

PERANCANGAN KONTEN VISUAL UNTUK SOSIALISASI PLATFORM PEMBELAJARAN INTERNAL SUMMARECON LEARNING

Kester Zachary Budiono¹, Ida Bagus Ketut Trinawindu, S.Sn., M.Erg², Dr. Ni Luh Desi In Diana Sari, S.Sn., M.Sn³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia
Denpasar, Jl.

Nusa Indah, Sumerta, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali, 80235,
Indonesia E-mail :kesterzacharybudiono@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas perancangan konten visual sebagai strategi komunikasi internal dalam sosialisasi platform pembelajaran *Summarecon Learning* di PT Summarecon Agung Tbk. Penelitian dilaksanakan melalui program magang dengan metode observasi, wawancara, serta partisipasi aktif selama 17 minggu. Konten visual yang dirancang meliputi poster digital, *landing page*, merchandise, dan buku panduan, yang masing-masing memiliki fungsi strategis untuk membangun awareness karyawan terhadap program pembelajaran internal. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan briefing, brainstorming, produksi, revisi, hingga finalisasi desain dengan memperhatikan prinsip Desain Komunikasi Visual, seperti tipografi, warna, dan tata letak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sinergi antara strategi manajemen perusahaan dan proses perancangan visual mampu meningkatkan keterlibatan karyawan dalam menggunakan platform. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan prinsip Desain Komunikasi Visual tidak hanya mendukung efektivitas komunikasi internal, tetapi juga memperkuat identitas perusahaan melalui internal branding.

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual, Konten Visual, Sosialisasi, Internal Branding, Summarecon Learning

Abstract

This article discusses the design of visual content as an internal communication strategy in the socialization of the Summarecon Learning platform at PT Summarecon Agung Tbk. The study was conducted through an internship program using observation, interviews, and active participation for 17 weeks. The designed visual content includes digital posters, landing pages, merchandise, and guidebooks, each serving a strategic role in building employee awareness of the internal learning platform. The design process was carried out through stages of briefing, brainstorming, production, revision, and finalization, with attention to principles of Visual Communication Design such as typography, color, and layout. The findings indicate that the synergy between company management strategies and the visual design process successfully increased employee engagement with the platform. This study emphasizes that the application of Visual Communication Design principles not only supports the effectiveness of internal communication but also strengthens corporate identity through internal branding.

Keywords: *Visual Communication Design, Visual Content, Socialization, Internal Branding, Summarecon Learning*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia pendidikan dan pelatihan, termasuk dalam ranah korporasi. Perusahaan tidak hanya mengandalkan metode konvensional dalam mengembangkan kompetensi karyawan, namun juga memanfaatkan platform digital berbasis e-learning. Dalam konteks ini, komunikasi internal menjadi kunci untuk memastikan bahwa setiap karyawan memahami, mengenali, dan berpartisipasi dalam program pembelajaran yang perusahaan berikan.

PT Summarecon Agung Tbk., sebagai salah satu perusahaan pengembang properti terkemuka di Indonesia, menghadapi tantangan dalam mensosialisasikan program Summarecon Learning sebagai sebuah platform pembelajaran internal yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan. Meskipun platform ini memiliki potensi besar dalam mendukung peningkatan kompetensi karyawan, masih ditemukan

kendala berupa rendahnya awareness dan keterlibatan karyawan terhadap program tersebut.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, peran komunikasi visual menjadi sangat penting. Visme (2024) mencatat bahwa 90 % informasi yang diterima otak berasal dari visual, dan otak manusia memproses gambar 60.000 kali lebih cepat daripada teks. Statistik ini mendukung penggunaan konten visual dalam pendidikan dan pelatihan karyawan agar lebih cepat dipahami dan diingat. Dalam lingkungan perusahaan, konten visual yang dirancang secara strategis dapat meningkatkan efektivitas komunikasi internal dan mempercepat pemahaman karyawan terhadap program atau kebijakan tertentu. Desain Komunikasi Visual (DKV) tidak hanya berfungsi sebagai sarana estetis, tetapi juga memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan perusahaan secara efektif, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens internal. Menurut artikel dari Cutting Edge PR(2020), penggunaan konten visual dalam komunikasi internal terbukti lebih efektif dibandingkan komunikasi

berbasis teks saja. Visual membantu menyederhanakan informasi kompleks, menarik perhatian, dan meningkatkan pemahaman audiens dalam konteks organisasi, termasuk saat mensosialisasikan program internal seperti Summarecon Learning. Konten visual seperti poster digital, landing page, merchandise, hingga buku panduan, mampu berperan sebagai media yang menghubungkan pesan manajemen dengan kebutuhan informasi karyawan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi manajemen komunikasi internal yang berbasis media visual, serta mendeskripsikan proses perancangan konten visual dalam mendukung sosialisasi platform pembelajaran Summarecon Learning di PT Summarecon Agung Tbk.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mendeskripsikan secara mendalam proses perancangan konten visual serta strategi manajemen internal dalam

mensosialisasikan platform Summarecon Learning.

Subjek penelitian adalah program Summarecon Learning yang dikelola oleh Divisi Human Capital PT Summarecon Agung Tbk., sedangkan objek penelitian adalah perancangan konten visual yang digunakan dalam proses sosialisasi. Penelitian dilaksanakan di kantor pusat PT Summarecon Agung Tbk. selama periode magang berlangsung selama 17 minggu.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik Utama yaitu observasi, untuk memahami kegiatan dan strategi yang dijalankan dalam sosialisasi program; wawancara dengan tim manajemen dan tim desain untuk memperoleh informasi terkait perencanaan serta kebutuhan komunikasi visual; dan dokumentasi, berupa pengumpulan arsip desain, foto, dan catatan kegiatan.

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu mereduksi data hasil observasi dan wawancara, menyajikannya dalam bentuk narasi, lalu menarik kesimpulan yang relevan dengan fokus penelitian. Validitas data

dijaga dengan teknik triangulasi, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN Strategi Manajemen Internal dalam Sosialisasi Summarecon Learning

Manajemen internal PT Summarecon Agung Tbk. menempatkan program Summarecon Learning sebagai strategi penting dalam mendukung pengembangan kompetensi karyawan. Untuk memperkenalkan platform ini, strategi komunikasi berbasis konten visual dipilih sebagai sarana utama karena lebih menarik dan mudah dipahami oleh karyawan. Menurut Hanindharputri, M. A. (2021), Konten visual memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian audience, di mana aspek visual biasanya mampu lebih menarik perhatian dibandingkan dengan deretan kata-kata saja.

Informasi sosialisasi dibagikan melalui grup Whatsapp internal (poster dan landing page) serta media non-digital (merchandise). Poster digunakan untuk

menyampaikan informasi inti dengan cepat, sedangkan landing page menjadi pusat informasi digital yang dapat diakses kapan saja. Merchandise seperti totebag dan tumbler dirancang sebagai media pendukung untuk memperkuat identitas Summarecon Learning.



Gambar 1 Poster Digital Sosialisasi Summarecon Learning

Sumber : Kester, 2025

Proses Perancangan Konten Visual

Proses perancangan dilakukan melalui tahap briefing, brainstorming, produksi, revisi, hingga finalisasi. Pada tahap produksi, penulis merancang beberapa media visual, antara lain poster digital, landing page, merchandise, dan buku panduan.



Gambar 2 Landing Page Summarecon Learning

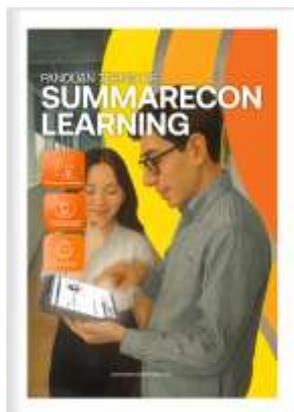
Sumber : Kester, 2025

Landing page ini didesain untuk membangun awareness dengan menampilkan tagline, ikon keunggulan, serta visual karyawan yang merepresentasikan target audiens. Dengan pendekatan visual persuasif, landing page mampu menciptakan kesan profesional dan menarik minat karyawan untuk mencoba LMS.



Gambar 3 Merchandise dengan identitas visual Summarecon Learning
Sumber : Kester, 2025

Selain itu, merchandise digunakan untuk memperkuat branding internal. Sementara itu, buku panduan dirancang agar karyawan memiliki panduan praktis dalam menggunakan platform.



Gambar 4 Buku Panduan Summarecon Learning
Sumber : Kester, 2025

Efektifitas Konten Visual dalam

Sosialisasi

Desain komunikasi visual yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens. (Program Studi DKV UNISA Bandung, 2023). Konten visual yang dihasilkan menunjukkan efektivitas dalam mendukung strategi manajemen internal. Poster digital berhasil menarik perhatian melalui komposisi warna dan tipografi kontras, sehingga informasi dapat tersampaikan secara cepat dan jelas.



Gambar 5 Detail Tipografi dan Warna Kontras pada Poster
Sumber : Kester, 2025

Perbedaan fungsi landing page dan dashboard terlihat jelas. Landing page berfungsi sebagai pintu masuk sosialisasi yang berisi informasi promosi, keunggulan, dan ajakan untuk menggunakan platform. Sementara itu, dashboard merupakan ruang internal tempat karyawan berinteraksi langsung dengan LMS, mengakses kursus,

dan mengelola aktivitas pembelajaran.



Gambar 6 Tampilan Dashboard Summarecon Learning

Sumber : Kester, 2025

Dengan kombinasi ini, sosialisasi Summarecon Learning tidak hanya berhenti pada tahap promosi, tetapi berlanjut ke pengalaman nyata karyawan dalam menggunakan platform. Hal ini membuktikan bahwa sinergi antara strategi manajemen internal dan perancangan konten visual mendukung peningkatan awareness sekaligus usability platform di lingkungan perusahaan.

KESIMPULAN

Perancangan konten visual untuk Summarecon Learning menunjukkan bahwa desain komunikasi visual berperan strategis dalam meningkatkan efektivitas sosialisasi platform pembelajaran internal. Media visual seperti poster digital, landing page, merchandise, dan

buku panduan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun awareness dan keterlibatan karyawan secara konsisten.

Dengan memperhatikan prinsip desain, termasuk tipografi, warna, dan tata letak, setiap media dirancang agar komunikatif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan audiens.

Proses perancangan melalui tahapan briefing, brainstorming, produksi, revisi, hingga finalisasi membuat konten visual yang dibuat menjadi sesuai dengan identitas perusahaan dan strategi manajemen internal. Hal ini tidak hanya memperkuat cara komunikasi, tetapi juga menciptakan pengalaman audiens/pengguna yang interaktif dan memudahkan karyawan dalam mengakses platform Summarecon Learning. Dengan demikian, konten visual bukan hanya media informasi, tetapi juga sebagai alat dalam mendukung branding dan membangun budaya pembelajaran berkelanjutan di lingkungan perusahaan.

Hal ini menegaskan bahwa penerapan prinsip desain komunikasi visual dalam

korporasi dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, memperkuat identitas suatu program dalam perusahaan, dan memperluas fungsi platform pembelajaran sebagai sarana pengembangan kompetensi karyawan secara berkesinambungan. Hal ini memberikan dampak penting bagi perusahaan yang ingin mengintegrasikan strategi manajemen dan desain visual untuk mencapai efektivitas komunikasi dan pengalaman pengguna yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Cutting Edge PR. (n.d.). Visual content creates more effective internal communication. Diakses pada 24 Juni 2025, dari <https://cuttingedgepr.com/articles/visual-content-creates-more-effective-internal-communication>

Visme. (2023, Mei 11). 38 Data Visualization Statistics You Should Know in 2023. Diakses pada 24 Juni 2025, dari <https://visme.co/blog/data-visualization-statistics>.

Hanindharputri, M. A. (2021). Konten Visual Instagram sebagai Strategi Pemasaran UMKM Baru. Diakses pada 23 Juni 2025, dari <https://repository.upnjatim.ac.id/2>

918/1/039%20-%20MADE%20ARINI%20HANINDHARPUPUTRI%20%5B285-292%5D.pdf

Universitas Aisyiyah Bandung. (2023). Peran Desain Komunikasi Visual untuk Brand Awareness di Era Digital. Diakses pada 23 Juni 2025, dari <https://dkv.unisa-bandung.ac.id/peran-desain-komunikasi-visual-untuk-brand-awareness-di-era-digital>

