada konten media sosial yang dinamis dan interaktif. Mengingat target audiens di era digital memerlukan pendekatan visual yang lebih atraktif untuk meningkatkan *engagement*, penulis dituntut untuk mampu memproduksi aset komunikasi yang variatif. Dengan demikian, lingkup pekerjaan penulis mencakup pengembangan konsep kreatif dari media promosi cetak hingga produksi serta penyuntingan video pendek (*reels/motion graphic*) guna mendukung efektivitas strategi pemasaran perusahaan secara profesional.

2.3 Portofolio Badan Usaha

Sinar Mas Land memiliki berbagai jenis proyek properti dengan skala pengembangan yang luas, mulai dari pembangunan kota mandiri hingga kawasan komersial. Keberagaman portofolio ini menuntut adanya strategi komunikasi visual yang tepat agar setiap pesan dan nilai jual produk dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens yang berbeda. Sebagai bagian dari tim kreatif, pemahaman terhadap karakteristik setiap produk menjadi dasar utama bagi penulis dalam menentukan pendekatan desain yang efektif.

2.3.1 Jasa dan Produk Utama

Sebagai pengembang dengan skala operasional yang luas, Sinar Mas Land membagi fokus bisnisnya ke dalam beberapa kategori utama yang mencakup area hunian, komersial, hingga fasilitas publik. Keberagaman produk ini mengharuskan adanya pendekatan komunikasi yang berbeda agar setiap aset visual memiliki relevansi kuat dengan target pasarnya. Seluruh jenis layanan dan produk unggulan tersebut dipetakan ke dalam beberapa pilar utama sebagai bagian dari ekosistem pengembangan perusahaan.

2.3.1.1 *Township Development*

Sinar Mas Land merupakan pionir dalam pengembangan kota mandiri (*township development*) berskala besar di Indonesia. Fokus utama dari kategori ini adalah menciptakan ekosistem urban yang terintegrasi, di mana area hunian disatukan dengan pusat bisnis, komersial, hingga zona industri. perusahaan memastikan setiap kawasan memiliki kemandirian infrastruktur sehingga penghuni dapat memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya dalam satu area yang terpadu.



Nuvasa Bay



Kota Wisata



Kota Deltamas

Gambar 2.8 Nuvasa, Kota wisata dan Kota Deltamas
Sumber: sinarmasland.com

Portofolio kota mandiri perusahaan mencakup berbagai proyek ikonik yang tersebar di lokasi strategis. BSD City menjadi proyek unggulan terbesar yang kini telah bertransformasi menjadi kota berbasis digital. Selain itu, terdapat kawasan Kota Wisata dan Legenda Wisata di Cibubur yang mengusung tema desain hunian unik, serta Grand Wisata di Bekasi yang memiliki aksesibilitas tinggi. Sinar Mas Land juga mengembangkan Kota Deltamas di Cikarang yang mengintegrasikan hunian dengan kawasan industri modern. Untuk ekspansi di luar Pulau Jawa, perusahaan memiliki Grand City Balikpapan dan Wisata Bukit Sentosa yang memperkuat dominasi perusahaan dalam sektor pengembangan kota mandiri secara nasional.

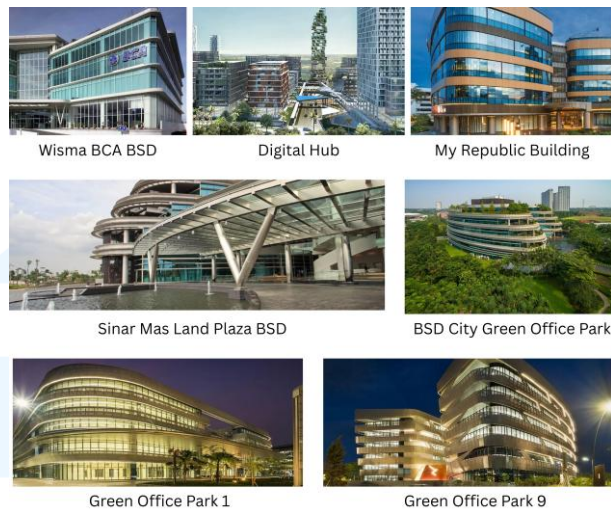


Gambar 2.9 BSD, Grand Wisata, Grand City
Sumber: sinarmasland.com

Seluruh pengembangan *township* ini dilengkapi dengan fasilitas publik yang komprehensif, mulai dari sekolah, pusat kesehatan, hingga akses transportasi yang terintegrasi. Hal ini dilakukan untuk menciptakan nilai tambah bagi kawasan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi regional di sekitar proyek tersebut. Dengan komitmen pada inovasi teknologi dan lingkungan hijau, Sinar Mas Land terus memastikan bahwa setiap kota mandiri yang dibangun mampu beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat modern di masa depan.

2.3.1.2 Commercial & Office

Sinar Mas Land menghadirkan berbagai gedung perkantoran premium yang dirancang untuk menunjang kebutuhan bisnis berskala global dengan standar operasional tinggi. Kawasan ini mencakup Sinar Mas Land Plaza sebagai pusat operasional utama, serta Green Office Park (GOP) yang menjadi pelopor perkantoran ramah lingkungan bersertifikasi hijau di Indonesia. Selain itu, terdapat pula pengembangan Digital Hub yang difokuskan bagi ekosistem industri teknologi, serta gedung-gedung prestisius lainnya seperti Wisma BCA BSD City dan My Republic Building yang memperkuat posisi kawasan sebagai pusat bisnis modern yang kompetitif.



Gambar 2.10 Gedung Perkantoran Sinar Mas Land
Sumber: sinarmasland.com

Keberadaan infrastruktur perkantoran tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ruang kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak aktivitas ekonomi yang signifikan bagi kawasan sekitarnya. Hal ini kemudian disinergikan dengan pengembangan sektor komersial yang bertujuan menyediakan ruang usaha strategis bagi para pengusaha maupun investor. Melalui integrasi antara area perkantoran dan zona komersial, perusahaan mampu menciptakan lingkungan bisnis yang produktif sekaligus menjamin aksesibilitas yang optimal bagi pertumbuhan berbagai unit usaha di setiap wilayah pengembangan.



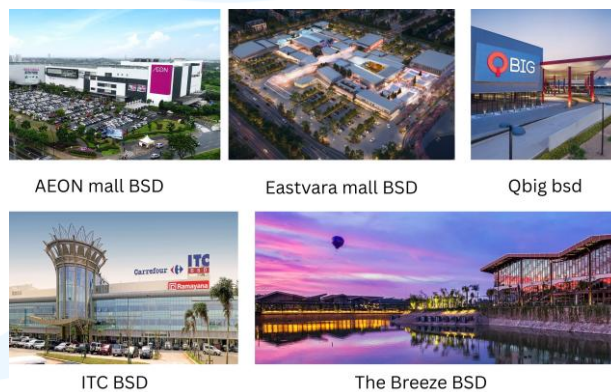
Gambar 2.11 Ruko komersial Sinar Mas Land
Sumber: sinarmasland.com

Dalam kategori komersial, perusahaan menawarkan solusi ruang usaha melalui konsep *Business Loft* yang mengedepankan eksklusivitas serta fungsionalitas bangunan. Proyek-proyek seperti

Capital Cove, *North Point*, dan *Virginia Arcade* dirancang secara spesifik dengan desain fasad modern guna meningkatkan visibilitas merek bagi pemilik bisnis. Setiap unit komersial ini ditempatkan pada titik strategis yang terhubung dengan akses utama, sehingga mampu memberikan nilai investasi yang tinggi serta mendukung kelancaran operasional ritel kelas atas secara profesional.

2.3.1.3 Retail & Hospitality

Sinar Mas Land menghadirkan pusat perbelanjaan dan perdagangan yang menjadi pusat gaya hidup masyarakat di berbagai lokasi strategis. Kawasan retail ini mencakup destinasi ikonik seperti The Breeze BSD City dengan konsep *open air lifestyle*, AEON Mall BSD City, serta QBig BSD City. Selain mal modern, perusahaan mengelola jaringan pusat perdagangan ritel melalui ITC Group, termasuk ITC Mangga Dua dan ITC Cempaka Mas, guna menyediakan ruang usaha produktif bagi berbagai segmen pasar.



Gambar 2.12 BSD Retail Bussiness
Sumber: sinarmaslan.com

Pengembangan sektor retail tersebut disinergikan dengan penyediaan fasilitas gaya hidup yang lebih luas guna meningkatkan nilai kawasan secara menyeluruh. Hal ini mendorong perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis ke sektor hospitality dan rekreasi yang berkualitas tinggi. Melalui integrasi antara pusat perbelanjaan dan

layanan akomodasi, perusahaan berupaya menciptakan ekosistem yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan, bisnis, serta kenyamanan bagi para pengunjung maupun penghuni di setiap wilayah pengembangan secara komprehensif.



Gambar 2.13 Hospitality Sinar Mas Land
Sumber: sinarmasland.com

Dalam sektor hospitality, perusahaan mengelola properti hotel prestisius dan fasilitas rekreasi berskala internasional. Portofolio ini mencakup Grand Hyatt Jakarta, Le Grandeur, hingga hotel bernuansa modern seperti Rooms Inc. Semarang. Selain akomodasi, perusahaan menyediakan olahraga dan hiburan seperti Damai Indah Golf, serta Ocean Park guna menunjang kebutuhan rekreasi dan memperkuat daya tarik kawasan yang dikembangkan Sinar Mas Land.

2.3.2 Pencapaian

Eksistensi Sinar Mas Land sebagai pengembang terkemuka dibuktikan melalui berbagai pengakuan bergengsi yang diraih secara berkelanjutan. Pada tahun 2020, perusahaan meraih gelar Best Housing Development untuk proyek Caelus di ajang Indonesia Property Awards. Prestasi ini diperkuat pada tahun 2021 melalui Global Good Governance (3G) Awards dalam kategori Green Innovation sebagai bentuk apresiasi atas inovasi lingkungan yang dikembangkan perusahaan secara konsisten.



Best Housing
Development 2020



Global Good Governance (3G)
Awards 2021



FIABCI World Prix
d'Excellence Awards 2022

Gambar 2.14 Penghargaan Sinar Mas Land Periode 2020-2022
Sumber: sinarmasland.com

Standar kualitas tersebut terus menempatkan perusahaan sebagai pemimpin pasar yang kompetitif di tingkat regional. Hal ini terbukti dengan diraihnya penghargaan FIABCI World Prix d'Excellence Awards 2022 untuk proyek QBIG BSD City. Keberhasilan ini disusul dengan gelar Best Developer pada PropertyGuru Indonesia Property Awards 2023, serta pencapaian sebagai Best Developer (Country Winner) di ajang PropertyGuru Asia Property Awards 2024 yang mengukuhkan dominasi korporat di Asia.



Best Developer Propertyguru
indonesia 2023



Best Developer (Country
Winner) 2024



Masterplan for Indonesia 2025

Gambar 2.15 Penghargaan Sinar Mas Land Periode 2023-2025
Sumber: sinarmasland.com

Memasuki periode terkini, komitmen terhadap inovasi berkelanjutan terus membawa dampak positif terhadap reputasi perusahaan. Pada tahun 2025, keunggulan dalam merancang kawasan terpadu diakui secara global melalui ajang Asia Pacific Property Awards yang memberikan penghargaan Masterplan for Indonesia untuk pengembangan Digital Hub. Deretan pencapaian strategis ini menjadi validasi atas kualitas tinggi yang senantiasa dijaga perusahaan guna memberikan nilai tambah bagi publik.

2.3.3 Media Promosi dan Program Sinar Mas Land

Keberhasilan Sinar Mas Land dalam mempertahankan reputasi sebagai pengembang terkemuka tentu harus didukung oleh strategi pemasaran yang kuat dan terstruktur. Untuk memastikan setiap nilai keunggulan proyek tersampaikan dengan baik kepada publik, perusahaan mengimplementasikan ekosistem promosi yang komprehensif. Pendekatan ini dieksekusi secara strategis melalui pemanfaatan berbagai saluran media komunikasi yang terintegrasi, mulai dari platform digital hingga media konvensional, guna menjangkau target audiens secara efektif dan optimal.

2.3.3.1 *Royal Key 2026*

Royal Key 2026 adalah program nasional Sinar Mas Land yang berlangsung sepanjang tahun mulai 22 Januari hingga 31 Desember 2026. Terbagi dalam empat tahap periode, kampanye ini menawarkan akses strategis melalui insentif berupa potongan harga hingga 23%, opsi uang muka 0%, serta dukungan dari 22 bank nasional dan syariah. Konsep "Royal" merepresentasikan aset bernilai tinggi, sementara "Key" melambangkan momentum kunci bagi masyarakat untuk memiliki hunian. Dengan berbagai pilihan produk siap huni di lokasi strategis, program ini bertujuan memberikan fleksibilitas transaksi finansial bagi konsumen secara optimal.



Gambar 2.16 Program Promosi Royal Key 2026
Sumber: sinarmasland.com

Analisis visual pada media promosi ini menunjukkan penggunaan dominan palet warna emas yang secara simbolis

merepresentasikan eksklusivitas dan nilai investasi tinggi dari aset properti tersebut. Kehadiran elemen maskot kunci yang memandu figur keluarga menapaki tangga bertingkat merupakan metafora visual mengenai kemudahan akses menuju stabilitas finansial dan peningkatan taraf hidup. Selain itu, penempatan visual bangunan di titik tertinggi tangga memperkuat pesan mengenai keberhasilan sebuah pencapaian, sekaligus mengukuhkan posisi perusahaan sebagai penyedia solusi hunian yang kredibel dan dapat diandalkan bagi masyarakat luas untuk memiliki rumah impian.

2.3.3.2 *Precious Program*

Sinar Mas Land menghadirkan Precious Membership sebagai program loyalitas eksklusif yang aktif secara otomatis bagi pembeli produk properti personal non-joint venture di berbagai kawasan. Program ini mengklasifikasikan anggotanya ke dalam empat tingkatan, yakni Bronze, Silver, Gold, dan Platinum, secara proporsional berdasarkan total nilai aset. Sebagai wujud apresiasi, anggota berhak menikmati keuntungan berkelanjutan, seperti tambahan diskon properti hingga 1,25%, insentif referral bernilai puluhan juta, serta penawaran gaya hidup dari mitra premium.



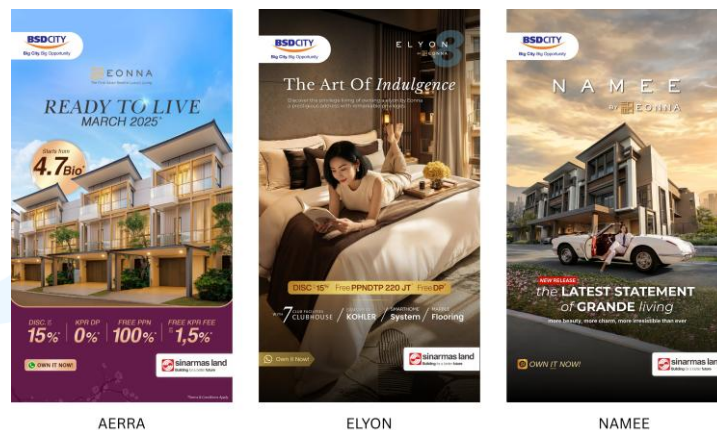
Gambar 2.17 Sinar Mas Land Precious
Sumber: sinarmasland.com

Mengomunikasikan nilai eksklusivitas tersebut secara visual, kampanye ini menggunakan tipografi skrip berwarna emas guna

merepresentasikan kemewahan layanan premium. Kehadiran figur pasangan yang menari di area dapur menjadi metafora kebahagiaan serta kenyamanan gaya hidup berkat kepemilikan hunian. Sementara itu, elemen garis abstrak emas yang mengalir melambangkan dinamika dan fleksibilitas keuntungan berlapis yang akan selalu menyertai setiap langkah anggota dalam program apresiasi ini.

2.3.3.3 Media Promosi Eonna

Mengusung konsep Luxury Korean *Newtro* Living, Eonna merupakan kawasan hunian premium di area strategis West BSD City yang memadukan arsitektur modern dengan elemen nostalgia elegan. Menyasar segmen kelas atas, kawasan prestisius ini merangkul tiga klaster eksklusif. Aerra hadir membawa sentuhan arsitektur Far East Asian, disusul Namee yang menonjolkan fasad tropis kontemporer lengkap dengan *breathing rooms*, serta Elyon sebagai penyempurna yang menawarkan desain tropis modern dengan fasilitas material premium, *ensuite bathroom*, dan ekosistem *smart home*.



Gambar 2.18 Media Promosi Eonna
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Mengomunikasikan eksklusivitas tersebut ke dalam ranah publikasi, deretan materi promosi kawasan ini secara konsisten merajut kemegahan arsitektur eksterior dengan intimasi gaya hidup di ruang

interior. Kemewahan tersebut direpresentasikan secara halus melalui kehadiran figur elegan yang bersanding dengan mobil klasik, hingga visual relaksasi di dalam ruang tidur berkelas. Pendekatan lifestyle ini didukung oleh sapuan pencahayaan keemasan serta aplikasi tipografi ramping, guna mengukuhkan identitas proyek sebagai simbol pencapaian dan status sosial tertinggi bagi penghuninya.

2.3.3.4 Media Promosi VA Promenade

Virginia Arcade Promenade merupakan tahap kedua pengembangan ruko komersial berkonsep boutique office bergaya Eropa di jantung Central Business District BSD City. Menjawab tingginya permintaan pascapandemi, kawasan ini menghadirkan desain fasad ganda berskema semi-outdoor yang dilengkapi rooftop alfresco. Guna menarik minat investor, Sinar Mas Land menawarkan unit tiga lantai ini mulai dari harga dua miliaran, lengkap dengan insentif bisnis, potongan harga, dan subsidi uang muka.



Gambar 2.19 Media Promosi VA Promenade
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Mengomunikasikan potensi investasi tersebut, materi promosi menonjolkan ilustrasi arsitektur modern dengan pencahayaan hangat guna mempertegas suasana komersial yang hidup dan dinamis. Penempatan tipografi emas bertajuk "1 Ruko untuk 3 Bisnis" menjadi strategi penyampaian pesan efisiensi tata ruang berfasad ganda. Pesan

komersial ini semakin diperkuat melalui paduan panel informasi berwarna ungu pekat di bagian bawah, memberikan sorotan fokus pada rincian kemudahan transaksi bagi calon pembeli.

2.3.3.5 Media Promosi Excelia

Excelia merupakan proyek hunian berdesain modern minimalis yang dikembangkan di kawasan Banjar Wijaya, Tangerang. Dirancang secara khusus bagi keluarga muda urban, klaster eksklusif ini menawarkan pilihan tempat tinggal praktis dengan harga yang jauh lebih terjangkau, yakni mulai dari satu miliaran. Guna menunjang gaya hidup dinamis masa kini, kawasan ini turut dilengkapi fasilitas keamanan pintar terpadu serta kemudahan akses mobilitas menuju pusat kota.



Gambar 2.20 Media Promosi Excelia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Mengomunikasikan kesan energik, materi promosi proyek ini memadukan palet warna cerah berupa biru toska pada latar langit serta hijau organik pada elemen rumput. Kehadiran figur keluarga bahagia yang bersanding dengan fasad bangunan berfungsi untuk membangun suasana hangat, sehingga konsumen dapat membayangkan kenyamanan bertempat tinggal. Pendekatan visual ini secara lugas turut menyoroti rincian potongan harga guna menarik minat pasar milenial secara efektif.