

## **BAB III**

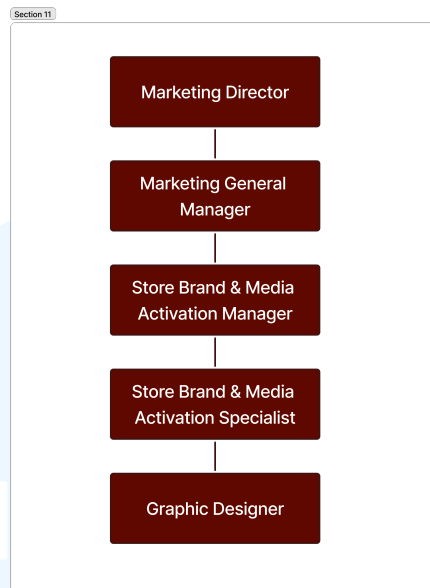
### **PELAKSANAAN MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang**

Selama menjalani program kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, penulis menjalankan peran sebagai seorang *Marketing Design Internship* dalam durasi enam bulan. Durasi tersebut terhitung sejak 6 Januari 2025 hingga 5 Juli 2025. Pada posisi ini, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengaktifkan sosial media Instagram acara Alfamart Run berbagai materi desain serta konten video yang dibutuhkan, guna mendukung strategi promosi acara yang akan diselenggarakan kembali di tahun ini. Dalam proses kerja, penulis terlibat dalam komunikasi yang intens dengan tim internal *marketing*, agar selaras dengan arah bisnis perusahaan Alfamart. Selain itu, penulis secara rutin menerima arahan serta *briefing* secara langsung dari mentor serta *Store Brand & Media Activation Manager*, agar setiap desain yang dirancang memenuhi standar estetika visual serta mencerminkan identitas acara Alfamart Run. Setelah desain selesai dikerjakan, penulis akan memasuki tahap evaluasi dan revisi berdasarkan masukan yang diberikan oleh mentor, *Store Brand & Media Activation Manager*, maupun *Marketing General Manager*. Melalui umpan balik tersebut, setiap desain yang penulis rancang dapat disempurnakan agar sesuai dengan ekspektasi perusahaan dan memberikan dampak yang optimal dalam mendukung tujuan promosi acara Alfamart Run.

##### **3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang**

Dalam PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, penulis berperan sebagai seorang *Marketing Design Internship* dalam tim acara Alfamart Run, dengan memiliki tanggung jawab atas berbagai kebutuhan desain yang berkaitan dengan sosial media Alfamart Run. Berikut merupakan bagan struktur kedudukan magang penulis secara lebih terperinci:



Gambar 3.1 Bagan Struktur Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis bekerja secara mandiri untuk menghasilkan berbagai kebutuhan desain yang dibutuhkan oleh departemen *Store Brand & Media Activation Specialist*. Dalam menjalankan tugasnya, penulis menerima *briefing* secara langsung dari mentor, *Store Brand & Media Activation Manager*, ataupun *Marketing General Manager*. Setelah itu, setiap perbaikan serta penyempurnaan konten desain akan ditinjau, oleh mentor, *Store Brand & Media Activation Manager*, hingga keputusan terakhir untuk di posting bergantung pada *Marketing General Manager*.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pada pelaksanaan magang, penulis berkoordinasi atas pekerjaan yang telah dilakukan. Penulis melakukan koordinasi secara langsung pada pihak yang berwenang untuk menilai hasil karya. Berikut adalah struktur alur koordinasi penulis selama kerja magang:



Gambar 3.2 Bagan Struktur Alur Koordinasi Desainer Grafis

Penulis mengawali pekerjaan desain konten melalui *briefing* yang didapatkan oleh *Store Brand & Media Activation Specialist*, yang merupakan seorang mentor serta *Supervisor* penulis, atau bahkan mendapatkan *briefing* secara langsung dari *Store Brand & Media Activation Manager*, ataupun *General Manager*. Proses pemberian *brief* dilakukan secara tiba-tiba apabila terdapat kebutuhan desain yang diperlukan untuk diunggah pada sosial media Alfamart Run. Secara umum *brief* diberikan secara lisan, dan apabila terdapat aset yang dibutuhkan dalam pembuatan desain, maka *Supervisor* akan memberikan *file*, atau *link file* Google Drive pada *platform* Whatsapp.

Segala desain yang sudah penulis rancang akan di-*update* oleh penulis kepada *Store Brand & Media Activation Specialist*, serta *Store Brand & Media Activation Manager*. Setelah mendapatkan persetujuan dari kedua pihak tersebut, penulis akan meminta pendapat serta persetujuan dari *Marketing General Manager* mengenai desain yang telah penulis rancang. Kemudian pada saat tertentu, penulis akan menunjukkan hasil desain penulis pada *Marketing Director* dan mendapatkan persetujuan darinya.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis berperan sebagai desainer grafis di PT Sumber Alfaria Trijaya dan memulai program kerja magang dari tanggal 06 Januari 2025. Sebelum merancang konten desain, penulis terlebih dahulu mendapatkan arahan serta *briefing* mengenai tanggung jawab dan ruang lingkup pekerjaan yang akan di *handle* selama masa magang. Sepanjang periode program kerja magang, penulis aktif berperan untuk menghasilkan desain yang berfokus pada konten Alfamart Run 2025, maupun toko Alfamart untuk membantu strategi promosi perusahaan. Proyek tersebut meliputi pembuatan materi desain visual yang akan digunakan pada sosial media untuk meningkatkan daya tarik promosi hingga citra merek Alfamart. Berikut merupakan tabel yang menjelaskan detail pekerjaan yang penulis lakukan selama magang:

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

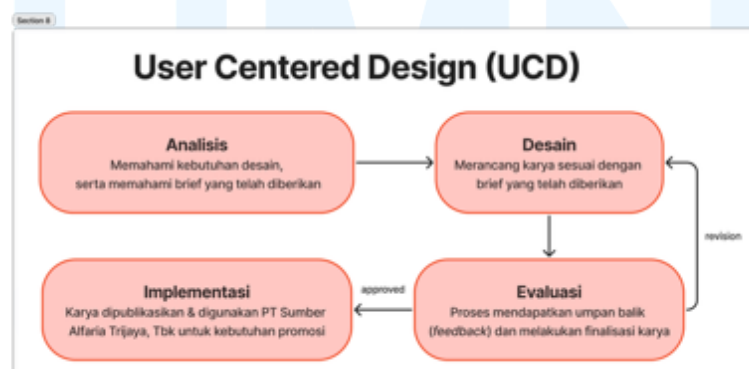
| Minggu | Tanggal              | Proyek                                              | Keterangan                                                                                                                                                                                                     |
|--------|----------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 07 Januari 2025      | Template Sosial Media Alfamart Run                  | Penulis membuat <i>template</i> untuk sosial media Instagram Alfamart Run ( <i>feeds</i> , dan <i>story</i> ). Setiap konten desain yang diunggah oleh Alfamart Run akan menggunakan <i>template</i> tersebut. |
| 2      | 09 Januari 2025      | Story Interactive Instagram Goodie Bag Alfamart Run | Penulis membuat konten <i>story interactive</i> untuk Instagram Alfamart Run, berupa video animasi mengenai <i>goodie bag</i> Alfamart Run.                                                                    |
| 3      | 09 - 14 Januari 2025 | Video Konten Reels Revolusi Goodie Bag Alfamart Run | Penulis membuat video konten yang membahas revolusi <i>goodie bag</i> Alfamart Run setiap tahunnya.                                                                                                            |
| 4      | 16 Januari 2025      | Story Event Edutrip Alfamart x Milku                | Penulis mendokumentasi kegiatan Alfamart x Milku, serta membuat konten <i>story</i> berupa video untuk Instagram Alfamart.                                                                                     |

|    |                             |                                                                                   |                                                                                                                                                            |
|----|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5  | 22 - 23 Januari 2025        | Video Konten <i>Reels Goodie Bag</i> Alfamart Run                                 | Penulis membuat video konten yang membahas kelebihan <i>goodie bag</i> Alfamart Run.                                                                       |
| 6  | 3 - 4 Februari 2025         | Desain Konten <i>Feeds</i> Mengenai Komentar Instagram Alfamart Run               | Penulis membuat desain konten <i>feeds</i> mengenai balasan komentar pengikut Instagram Alfamart Run.                                                      |
| 7  | 05 - 12 Februari 2025       | Desain Konten <i>Feeds</i> Mengenai Sponsor Alfamart Run                          | Penulis membuat <i>template</i> mengunggah berbagai merek yang mensponsori Alfamart Run.                                                                   |
| 8  | 12 - 28 Februari 2025       | Desain Konten <i>Feeds</i> Mengenai Brand Ambassador Alfamart Run                 | Penulis membuat konten desain <i>feeds</i> untuk mengumumkan <i>brand ambassador</i> Alfamart Run.                                                         |
| 9  | 20 Februari - 12 Maret 2025 | Desain <i>Flag Banner</i> Toko Mudik Alfamart                                     | Penulis membuat desain <i>flag banner</i> untuk toko mudik Alfamart.                                                                                       |
| 10 | 19 - 24 Maret 2025          | Desain Konten <i>Feeds</i> Instagram Alfamart Mengenai Informasi Toko Jalur Mudik | Penulis mendesain konten <i>feeds</i> Instagram Alfamart, untuk memberikan informasi mengenai toko yang tersedia pada jalur mudik.                         |
| 11 | 27 Maret 2025               | Desain Konten <i>Feeds</i> Ajakan <i>Download</i> Aplikasi Alfagift               | Penulis mendesain konten untuk mengajak pengikut sosial media Instagram Alfamart Run agar segera mengunduh aplikasi Alfagift untuk mendaftar Alfamart Run. |

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam periode kegiatan kerja magang, penulis diberikan berbagai *project* untuk melatih kemampuan sebagai seorang desainer grafis, serta memenuhi kebutuhan konten desain di PT Sumber Alfaria Trijaya. Berbagai *project* yang diberikan meliputi perancangan desain *feeds*, *reels*, dan *story* pada sosial media Instagram, adapun media lainnya seperti pembuatan *banner*, yang berkaitan dengan promosi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Penulis bertanggung jawab untuk merealisasikan *brief* untuk dijadikan sebuah desain, termasuk dalam pembuatan konten video, dimulai dari *content planning*, *talent*, mengedit video, hingga mengunggah konten pada Instagram. Setiap karya yang sudah dirancang akan dikonfirmasi oleh *Store Brand & Media Activation Manager* atau *General Manager*, setelah itu akan diteruskan untuk diunggah pada sosial media Instagram.

Penulis menggunakan sebuah metode dalam merancang proyek yang diberikan selama kerja magang. Metode perancangan yang digunakan oleh penulis adalah *user centered design* (UCD), yang meliputi analisis, desain, evaluasi, dan implementasi (Multazam et al., 2020, h.1). Pemilihan metode ini dilandaskan oleh sistem kerja penulis yang serupa dengan siklus metode *user centered design* (UCD). Berikut merupakan tahapan yang dilakukan penulis untuk merancang setiap karya menggunakan metode *user centered design* (UCD):



Gambar 3.3 Bagan Penggunaan Metode Perancangan

Pada tahapan pertama yaitu analisis, penulis melakukan pemahaman *brief* yang diberikan untuk merancang kebutuhan desain PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Dalam tahapan analisis terbagi menjadi dua proses, yaitu analisis mengenai referensi yang diberikan oleh pihak atasan, dan analisis mengenai

referensi yang penulis cari secara mandiri. Setelah itu, penulis melanjutkan pada tahapan desain dan mulai melakukan perancangan karya. Kemudian karya yang telah dirancang akan dievaluasi, apabila terdapat revisi, maka akan kembali pada tahapan sebelumnya yaitu desain untuk melakukan perbaikan atau eksplorasi lebih lanjut. Namun, apabila karya yang dievaluasi telah disetujui, maka akan lanjut pada tahapan berikutnya yaitu implementasi, untuk mempublikasikan karya promosi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk pada publik.

### **3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang**

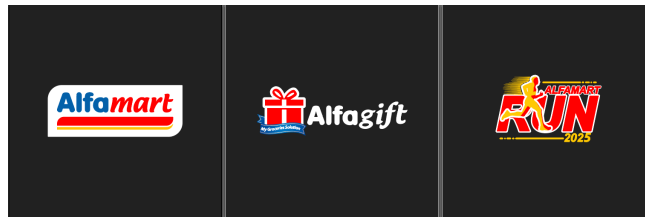
Selama pelaksanaan program kerja magang, tugas utama yang dilakukan oleh penulis adalah pembuatan konten media sosial Instagram Alfamart Run. Penulis diberikan tanggung jawab untuk memegang akun Alfamart Run, serta membuat akun tersebut aktif. Dalam upaya mengaktifkan akun media sosial Alfamart Run, penulis melakukan pembuatan konten berupa *reels*, *story*, maupun *feeds* dengan topik yang sesuai dengan *audiens* yaitu pelari. Instagram Alfamart Run memiliki tujuan untuk mempromosikan *event* lari yang diselenggarakan oleh Alfamart pada tahun 2025.

#### **A. Proyek pembuatan desain *template* media sosial Alfamart Run**

Media sosial Alfamart Run aktif pada tahun sebelumnya, dan memiliki *template* desain yang berbeda-beda pada setiap tahunnya. Maka dari itu, proyek pertama yang dilakukan oleh penulis adalah untuk membuat *template* desain untuk Alfamart Run 2025.

##### **1. Analisis**

Pada tahapan ini penulis mendapatkan tugas untuk membuat desain *template* Alfamart Run pada tahun 2025. Penulis diarahkan untuk membuat *template* desain dengan menggunakan warna dominan merah, dan menghindari warna biru. Penulis juga diarahkan untuk menggunakan *font* dan aset foto yang *free use*. Kemudian, penulis diberikan aset *mandatory* berupa logo yang perlu dimasukkan dalam setiap desain *feeds* untuk sosial media Alfamart Run, yaitu logo Alfamart, Alfagift, dan Alfamart Run.



Gambar 3.4 Aset *Mandatory Logo*

Selain itu, penulis juga diarahkan untuk melihat contoh unggahan Alfamart Run pada tahun sebelumnya untuk referensi pembuatan *template* desain. Penulis mulai mencari referensi desain *template* Alfamart Run pada tahun sebelumnya. Hal ini dilakukan penulis untuk mendapatkan gambaran pembuatan desain *template* Alfamart Run tahun 2025. Berikut merupakan desain *template* Alfamart Run pada tahun sebelumnya.



Gambar 3.5 Referensi *Template* Alfamart Run Tahun 2024

Melalui desain sebelumnya, penulis mendapatkan *insight* untuk tetap menggunakan foto sebagai latar belakang, dan ingin tetap menggunakan elemen *flag race* pada *template* yang baru. Selain itu, penulis juga mendapatkan inspirasi penggabungan warna kuning dan oranye pada desain. Kemudian kedua unggahan tersebut, memiliki gaya desain yang sederhana, sehingga penulis akan menerapkan untuk pembuatan *template* desain Alfamart Run tahun 2025.

*Template* baru yang akan dibuat, sekaligus digunakan untuk pembuatan konten pertama pada Instagram Alfamart Run. Sebelum memuat *template* penulis mencari konten yang akan digunakan.

Penulis menggunakan konten dengan tema resolusi tahun baru, dikarenakan bulan Januari awal merupakan masa awal tahun baru, sehingga banyak orang yang memiliki resolusi di tahun baru. Penulis merancang *content plan*, untuk Instagram Alfamart Run. Berikut adalah *draft* konten pertama Alfamart Run:



Gambar 3.6 *Draft Konten Pertama*

Penulis mencari referensi konten melalui Pinterest, sekaligus untuk melihat referensi desain visual. Penulis memilih dua desain untuk dijadikan referensi dalam pembuatan konten. Selain itu, penulis juga membuat *caption* untuk digunakan pada saat mengunggah konten di Instagram Alfamart Run.

## 2. Desain

Penulis meletakkan foto kegiatan Alfamart Run 2024 pada bagian belakang untuk dijadikan *background*. Dipadukan dengan tekstur dan aset desain untuk memeriahkan desain *template* agar tidak terkesan *flat*. Berikut adalah proses pembuatan latar belakang:



Gambar 3.7 Foto & Tekstur *Background Template Feeds*

Penulis menggunakan foto *event* Alfamart Run 2024 sebagai latar belakang. Aset foto ini penulis dapatkan melalui situs resmi Alfamart Run, dan memilih foto yang terlihat meriah. Kemudian, penulis memberikan warna merah dengan *opacity* 85%. Selain itu, penulis menambahkan *texture stone* agar memberikan estetika pada

desain *template*. Tekstur tersebut diletakkan pada bagian atas foto dengan *opacity 50% overlay*.



Gambar 3.8 Pembuatan Aset Garis

Penulis juga membuat aset desain untuk mendukung *template* agar tidak terlihat kosong. Dibuat tiga buah garis yang sejajar untuk menggambarkan kecepatan pada lari. Pembuatan aset ini terinspirasi melalui desain *template* pada tahun 2023. Penulis juga mencari beberapa aset desain melalui Freepik. Berikut adalah beberapa aset yang penulis dapatkan:



Gambar 3.9 Aset Freepik Yang Digunakan

Penulis memilih aset kembang api untuk memberikan kesan meriah atas *event* Alfamart Run. Terdapat dua aset kembang api yang penulis dapatkan melalui Freepik. Penulis juga mengambil aset *confetti* untuk memberikan kesan meriah dan memenuhi ruang kosong pada desain *template*.

Penulis membuat 3 alternatif yang berbeda untuk desain *template* Alfamart Run 2025. Pada bagian pertama, penulis membuat *template* dengan warna merah yang terang, pada bagian kedua penulis membuat warna merah dengan versi yang lebih gelap dengan

ditambahkan warna kuning pada bagian bawah, lalu yang terakhir penulis diarahkan oleh *Supervisor* untuk mencoba menggunakan *template* Alfamart Run 2024. Pembuatan *template* ini dilakukan bersamaan dengan konten pertama Alfamart Run tahun 2025. Penulis mengangkat tema resolusi di tahun baru 2025 untuk para *audiens* Alfamart Run.



Gambar 3.10 Alternatif *Template* Alfamart Run 2025

Penulis menggunakan *font* serta aset gambar yang tidak berbayar. Aset foto yang digunakan pada desain didapatkan oleh melalui situs Freepik. Pada *template* ini, penulis menetapkan jenis *font* untuk digunakan dalam setiap desain *feeds* Alfamart Run. Penulis menggunakan jenis *font* Montserrat, dikarenakan *font* tersebut memiliki banyak *family* dan mudah untuk dibaca oleh *audiens*. Selain itu, penulis juga menambahkan efek *drop shadow* agar tulisan lebih *pop up* sebagai *headline*. Penulis membuat kata "resolusi tahun baru" dengan efek *curve* agar terlihat variatif dan *fun*. Sedangkan untuk kata "2025" menggunakan ukuran yang lebih besar serta warna berbeda untuk menekankan angka tahun yang telah berganti. Warna yang digunakan pada desain ini, penulis ambil melalui warna-warna desain sebelumnya. Penulis melihat beberapa referensi warna melalui unggahan konten Alfamart Run pada tahun sebelumnya. Berikut adalah desain yang penulis gunakan sebagai acuan pengambilan warna:



Gambar 3.11 Referensi Desain Pengambilan Warna

Melalui beberapa referensi desain tersebut, penulis mengambil 4 warna yang berbeda, yaitu merah terang (#E02735), merah tua (#901F20), oranye (#FFC500), dan kuning terang (#FCF250). Warna tersebut digunakan pada *background* desain *template*, elemen garis, dan tulisan.

### 3. Evaluasi

Penulis mengajukan hasil pembuatan karya pada *Supervisor*, hingga *General Manager*. Setelah diajukan, penulis mendapatkan umpan balik yaitu untuk tidak menggunakan elemen berbentuk *flag race* dalam perancangan *template* desain. Hal ini dikarenakan penggunaan elemen tersebut sudah sering digunakan pada tahun sebelumnya. Desain *template* alternatif pertama dipilih oleh *General Manager* untuk digunakan dalam desain Alfamart Run tahun 2025. Selain itu, penulis juga dihimbau untuk menurunkan kontras warna merah, dikarenakan terlalu terang. Kemudian, penulis mengganti aset *fireworks* pada bagian belakang *template* dengan *opacity* 10%.



Gambar 3.12 Hasil Perbaikan Desain *Template*

Selain itu, Penulis juga diberikan masukan mengenai penggunaan foto oleh *General Manager*, untuk menggunakan foto hasil *generate* melalui AI. Hal ini dikarenakan, penggunaan gambar hasil *generate* AI melalui akun premium dipastikan tidak terkena lisensi, sehingga lebih aman untuk digunakan dalam desain. Penggunaan foto hasil *generate* AI juga merupakan sebuah *tren* pada saat ini, sehingga konten dapat lebih kekinian mengikuti *update* terbaru. Penulis diarahkan untuk meminta gambar AI pada karyawan yang memegang akun premium.



Gambar 3.13 Proses Permintaan Aset Gambar AI

Setelah menerima aset gambar, penulis diarahkan oleh *Supervisor* untuk memberikan logo Alfamart Run 2025 pada baju di dalam foto. Hal ini agar foto terlihat lebih berciri khas menggunakan baju Alfamart Run. Dengan demikian penulis melakukan perbaikan atas

*feedback* yang telah diberikan. Berikut adalah hasil *final* dari desain *template* Alfamart Run tahun 2025:



Gambar 3.14 *Final Artwork* Desain *Template* Alfamart Run

Desain akhir *template* Alfamart Run, menggunakan gaya desain yang simple, namun tetap memberikan aksen yang berhubungan dengan *event* lari. Setelah melakukan arahan yang diperintahkan, penulis memperlihatkan *preview* desain secara langsung pada *Supervisor* dan *Store Brand & Media Activation Manager* untuk mendapatkan *approval*. Penulis menerima *approval* secara langsung dan diarahkan untuk mengunggah konten.

#### 4. Implementasi

Pada tahapan terakhir, penulis mengunggah desain *template* Alfamart Run beserta dengan konten pertama. Desain diunggah pada tanggal 8 Januari 2025, dan telah mendapatkan sejumlah *likes* dan komentar dari pengikut yang cukup tinggi.



Gambar 3.15 Desain *Template* Diunggah  
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Pada tahapan terakhir, penulis mengunggah desain *template* Alfamart Run beserta dengan konten pertama. Desain diunggah pada tanggal 8 Januari 2025, dan telah mendapatkan sejumlah *likes* dan komentar dari pengikut yang cukup tinggi.

## B. Proyek pembuatan video evolusi *goodie bag* Alfamart Run

Selain membuat *template* untuk desain *feeds*, penulis juga diarahkan untuk membuat tugas utama lainnya, seperti konten video *reels*. Penulis membuat konten video pertama, yaitu evolusi *goodie bag* Alfamart Run. Penulis mengangkat konsep evolusi *goodie bag* dikarenakan Alfamart Run memiliki keunikan pada *goodie bag* nya yang semakin bertambah besar di setiap tahunnya. Konten video *reels* ini penulis buat untuk menambah interaksi *audiens* pada Instagram Alfamart Run.

### 1. Analisis

Pada tahapan ini, penulis mencari inspirasi melalui konten *reels* yang diunggah sebelumnya oleh Alfamart Run. Penulis menemukan beberapa konten yang menunjukkan keunggulan Alfamart Run, yaitu *goodie bag*. Penulis juga menemukan antusias pengikut Alfamart Run yang sangat tinggi untuk mendapatkan *goodie bag*.



Gambar 3.16 Analisa Konten *Goodie Bag* Alfamart Run

Setelah mendapatkan beberapa referensi, penulis membuat *script draft* konten pada *google sheet*. Hal ini dilakukan, agar penulis dapat

mengetahui konsep dalam pembuatan video *reels*. Selain itu, *script draft* konten ini akan ditunjukkan dan di *approve* oleh *Supervisor*. Berikut adalah *draft* konten yang penulis rancang:

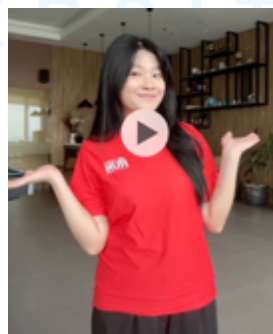


Gambar 3.17 Draft Konten Evolusi *Goodie Bag*

Penulis membuat *headline* "Evolusi *goodie bag* Alfamart Run 2024" yang menggambarkan keseluruhan tema konten. Lalu, penulis membuat alur konsep video, serta *text* yang akan dimasukkan dalam video. Pertama, *talent* akan masuk dalam *frame* sambil membawa *goodie bag* Alfamart Run 2022, kemudian membawa *goodie bag* tahun 2023, dan yang terakhir menarik *goodie bag* tahun 2024. Pada bagian akhir *talent* akan bertanya pada *audiens* mengenai inspirasi *goodie bag* Alfamart Run tahun 2025. Penulis juga membuat *caption* yang bersifat mengajak *audiens* agar berinteraksi melalui komentar.

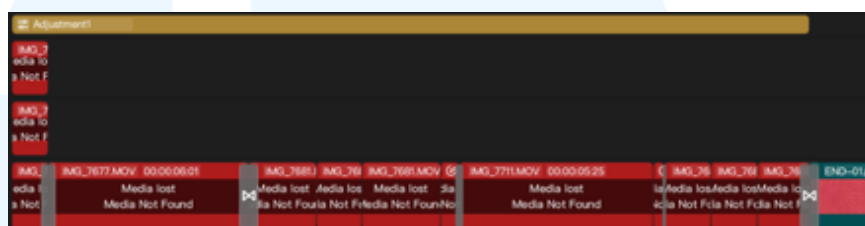
## 2. Desain

Setelah membuat *draft script* konten, penulis melakukan proses *shooting* untuk video konten. Penulis melakukan rekaman video pada tanggal 13 Januari 2025, yang berlokasi di area kantor. Penulis menjadi seorang *talent* dalam video konten, merekam video secara mandiri menggunakan *tripod* dan menggunakan *handphone* pribadi. Pada rekaman ini, penulis mengambil video sesuai dengan konsep konten yang telah di *approve* oleh *Supervisor*.



Gambar 3.18 *Raw Video* Konten *Goodie Bag*

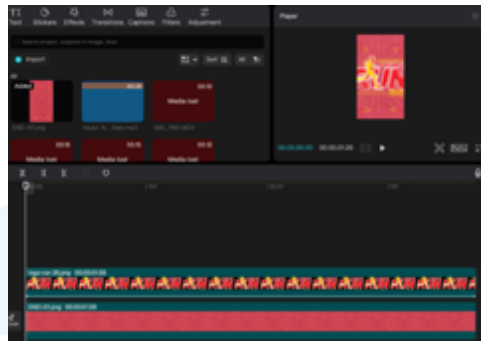
Kemudian penulis melakukan *editing* menggunakan aplikasi CapCut pada laptop pribadi. Penulis diarahkan untuk menggunakan *backsound jingle* Alfamart Run dengan durasi 30 detik. Selain itu, penulis membuat *cover* dengan tiga buah *layout* untuk menampilkan *preview goodie bag* Alfamart Run setiap tahunnya. Penulis membuat tampilan *cover* dengan video yang berjalan agar terlihat menarik sebagai *preview* video pada bagian awal.



Gambar 3.19 Proses *Editing* Video Konten *Goodie Bag*

Pada bagian awal video, penulis menggabungkan tiga *footage* video agar dapat diputar secara bersamaan. Penulis menambahkan *adjustment* sepanjang video agar warna *footage* lebih baik. Dengan *saturation* 5, *exposure* +10, *contrast* +10, *highlight* -5, *shadow* +10, *whites* 5, dan *clarity* 40.

Kemudian, penulis menambahkan *transition* "left" agar terlihat halus saat perpindahan antar *footage*. Transisi digunakan pada tiap perpindahan hingga *footage* terakhir. Digunakan animasi yang berbeda saat memasuki *footage bumper*. Pada bagian *bumper* digunakan animasi transisi "black fade" agar terlihat seperti akhir dari video. Penulis membuat *bumper* pada bagian akhir video konten, atas arahan *Supervisor*.



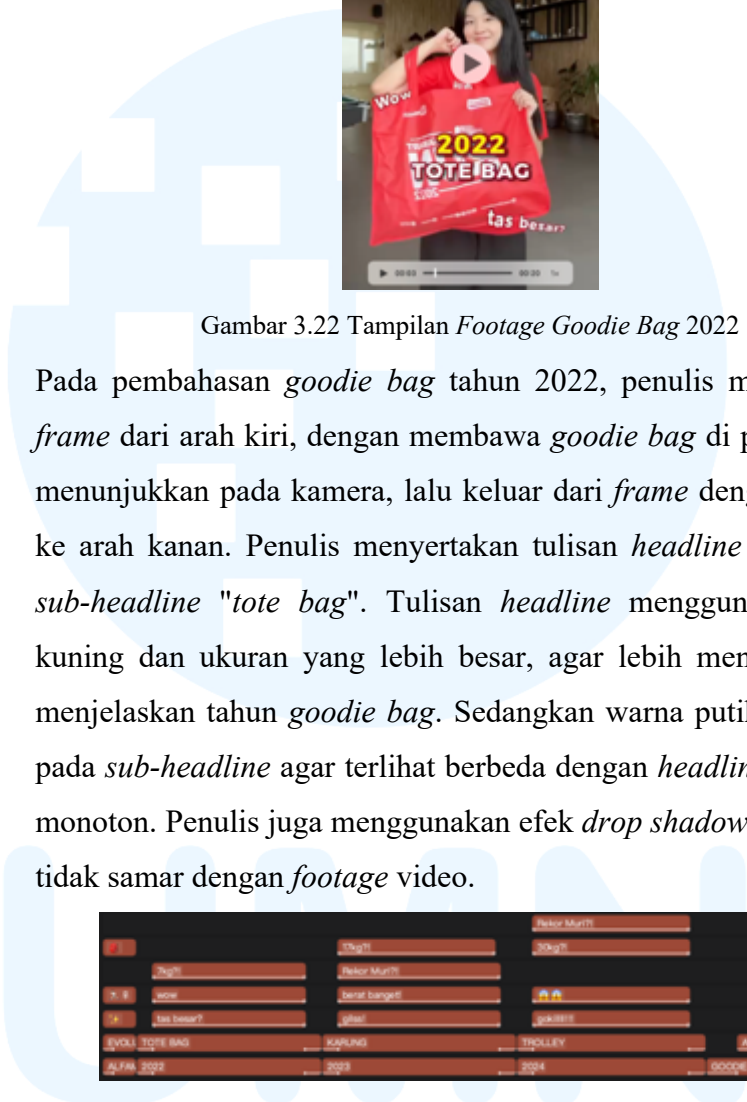
Gambar 3.20 Proses Pembuatan *Bumper* Alfamart Run

Digunakan *background* berukuran 9:16, dengan warna dan elemen yang sama seperti *template* Alfamart Run 2025. Kemudian ditambahkan logo Alfamart Run dalam bentuk gambar, yang dianimasikan sepanjang video. *Bumper* berdurasi 1 detik, menggunakan animasi *looping* "zoom 1". Setelah menggabungkan berbagai *footage*, penulis melanjutkan *editing* untuk memasukan tulisan pada video konten.



Gambar 3.21 Desain *Cover* Video Konten *Goodie Bag*

Penulis membuat *headline* dengan variasi bentuk, kata "evolusi *goodie bag*" dibuat menggunakan efek *curve* agar terkesan fun dan tidak *flat*, lalu untuk kata "AlfamartRun" menggunakan ukuran yang lebih besar agar lebih *pop up*. Penulis menggunakan *font* Montserrat dengan warna palet warna yang sama dengan desain *feeds* Instagram Alfamart Run. Selain itu, penulis juga menambahkan variasi *emoticon* pada beberapa sisi untuk memberikan kesan lucu serta *fun*.



Gambar 3.23 Proses Pemberian *Text* Pada Video Konten *Goodie Bag*

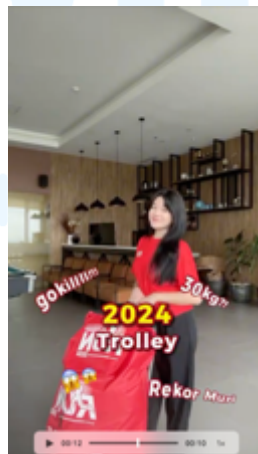
Selain itu, penulis juga menambahkan tulisan pendukung dengan animasi *looping "strong tremble 1"*. Penulis juga memberikan animasi pada awalan *text* serta akhir keseluruhan *text*. Animasi *In headline* menggunakan *"typewriter"*, sedangkan untuk *sub-headline* menggunakan *"showing up"*. Kemudian untuk animasi *out* menggunakan *"fade out"*. Pada bagian akhir, menggunakan animasi *in* yang berbeda yaitu *"showing right"*, dan *"zoom out"*. Durasi

muncul tulisan dibuat secara bertahap, dengan menampilkan *headline* serta *sub-headline* terlebih dahulu, kemudian akan muncul tulisan selanjutnya. Hal ini dilakukan agar mudah dibaca dan tidak terlihat membosankan.



Gambar 3.24 Tampilan *Footage Goodie Bag* 2023

Kemudian pada *footage goodie bag* tahun 2023, penulis kembali masuk dalam *frame* dari sebelah kiri dan keluar dari sebelah kanan. Dengan masuk membawa karung yang diangkat pada pundak, dan menunjukkan pada kamera, kemudian keluar dengan menarik karung. Hal ini dilakukan agar karung terkesan berat. Digunakan *headline* dengan tulisan "2023" dan *sub-headline* "karung". Penulis juga memberikan tulisan pendukung menggunakan gaya bahasa yang kasual seperti "gilss" dan "berat banget" untuk mendeskripsikan *goodie bag* tahun 2023.



Gambar 3.25 Tampilan *Footage Goodie Bag* 2024

Pada *footage goodie bag* tahun 2024, penulis juga kembali masuk dalam *frame* dari sebelah kiri dan keluar dari sebelah kanan. Dengan menarik *trolley* dan menunjukkan pada kamera. Penulis memberikan tulisan *headline* "2024" serta *sub-headline* "trolley". Selain itu, ditambahkan juga tulisan tambahan untuk mendeskripsikan *goodie bag* dengan menggunakan gaya bahasa kasual, seperti "gokil", "rekor muri", dan "30kg". Diberikan *emoticon* yang menggambarkan ekspresi kaget karena ukurannya yang semakin besar.

### 3. Evaluasi

Setelah menyelesaikan tahapan *editing* video konten, penulis menyerahkan *file* video pada sebuah *group chat* di WhatsApp, yang berisikan *Supervisor* serta *Store Brand & Media Activation Manager*, untuk meminta *approval* serta *feedback*.



Gambar 3.26 *Feedback* Video Konten *Goodie Bag*

Penulis mendapatkan *feedback* oleh *Store Brand & Media Activation Manager*, untuk membuat *goodie bag* tahun 2023 yang berbentuk karung menjadi lebih berat dan terlihat jelas di kamera. Hal ini dikarenakan pada *footage* video, *goodie bag* karung terpotong oleh *frame*. Kemudian penulis juga diingatkan untuk membuat keseluruhan video bersifat *mirroring*, agar logo serta tulisan terlihat jelas dan tidak terbalik. Selain itu penulis diarahkan untuk mengambil video dengan latar belakang *outdoor* dan tidak terlihat seperti di area kantor. Hal ini diberitahukan secara langsung oleh *Store Brand & Media Activation Manager*.



Gambar 3.27 Alternatif Latar Belakang Video

Penulis membuat dua buah alternatif *background* video, agar dapat dipilih oleh *Supervisor* serta *Store Brand & Media Activation Manager*. Video konten dipilih dengan menggunakan *background* alternatif kedua. Penulis juga mendapatkan *feedback* kembali bahwa isi *goodie bag trolley* pada tahun 2024, kurang terlihat berisi. Dengan demikian penulis melakukan perbaikan kembali.



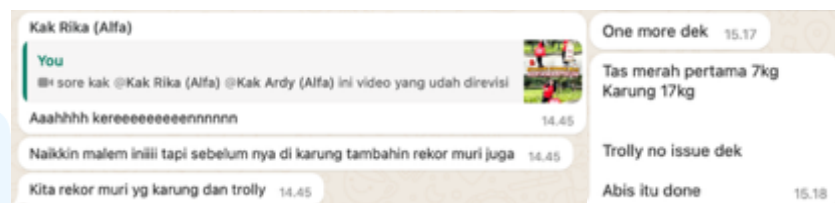
Gambar 3.28 *Feedback* Kedua Video Konten *Goodie Bag*

Penulis melakukan perbaikan pada hari berikutnya yaitu 14 Januari 2025. Dilakukan pengambilan video secara ulang, pada lokasi yang sama, untuk mendapatkan *goodie bag* 2024 yang lebih terlihat *full*. Berikut merupakan hasil perbaikan:



Gambar 3.29 Tampilan *Goodie Bag* 2024 Setelah Diperbaiki

Setelah melakukan perbaikan, penulis kembali mengirim *file* video untuk meminta *approval* pada *group chat* WhatsApp. Penulis kembali mendapatkan *feedback* untuk menambahkan kata "Rekor Muri" pada *goodie bag* Alfamart Run pada tahun 2023. Hal ini dikarenakan *goodie bag* tahun 2023 mendapatkan rekor muri. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk memperbaiki *text* berat pada *goodie bag* tahun 2022 dan 2023.



Gambar 3.30 *Feedback* Ketiga Video Konten *Goodie Bag*

Penulis kembali melakukan perbaikan dengan menambahkan serta memperbaiki *text* pada bagian yang diarahkan. Kemudian penulis memberikan *file* video pada *group chat* WhatsApp untuk mendapatkan *approval* konten. Berikut adalah tampilan akhir dari konten video:



Gambar 3.31 Tampilan Akhir Video Konten *Goodie Bag*

Setelah *preview* video konten ditinjau oleh *approve* oleh *Supervisor* dan *Store Brand & Media Activation Manager*, penulis diarahkan untuk mengirim *file* dalam bentuk *high quality* melalui *group chat* WhatsApp. Kemudian *Store Brand & Media Activation Manager* mengarahkan *Supervisor* penulis untuk mengunggah konten video jam 19.00 malam. Lalu, penulis mengirimkan *caption* yang sudah dibuat pada *group* WhatsApp.

#### 4. Implementasi

Konten video *reels goodie bag* berhasil diunggah oleh *Supervisor* penulis pada 16 Januari 2024. Video tersebut mendapatkan interaksi yang memuaskan dari *audiens* Alfamart Run. Berikut adalah hasil implementasi konten video pada Instagram Alfamart Run:



Gambar 3.32 Konten *Goodie Bag* Diunggah  
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Video yang membahas *goodie bag* tersebut berhasil mendapatkan interaksi yang tinggi. Dengan 211.000 *views*, 6.201 *likes*, dan 1.042 komentar. Secara keseluruhan, komentar yang didapatkan bersifat positif dan menunjukkan antusias *audiens* untuk menebak *goodie bag* yang akan digunakan oleh Alfamart Run 2025.

### C. Proyek pembuatan desain *template* sponsor Alfamart Run 2025

Dalam setiap tahunnya, Alfamart Run 2025 memiliki sponsor dari berbagai merek. Untuk menyambut para sponsor Alfamart Run, dibuatlah desain *feeds* yang diunggah pada Instagram resmi Alfamart Run. Penulis diarahkan oleh *Store Brand & Media Activation Manager* untuk membuat desain *template* sponsor Alfamart Run tahun 2025.

#### 1. Analisis

Pada tanggal 5 Februari 2025, penulis diberikan arahan secara langsung oleh *Supervisor* serta *Store Brand & Media Activation Manager* untuk membuat desain *templae* sponsor Alfamart Run 2025. Penulis juga dihimbau untuk melihat referensi pada desain *template* sponsor Alfamart Run tahun 2024. Berikut merupakan referensi desain yang penulis gunakan:



Gambar 3.33 Referensi Desain *Template* Sponsor

Penulis melihat desain sponsor Alfamart Run tahun 2024 pada Instagram, dan juga melihat referensi desain melalui Pinterest. Berdasarkan desain tahun sebelumnya, *template* memiliki warna merah khas Alfamart, serta menggunakan gaya yang *simple*. Dengan meletakkan logo sponsor pada posisi tengah, serta memberikan kata sambutan pada bagian atas. Dengan demikian penulis mencari referensi desain yang serupa melalui Pinterest, untuk penempatan logo sponsor pada bagian tengah.

## 2. Desain

Pada tahapan ini penulis mulai melakukan desain, dari referensi yang telah penulis dapatkan. Penulis mencari aset desain terlebih dahulu melalui Freepik, dan memperoleh dua aset desain yang akan digunakan. Berikut adalah aset desain yang penulis dapatkan:



Gambar 3.34 Aset Desain Yang Digunakan

Sumber: <https://www.freepik...>

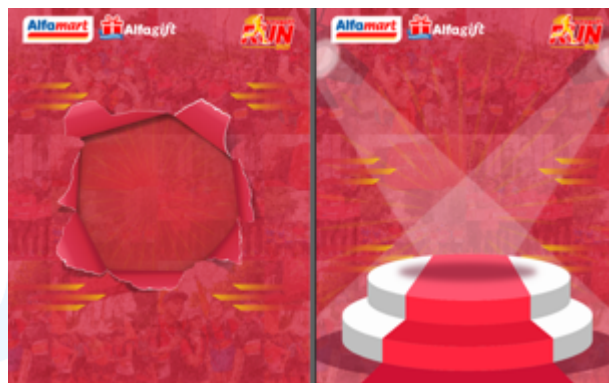
Setelah mendapatkan aset desain yang akan digunakan, penulis melanjutkan pembuatan desain *template* sponsor. Penulis membuat

*background* baru menggunakan foto Alfamart Run 2024. Dengan menggabungkan beberapa foto, agar memberikan variasi pada desain sebelumnya. Berikut adalah hasil penggabungan foto:



Gambar 3.35 Foto *Background* Template Sponsor

Setelah itu, penulis meletakkan aset desain pada *template feeds* Alfamart Run. Penulis mengubah warna aset kertas menjadi merah agar menyatu dengan *background template* Alfamart Run 2025. Berikut adalah hasil perubahan warna dan penerapan aset desain:



Gambar 3.36 Penerapan Aset Desain *Template Feeds*

Penulis melanjutkan desain *template* dengan meletakkan logo Alfamart sebagai contoh peletakan logo sponsor. Hal ini dikarenakan penulis belum menerima logo sponsor Alfamart Run 2025. Penulis membuat alternatif desain dengan total 5 buah. Berikut adalah alternatif desain yang penulis rancang:



Gambar 3.37 Alternatif Pertama Desain *Template* Sponsor

Pada alternatif desain pertama, penulis meletakkan kata "*Big Welcome to*" sebagai kata sambutan, dengan menggunakan warna kuning sebagai pembeda dengan *sub-headline* dibawahnya. Kemudian pada bagian bawah penulis memberikan deskripsi "*As an Alfamart Run 2025 Official Sponsor*". Pada desain ini, penulis menaruh aset kertas yang terbuka pada bagian tengah untuk meletakkan logo sponsor. Penulis juga memberikan *emoticon* untuk memeriahkan desain *template* dan memberikan kesan yang *fun*.



Gambar 3.38 Alternatif Kedua Desain *Template* Sponsor

Kemudian pada alternatif desain kedua, penulis membuat kata baru yaitu "*Welcome Alfamart Run 2025 Official Sponsor*". Dengan menggunakan aset desain panggung untuk meletakkan logo sponsor. Penulis juga menambahkan aset tambahan yaitu *confetti* pada bagian depan, untuk memeriahkan desain. Digunakan juga *emoticon* untuk membuat desain terkesan *fun*.



Gambar 3.39 Alternatif Ketiga Desain *Template* Sponsor

Pada alternatif desain ketiga, penulis kembali menggunakan aset kertas terbuka pada bagian tengah. Dengan menggunakan tulisan yang sama seperti alternatif desain kedua. Alternatif desain ketiga dibedakan pada penambahan *emoticon* pada sisi kertas yang terbuka.



Gambar 3.40 Alternatif Keempat Desain *Template* Sponsor

Kemudian pada alternatif desain keempat, penulis menggunakan aset yang sama dengan alternatif desain kedua yaitu panggung. Dengan tulisan serta posisi penempatan logo yang sama seperti alternatif kedua. Pembeda dari alternatif desain ini adalah peletakan lampu pada bagian kiri dan kanan yang dihilangkan.



Gambar 3.41 Alternatif Kelima Desain *Template Sponsor*

Pada alternatif desain kelima, penulis menggunakan aset desain yang sama pada alternatif sebelumnya. Hal yang menjadi pembeda adalah penempatan lampu yang diletakkan pada bagian atas. Setelah membuat kelima alternatif desain, penulis menunjukkan secara langsung kepada *Supervisor* serta *Store Brand & Media Activation Manager* untuk mendapatkan *feedback*.

### 3. Evaluasi

Setelah menunjukkan alternatif desain, terpilih desain *template sponsor* ketiga dengan perbaikan serta penempatan tulisan. Penulis kembali membuat alternatif penempatan tulisan dengan total empat buah alternatif. Berikut adalah hasil dari perbaikan tulisan:



Gambar 3.42 Alternatif Penempatan Tulisan

Dari keempat alternatif tersebut, terdapat perbedaan minor seperti tulisan dan penempatan aset desain. Penulis mengubah peletakan tulisan serta mengurangi kata pada tulisan menjadi "*welcome official sponsor*". Pada alternatif desain pertama, penulis meletakkan tulisan pada bagian atas dan bawah. Kemudian pada desain kedua, penulis menambahkan aset *confetti* pada bagian depan. Pada desain ketiga,

penulis menghilangkan *emoticon* di sekitar sisi kertas. Lalu, alternatif keempat, penulis meletakkan tulisan pada bagian atas serta menambahkan aset *confetti* dan *emoticon* di sekitar sisi kertas. Setelah membuat alternatif, penulis memberikan *preview* pada *group chat* WhatsApp untuk mendapatkan *feedback*.



Gambar 3.43 *Feedback* Tulisan Pada *Template* Sponsor

Setelah mengirimkan *preview* alternatif desain *template*, penulis mendapatkan *feedback* oleh *Store Brand & Media Activation Manager*. Desain *template* sponsor terpilih pada alternatif keempat, dan menggunakan kata "*welcome to our sponsor*" seperti tahun lalu. Berikut merupakan hasil perbaikan dari *feedback* yang diberikan:



Gambar 3.44 *Final Artwork Template* Sponsor

Penulis diberikan logo sponsor untuk segera diterapkan pada *template* desain sponsor. Penulis menambahkan efek *drop shadow* pada logo sponsor agar terlihat lebih menonjol. Kemudian desain dikirimkan oleh *Store Brand & Media Activation Manager* pada setiap sponsor untuk ditinjau lebih lanjut. Setelah mendapatkan *approval* dari pihak *sponsor*, *Store Brand & Media Activation*

*Manager* mengarahkan penulis untuk mengunggah desain pada media sosial Alfamart Run.

#### 4. Implementasi

Penulis mengunggah desain sponsor pada 12 Februari jam 7 malam sesuai dengan arahan *Store Brand & Media Activation Manager*. Unggahan sponsor tersebut mendapatkan interaksi yang cukup tinggi dari audiens Alfamart Run. Berikut adalah hasil implementasi desain *template* sponsor pada Instagram Alfamart Run:



Gambar 3.45 Desain *Template* Sponsor Diunggah  
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Unggahan desain sponsor mendapatkan sejumlah *likes* dan komentar dari *audiens*. Desain tersebut juga berkolaborasi dengan Instagram sponsor serta Instagram resmi Alfamart. Desain *template* sponsor yang telah dibuat, akan digunakan seterusnya pada sponsor Alfamart Run tahun 2025.

#### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

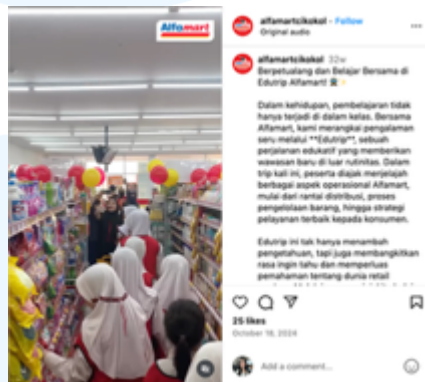
Selama pelaksanaan kerja magang, penulis melakukan berbagai macam tugas mulai dari *project* utama hingga tambahan. Tugas utama yang dilakukan penulis adalah untuk membuat konten pada media sosial Alfamart Run, baik berupa *feeds*, *reels*, maupun *story*. Namun, penulis juga melakukan berbagai desain untuk kebutuhan promosi toko Alfamart. Seperti *banner*, Instagram *feeds*, dan *story* untuk Alfamart.

### 3.3.2.1 Proyek Pembuatan Konten Video *Edutrip* Alfamart

Toko Alfamart memiliki kegiatan *edutrip* yang berkolaborasi dengan *brand* sponsor yang berbeda-beda. Pada kali ini, Alfamart berkolaborasi dengan *brand* Milku untuk membuat acara kegiatan *edutrip* yang diselenggarakan pada kota tertentu. Kegiatan ini diatur oleh *Supervisor*, sehingga penulis berkesempatan untuk mengikuti *edutrip* Alfamart pada 16 Januari 2025, yang berlokasi di kota bogor. Selama kegiatan *edutrip* berlangsung, penulis diarahkan untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan acara.

#### 1. Analisis

Setelah mengikuti kegiatan *edutrip* Alfamart, penulis diarahkan untuk membuat video konten berupa *recap* dari kegiatan *edutrip* Alfamart. Video konten berupa Instagram *story*, dibuat menggunakan aset dokumentasi yang telah penulis rekam selama kegiatan *edutrip* berlangsung. Penulis diberikan referensi oleh *Supervisor* berupa video *reels* *edutrip* Alfamart.



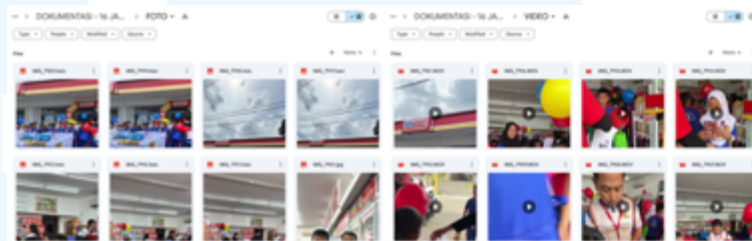
Gambar 3.46 Referensi Video *Edutrip* Alfamart

Sumber: <https://www.instagram.com...>

Pada video tersebut, memperlihatkan keseluruhan aktivitas *edutrip* Alfamart. Video *edutrip* berdurasi satu menit, yang diawali dengan *headline* mengenai lokasi *edutrip* diselenggarakan. Dalam video tersebut memperlihatkan keseruan serta ekspresi kegembiraan anak-anak yang mengikuti kegiatan *edutrip* Alfamart.

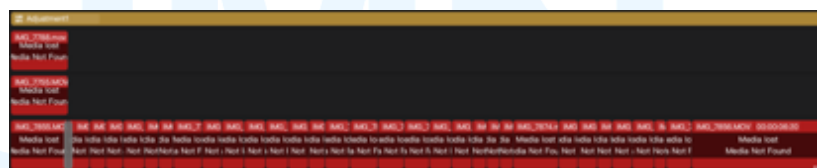
## 2. Desain

Penulis melakukan dokumentasi berupa foto dan video selama kegiatan *edutrip* berlangsung. Kemudian aset dokumentasi tersebut penulis unggah dalam satu *google drive* agar mudah untuk diakses oleh siapapun yang membutuhkan. Setelah selesai mengunggah aset foto dan video, penulis melakukan proses pembuatan video konten.



Gambar 3.47 Aset Dokumentasi *Edutrip* Alfamart

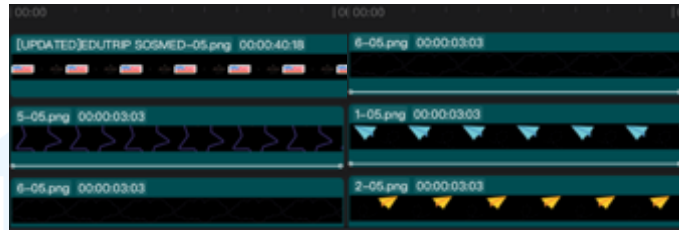
Penulis melakukan *editing* video konten melalui aplikasi CapCut, dengan menggabungkan beberapa video yang memiliki *angle* yang baik. *Supervisor* mengarahkan penulis untuk membuat video dengan durasi maksimal 1 menit, dengan menggunakan lagu yang bersifat *fun* serta *free use*. Untuk pembuatan *cover* video, penulis menggabungkan tiga buah video kebersamaan selama acara *edutrip* Alfamart.



Gambar 3.48 Proses *Editing* Video *Edutrip* Alfamart

Kemudian penulis memberikan animasi *pull in* untuk transisi antara *cover* dengan isi video konten. Penulis juga memberikan *adjustment* pada video agar kualitas warna video menjadi lebih baik, dengan *tint* -7, *exposure* +6, *contrast* +12, *shadow* +5, *whites* +5, *blacks* -5, *brilliance* +8, dan *sharpen* +10. Setiap peralihan video, penulis tidak memberikan transisi, agar

berjalan dengan *natural* dan ditutup dengan animasi pada akhir video yaitu *fade out*, untuk menandakan video telah berakhir.



Gambar 3.49 Pemberian Aset Desain

Penulis juga memberikan beberapa aset desain yang didapatkan melalui *file* Adobe Illustrator untuk pembuatan *banner*. Hal ini dilakukan oleh penulis agar video konten memiliki *vibes* yang serupa dengan desain *banner edutrip* Alfamart. Aset desain yang penulis tambahkan dalam video konten adalah ilustrasi berupa bintang, pesawat, buku, serta logo Alfamart x Milku. Beberapa aset desain tersebut ditampilkan pada *cover* video dengan animasi *looping spin rise* selama 3 detik. Berbeda dengan logo Alfamart x Milku akan ditampilkan dari awal hingga akhir video.

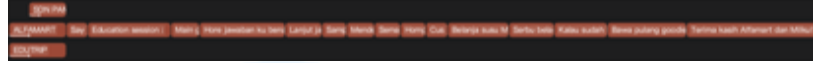


Gambar 3.50 Pemberian Musik Dalam Video

Penulis memberikan musik dalam video *edutrip* agar video menjadi lebih menarik dan berwarna. Digunakan musik yang bersifat *free use*, didapatkan secara langsung melalui aplikasi CapCut. Penulis mencari musik yang memberikan suasana *happy*, *fun* serta *energetic* untuk menggambarkan kegiatan *edutrip* Alfamart. Penulis memutuskan untuk menggunakan musik dengan judul "*A happy and fun song*".

Musik tersebut penulis *cut* pada detik ke-33 serta diberikan *fade out*. Hal ini dikarenakan penulis ingin menggunakan *real voice* dalam *footage video*. Kemudian penulis juga memberikan *volume* yang cukup rendah pada detik berikutnya yaitu -19.5dB, guna untuk memberikan *backsound* pada saat *real voice footage*

diputar. Penulis juga memberikan *fade out* pada bagian akhir agar audio video berakhir dengan *smooth*.



Gambar 3.51 Pemberian Tulisan Pada Video

Pada bagian *cover* video, penulis memberikan *headline* yaitu "*Edutrip Alfamart*" dengan *sub-headline* "SDN Pamoyanan 2" yang merupakan lokasi *edutrip* diadakan. Penulis memberikan animasi *wipe in LR* pada *headline*, lalu animasi *pop up* pada *sub-headline*. Penulis memasukan tulisan *sub-headline* tepat setelah tulisan *headline* muncul dianimasikan. Kemudian, penulis juga memberikan tulisan yang mendeskripsikan setiap *footage* video.



Gambar 3.52 Cover Video Edutrip

Penulis menggunakan *headline* dengan font Harabara Mais Demo, dan *sub-headline* dengan font Gogh. Pemilihan font *headline* agar serupa dengan *banner edutrip* Alfamart. Kemudian penulis juga menggunakan warna yang serupa dengan *banner edutrip*. Dengan *shadow* menggunakan warna #e1195c, *opacity* 65%, *distance* 8, dan *angle* -45°. Cover video berdurasi 2.26 detik yang memutarakan tiga buah cuplikan keseruan *edutrip* Alfamart bersama Milku.



Gambar 3.53 Tampilan Pertama Video *Edutrip*

Pada tampilan pertama, penulis memberikan *footage* pertemuan pertama peserta *edutrip* dengan *mascot* Alfamart yaitu Albi. Pada *footage* tersebut terlihat antusias yang tinggi dari peserta *edutrip*. Penulis memberikan *text* "say hi to Albi" karena peserta *edutrip* gembira untuk bersalaman dengan Albi.



Gambar 3.54 Tampilan Kedua Video *Edutrip*

Pada tampilan kedua, penulis menampilkan kegiatan peserta *edutrip* selama dikelas. Peserta *edutrip* mendapatkan pembekalan materi dari Milku mengenai bekal yang sehat. Penulis memberikan deskripsi mengenai sesi edukasi beserta *hashtag* yang digunakan dalam video *edutrip*. Penulis juga menunjukkan materi pembelajaran serta suasana yang senang dari para peserta.



Gambar 3.55 Tampilan Ketiga Video *Edutrip*

Berikutnya, penulis menampilkan kegiatan seru lainnya pada pembekalan materi. Salah satu kegiatan yang dilakukan pada saat pembekalan materi adalah bermain *games* dengan memasangkan berbagai menu makanan ke dalam kotak bekal. Permainan ini dilakukan agar peserta *edutrip* mengerti gambaran bekal yang sehat. Penulis menambahkan tulisan untuk mendeskripsikan kegiatan yaitu "main *games* seru".





Gambar 3.56 Tampilan Keempat Video *Edutrip*

Setelah bermain *games*, dilanjutkan dengan pembagian hadiah pada setiap peserta yang berhasil mendapatkan jawaban benar. Penulis merekam reaksi bahagia setiap peserta yang berhasil mendapatkan jawaban benar, serta memasukkan hasil *footage* dalam video. Peserta juga sangat puas saat mendapatkan hadiah berupa *sticker* dan *pin*. Penulis memberikan tulisan deskripsi "hore jawaban ku benar! dapat hadiah loh!" sebagai gambaran reaksi dari setiap peserta yang mendapatkan hadiah.



Gambar 3.57 Tampilan Kelima Video *Edutrip*

Setelah sesi pembekalan materi usai, acara *edutrip* dilanjutkan dengan sesi berbelanja di toko Alfamart. Penulis merekam perjalanan peserta dari titik awal yaitu sekolah hingga tiba di toko Alfamart. *Footage* tersebut penulis tampilkan pada video

*edutrip* untuk memperlihatkan antusias yang tinggi dari peserta saat dalam perjalanan pergi ke toko Alfamart. Penulis juga menambahkan tulisan deskripsi untuk memberitahu *audiens* bahwa acara *edutrip* dilanjutkan dengan pergi ke toko Alfamart.



Gambar 3.58 Tampilan Keenam Video *Edutrip*

Pada saat peserta tiba di toko Alfamart, para guru serta pendamping mengarahkan para peserta untuk berbaris dengan rapih. Kemudian terdapat *master of ceremony* yang bertugas untuk memimpin acara *edutrip* dengan kondusif. Penulis merekam serta menampilkan situasi para peserta yang sedang rapih berbaris dan mendengarkan penjelasan dari *master of ceremony*. Selain itu, penulis juga memberikan tulisan deskripsi untuk menjelaskan bahwa situasi tersebut pada *audiens*.



Gambar 3.59 Tampilan Ketujuh Video *Edutrip*

Kemudian penulis juga menampilkan *footage master of ceremony* pada saat menjelaskan pada peserta *edutrip*. Pada kesempatan tersebut, *master of ceremony* bertugas untuk menjelaskan mekanisme berbelanja di toko Alfamart pada peserta *edutrip*. Dengan berbelanja sejumlah Rp 20.000, dan membeli dua botol susu Milku. Para peserta fokus mendengarkan dan penulis merekam kejadian tersebut. Penulis menampilkan *footage* dengan tulisan deskripsi agar *audiens* mengetahui kegiatan yang sedang dilakukan.



Gambar 3.60 Tampilan Kedelapan Video *Edutrip*

Pada *footage* yang ditampilkan, penulis merekam antusias para peserta untuk masuk berbelanja ke dalam toko Alfamart. *Master of ceremony* bertanya, kemudian para peserta bersemangat untuk mengangkat tangan. Penulis juga memberikan tulisan deskripsi untuk menjelaskan *footage* video tersebut.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.61 Tampilan Kesembilan Video *Edutrip*

Peserta *edutrip* dibagi dalam beberapa kelompok sesuai dengan kelas mereka. Kemudian setiap ketua kelas diberikan arahan untuk bermain hompimpah untuk menentukan giliran berbelanja di toko Alfamart. Penulis merekam kegiatan tersebut dan menampilkan dalam video *edutrip*. Penulis juga memberikan tulisan untuk mendeskripsikan kegiatan yang sedang dilakukan oleh peserta *edutrip*.



Gambar 3.62 Tampilan Kesepuluh Video *Edutrip*

Setelah mendapatkan giliran masing-masing, para peserta dengan rapih memasuki toko Alfamart untuk berbelanja. Penulis juga merekam pada saat peserta berbaris memasuki toko Alfamart. Penulis memberikan tulisan "cus langsung belanja

asyik" untuk menggambarkan kegirangan peserta untuk berbelanja di Alfamart.



Gambar 3.63 Tampilan Kesebelas Video *Edutrip*

Para peserta wajib untuk membeli produk Milku sebanyak dua buah pada saat di toko Alfamart. Penulis mengabadikan momen ini dengan mengambil beberapa *footage* video. Penulis mengajak para peserta untuk menunjukkan produk Milku yang dibeli pada kamera. Tujuan penulis meletakkan *footage* ini adalah untuk tidak melupakan kolaborasi antara *edutrip* Alfamart kali ini berkolaborasi dengan Milku. Penulis juga menambahkan tulisan yang bersifat positif seperti "belanja susu milku biar sehat", untuk memberitahukan pada *audiens* bahwa susu Milku dapat menyehatkan tubuh.



Gambar 3.64 Tampilan Keduabelas Video *Edutrip*

Selain berbelanja produk Milku, peserta dapat berbelanja produk lainnya di toko Alfamart. Penulis merekam situasi pada saat peserta berdiskusi dengan satu sama lain untuk berbelanja produk lainnya di toko Alfamart. Penulis menampilkan *footage* ini dikarenakan hal tersebut masih menjadi salah satu kegiatan selama *edutrip* Alfamart berlangsung. Penulis memberikan tulisan untuk menjelaskan situasi tersebut pada audiens.



Gambar 3.65 Tampilan Ketigabelas Video *Edutrip*

Kemudian setelah selesai memilih produk yang ingin dibelanjakan, para peserta diarahkan untuk berbaris dan melakukan pembayaran di kasir Alfamart. Penulis merekam momen tersebut, dan menampilkan pada video *edutrip*. Dengan tambahan tulisan pendukung "kalau sudah belanja, jangan lupa

antri dan bayar ya!" untuk menggambarkan situasi tersebut seolah-olah berbicara dengan para peserta *edutrip*.



Gambar 3.66 Tampilan Keempatbelas Video *Edutrip*

Setelah sesi berbelanja di toko Alfamart selesai, para peserta dibagikan *goodie bag* serta balon dari Milku. Penulis merekam beberapa dari peserta yang menerima *goodie bag* untuk dimasukkan dalam video *edutrip*. Penulis juga memberikan tulisan deskripsi untuk menjelaskan bahwa *goodie bag* dari Milku dibagikan secara gratis untuk dibawa pulang.



Gambar 3.67 Tampilan Kelimabelas Video *Edutrip*

Pada akhir acara *edutrip* para peserta dikumpulkan untuk berfoto dengan memegang *banner edutrip*. Peserta juga diarahkan untuk mengucapkan "terimakasih Alfamart dan Milku" secara bersamaan, dan penulis merekam momen

tersebut. Penulis memasukkan *footage* tersebut pada akhir video *edutrip* sebagai *closing*. Menggunakan *real voice* dari para peserta, sehingga audiens dapat mendengar kemeriahan dari acara *edutrip* Alfamart.

### 3. Evaluasi

Setelah melakukan *editing* video *edutrip*, penulis memberikan *preview* secara langsung pada *Supervisor*. Kemudian *Supervisor*, memberikan *feedback* untuk memeriksa kembali penggunaan *audio* sudah bersifat *free* serta durasi video tidak lebih dari satu menit. Kemudian penulis melakukan pemeriksaan kembali dan diarahkan untuk mengunggah video *edutrip* pada *Google Drive*.

### 4. Implementasi

Penulis mengunggah hasil video *edutrip* pada *Google Drive* yang telah penulis buat. Kemudian penulis membagikan *link* *Google Drive* pada *Supervisor*. Setelah itu *Supervisor* memberikan *link* *Google Drive* pada karyawan yang memegang akun Instagram Alfamart, agar video dapat segera diunggah.



Gambar 3.68 Video *Edutrip* Diunggah Pada Instagram Story Alfamart  
Video *edutrip* Alfamart berhasil diunggah pada akun Instagram resmi Alfamart. Konten video *edutrip* memiliki total durasi 40 detik dan diunggah pada tanggal 16 Januari 2025. Video

diunggah dalam bentuk *story* untuk memberikan *update* mengenai kegiatan *edutrip* yang berjalan pada hari tersebut.

### 3.3.2.2 Proyek Pembuatan *Flag Banner* Toko Mudik Alfamart

Pada masa menjelang lebaran, Alfamart menjadi salah satu toko yang dicari oleh para pemudik untuk melakukan berbagai aktivitas. Seperti berbelanja, *top up* kartu, penyediaan toilet, serta tempat untuk beristirahat sejenak. Oleh karena itu, dirancang sebuah *flag banner* untuk memberikan tanda bahwa terdapat toko Alfamart dalam beberapa jarak kedepan. Penulis diarahkan oleh *Supervisor* untuk membuat desain *flag banner* toko mudik Alfamart yang akan diletakkan pada pinggir jalan tol selama masa lebaran.

#### 1. Analisis

Pada saat diberikan arahan secara langsung oleh *Supervisor* untuk membuat *flag banner* toko mudik Alfamart berukuran 3x1 meter, penulis diberikan referensi mengenai *flag banner* yang sebelumnya sudah dibuat. *Supervisor* mengarahkan penulis untuk membuat desain sesuai dengan kreativitas penulis. Berikut referensi desain *flag banner* toko mudik sebelumnya:



Gambar 3.69 Referensi *Flag Banner* Sebelumnya

Pada *flag banner* terdapat informasi mengenai jarak toko Alfamart pada bagian atas. Kemudian disertai oleh logo Alfamart pada bagian bawah jarak, untuk menandakan identitas

toko. Dilanjutkan dengan tulisan "tersedia", dan *icon* beserta deskripsi mengenai fasilitas yang terdapat di toko Alfamart. Pada bagian bawah, terdapat logo sponsor, disertai tulisan untuk mengucapkan kepada para pengendara agar sampai tujuan dengan selamat. Desain *Flag banner* sebelumnya memiliki warna dominan kuning dan merah, serta desain yang minimalis.

## 2. Desain

Penulis diarahkan oleh *Supervisor* untuk membuat *flag banner* dengan jarak 300 meter, 200 meter, hingga 100 meter. Dengan menggunakan nuansa lebaran untuk memberitahukan toko mudik Alfamart. *Supervisor* juga memberikan arahan untuk tetap menggunakan *layout* yang serupa dengan *flag banner* sebelumnya, serta diberikan jarak pada bagian bawah untuk peletakan logo *sponsor*.

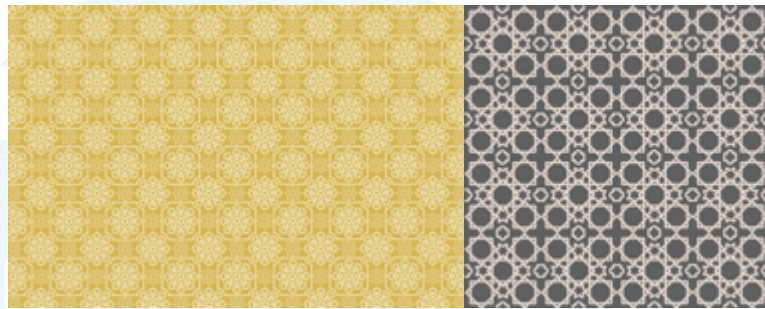
Setelah mendapatkan arahan dari *Supervisor*, penulis mulai melakukan proses desain dengan mencari referensi. Penulis mencari referensi desain dengan tema lebaran melalui Pinterest. Berikut merupakan beberapa referensi desain yang penulis temukan dan gunakan dalam proses mendesain:



Gambar 3.70 Referensi *Flag Banner* Toko Mudik

Penulis mengumpulkan beberapa referensi untuk desain *flag banner* toko mudik. Desain dipilih berdasarkan kesesuaian dengan tema lebaran. Melalui beberapa referensi tersebut, penulis akan olah serta modifikasi dalam pembuatan desain *flag*

*banner* toko mudik. Setelah mendapatkan referensi desain, penulis mencari aset desain untuk digunakan dalam pembuatan desain *flag banner*. Berikut merupakan aset desain yang penulis dapatkan serta olah untuk digunakan dalam desain:



Gambar 3.71 Aset *Pattern* Lebaran

Penulis mendapatkan beberapa aset *pattern* melalui situs Freepik dan bersifat *free use*. Aset tersebut akan penulis gunakan dalam desain *flag banner* toko mudik. Selain aset berupa *pattern* penulis juga mengumpulkan beberapa aset lainnya untuk kebutuhan desain *flag banner*.



Gambar 3.72 Referensi Aset *Icon*

Selain itu, penulis juga membutuhkan *icon* untuk menggambarkan fasilitas yang tersedia di toko Alfamart. Terdapat *snack*, minuman, *top up* serta toilet. Penulis mencari referensi aset *icon* melalui Canva, kemudian akan diolah serta dimodifikasi lebih lanjut menjadi aset *icon* untuk *flag banner*.



Gambar 3.73 Aset Icon Flag Banner

Penulis membuat aset *icon* melalui *software* Adobe Illustrator dengan *vector*. Menggunakan *brush basic* dengan ketebalan *stroke* 4pt. Selain itu, penulis juga mengambil aset desain yang bersifat *free use* melalui situs Freepik.



Gambar 3.74 Pengambilan Aset Pendukung Desain

Melalui Freepik, penulis mengambil salah satu desain dengan tema lebaran kemudian penulis lakukan *image trace* untuk memodifikasi elemen masjid. Penulis melakukan modifikasi aset melalui *software* Adobe Illustrator. Kemudian penulis juga membuat beberapa aset desain berdasarkan referensi desain yang telah diambil.



Gambar 3.75 Pembuatan Aset Desain

Penulis membuat elemen bentuk masjid menggunakan *pent tool* dan diberikan *fill* pada keseluruhan ruang. Untuk elemen *pattern* penulis menggabungkan beberapa *shape* seperti lingkaran dan diberi *line* berbentuk lancip pada bagian luar. Penulis juga membuat elemen bintang melalui *star tool* pada Adobe Illustrator. Selain aset desain, penulis juga mencari penggunaan warna untuk desain *flag banner*.



Gambar 3.76 Referensi Warna Desain *Flag Banner*

Penulis mencari referensi warna melalui Pinterest dan situs Colorhunt untuk diterapkan pada desain *flag banner*. Beberapa alternatif desain penulis gunakan warna yang serupa dengan referensi desain. Melalui referensi warna di atas, penulis juga mengatur kembali warna yang lebih sesuai dengan desain.



Gambar 3.77 Proses Pembuatan Alternatif 1 Flag Banner

Pada proses pembuatan alternatif pertama *flag banner*, penulis membuat *background* menggunakan warna hijau gelap yaitu #016C4A. Kemudian penulis berikan *pattern* yang didapatkan melalui Freepik, dengan menggunakan warna putih #0000, serta *opacity* 10% agar terlihat *smooth*. Setelah itu penulis melanjutkan dengan pembuatan *frame* berbentuk masjid dengan *stroke* 5,5 pt serta *gradient* perpaduan warna #F9E1B1 dan #AD805D, sehingga terlihat seperti *gold*.

*Frame* diberikan *fill* berwarna hijau muda #007D54 agar menjadi pembeda dengan *background* dasar. Lalu, *frame* juga diberikan efek *inner glow* 65% berwarna hitam, dengan blur 0,4cm mode *edge*. Penulis juga menambahkan aset bentuk masjid serta bulan dan bintang untuk mendekorasi bagian tengah *flag banner*.

Pada bagian dalam *frame* penulis memberikan dua bentuk lingkaran yang ditumpuk di bagian atas untuk peletakan tulisan jarak. Penulis memberikan efek *drop shadow* 75%, dengan x & y *offset* 0,2cm dan *blur* 0,15 cm. Penulis juga menambahkan bentuk *rectangle* pada bagian bawah untuk penempatan logo sponsor. Dengan warna putih, menggunakan *opacity* 55% agar tidak terlalu *pop up*.

Setelah itu, penulis menambahkan tulisan *headline* pada bagian atas yaitu "100" dan *sub-headline* "meter lagi", menggunakan *font* Gotham-Ultra Italic. Penulis juga menambahkan *body text* pada *flag banner* sebagai deskripsi fasilitas menggunakan *font* Gotham Bold. Pada bagian belakang tulisan jarak, penulis menambahkan warna *gold* agar jarak lebih ter-*highlight*.

Pada bagian bawah tulisan jarak, penulis menambahkan logo Alfamart yang diberikan efek *drop shadow* 75% dengan *x & y offset* 0,2cm dan *blur* 0,17 cm. Dilanjutkan dengan *body text* "tersedia" dan berbagai fasilitas di bawahnya. Penulis membuat bentuk menyerupai jendela dengan *shape rectangle*. Bentuk bagian atas kiri dan kanan diberikan *curve* 2,1 cm hingga menjadi bundar. Kemudian diberikan *shape rectangle* pada bagian bawah untuk memberikan tulisan.

Bentuk tersebut diberikan *fill* berwarna hijau tua #005136 serta *outline* putih. Hal ini dilakukan agar pemberitahuan informasi mengenai fasilitas dapat terlihat lebih jelas dan tidak menyatu dengan warna *background*. Penulis meletakkan *icon* dengan menggunakan *outline* putih dan deskripsi pada bagian bawah.

Setelah menjelaskan berbagai fasilitas yang tersedia di Alfamart, penulis memberikan tulisan "selamat sampai tujuan" untuk memberikan ucapan pada pembaca. Tulisan diletakkan pada bagian bawah dengan warna putih. Pada bagian bawah tulisan tersebut diletakkan logo sponsor.



Gambar 3.78 Proses Pembuatan Alternatif 2 Flag Banner

Penulis membuat desain alternatif kedua untuk *flag banner*. Dengan *background* berwarna *cream* #FAF3EB, dan diberikan *pattern* berwarna #E5DAD3 dengan *opacity* 35%. Kemudian penulis membuat *frame* untuk penulisan jarak pada bagian atas, menggunakan *vector outline* berukuran 3pt, berwarna *gold* yang digunakan pada alternatif desain sebelumnya. Penulis juga menggunakan *fill* #006E4B, serta diberikan aset desain masjid yang di *flip* serta digabungkan. Elemen desain tersebut diberikan *fill* #00603D agar berbeda dan kontras dengan warna *background* didalam *frame*.

Setelah itu, penulis memberikan tulisan *headline* serta *sub-headline* yang sama seperti alternatif desain sebelumnya, dengan menggunakan *font* serta warna yang sama. Kemudian penulis memasukkan logo Alfamart pada bagian bawah tulisan jarak, dengan efek *drop shadow* yang sama seperti alternatif desain sebelumnya. Untuk alternatif desain ini penulis menggunakan warna yang berbeda pada bagian *body text*, dengan menggunakan warna coklat yaitu #755936.

Penulis juga membuat bentuk yang berbeda untuk meletakkan *icon* fasilitas. Dibuat dengan gabungan antara *shape* lingkaran serta *rectangle* dengan *round* 0,3cm pada setiap sisi. Bentuk

tersebut diberikan *fill* putih #FFFFFF, dan *outline gradient* perpaduan warna #EECD7E dan #D1AB53 untuk menciptakan warna *gold* yang lebih muda.

Kemudian, penulis meletakkan *icon* menggunakan warna yang serupa dengan tulisan yaitu coklat. Pada bagian bawah *icon* juga diberikan tulisan yang mendeskripsikan fasilitas. Lalu, pada bagian bawah diberikan *shape rectangle* menggunakan efek *drop shadow* 66%, dengan x & y *offset* 0,1cm dan *blur* 0,13cm. Bentuk *rectangle* diberikan warna putih agar berbeda dengan *background*, serta *opacity* 80% agar tidak terlalu mencolok. Pada bagian tersebut digunakan untuk meletakkan logo sponsor. Setelah itu pada bagian paling bawah, penulis meletakkan tulisan "berkendara aman selamat sampai tujuan" menggunakan *font* yang berbeda agar terkesan lebih kasual untuk menyampaikan salam bagi para pembaca. Penulis menggunakan *font* bernama Selphia Script.



Gambar 3.79 Proses Pembuatan Alternatif 3 Flag Banner

Penulis melanjutkan proses desain dengan membuat alternatif ketiga. Pada desain ini, penulis menggunakan *background* berwarna hijau muda #00B097, lalu diberikan aset desain masjid dengan *fill gradient radial* perpaduan warna #048874, serta #0A5655. Hal ini dilakukan agar *background* tulisan

"berkendara aman selamat sampai tujuan" dapat lebih *pop up*. Penulis juga memberikan *outline* pada elemen masjid dengan *stroke* 1,3pt serta warna #D4B14F. Kemudian elemen masjid tersebut diberikan *opacity* 20% agar tidak terlalu kontras.

Pada sudut bagian paling atas, penulis memberikan bentuk menyerupai awan dan ditumpuk menjadi dua. Dengan warna berbeda, ukuran paling kecil yang berada di bagian depan menggunakan warna yang sama dengan elemen masjid, sedangkan ukuran yang lebih besar pada bagian belakang berwarna serupa dengan *background*. Penulis menambahkan elemen desain bintang agar memeriahkan suasana desain.

Kemudian penulis membuat bentuk *frame* dengan *fill* menggunakan warna *gradient* yang sama dengan elemen masjid, serta *outline stroke* 0,8 pt berwarna #009484. Lalu, ditambahkan *pattern* pada bagian kiri dan kanan untuk menambahkan suasana lebaran. *Pattern* diberikan *outline* berwarna #E5D196 dan dibuat sedikit memudah pada bagian tengah. Hal ini dilakukan agar tulisan jarak dapat terbaca dengan jelas dan tidak menyatu dengan *background*.

Penulis memberikan *headline* serta *sub-headline* yang sama dengan desain sebelumnya menggunakan *font* serta warna yang serupa. Kemudian logo Alfamart, tulisan *body text*, serta tulisan fasilitas menggunakan aset yang serupa dengan alternatif desain kedua. Penulis membedakan warna *icon* serta deskripsi fasilitas menjadi #0B5755 agar lebih sesuai dengan tema warna desain alternatif ketiga. Penulis juga menggunakan *font* yang sama untuk tulisan "berkendara aman selamat sampai tujuan", namun dibedakan untuk penggunaan warna menjadi putih agar sesuai dengan tema desain serta lebih mencolok.

Pada bagian bawah penulis memberikan elemen desain berbentuk awan dengan warna serta efek *drop shadow* yang

sama dengan bagian atas. Penulis menambahkan *shape circle* warna putih dengan *opacity* 35% untuk peletakan logo sponsor. Hal ini dilakukan agar logo sponsor tidak terlalu mencolok, namun tetap terlihat dengan jelas.

### 3. Evaluasi

Penulis memberikan ketiga alternatif desain pada *group chat* yang berisikan *Supervisor* serta *Store Brand & Media Activation Manager*. Pengiriman desain ini bertujuan untuk mendapatkan *feedback* atas desain yang telah penulis lakukan. Berikut merupakan tanggapannya:



Gambar 3.80 *Feedback* Desain *Flag Banner*

Pada hari yang sama, penulis mendapatkan *feedback* melalui *Supervisor* untuk pemilihan desain menggunakan alternatif ketiga. Kemudian pada hari berikutnya, diperoleh *feedback* dari *General Manager* bahwa warna *flag banner* kurang terlihat mencolok. Lalu *Store Brand & Media Activation Manager* juga memberikan masukan bahwa warna desain alternatif ketiga kurang memberikan kesan lebaran.

Setelah mendapatkan beberapa masukan tersebut, penulis segera melakukan perbaikan. Penulis mencari referensi warna hijau yang menggambarkan kesan lebaran. Berikut merupakan referensi warna yang penulis gunakan:



Gambar 3.81 Referensi Warna Kesan Lebaran

Penulis menggunakan konten unggahan Alfamart untuk mendapatkan referensi warna hijau lebaran. Melalui desain tersebut didapatkan beberapa warna. Berikut merupakan *color palette* yang penulis gunakan:



Gambar 3.82 *Color Palette* Desain *Flag Banner*

Setelah mendapatkan warna, penulis memperbaiki desain *flag banner* serta memberikan elemen desain tambahan. Hal ini dilakukan agar desain menjadi maksimal dan memeriahkan suasana lebaran. Berikut merupakan proses perbaikan desain:



Gambar 3.83 Proses Perbaikan *Flag Banner*

Penulis merubah warna *background* menjadi hijau terang dengan *gradient* pada bagian bawah untuk membedakan antara bagian tulisan jarak serta fasilitas yang tersedia. Kemudian penulis menambahkan aset desain tambahan berbentuk kembang api yang diperoleh melalui Freepik. Penulis juga menambahkan detail seperti *shape* lingkaran yang diberi efek *blur* untuk memberikan *highlight* atau kesan sinar.

Lalu, warna *frame* yang menginformasikan jarak toko Alfamart, penulis ganti menjadi warna kuning agar lebih mencolok. Penulis juga mengganti warna *headline* serta *sub-headline* menjadi hitam agar lebih terlihat. Selain itu, penulis juga mengganti *font* yang digunakan pada tulisan "berkendara aman selamat sampai tujuan" menjadi Gotham Bold Italic, agar penggunaan *font* konsisten dan diberikan kesan *italic* untuk menjadi pembeda dengan *body text* fasilitas.

Setelah melakukan perbaikan warna dan pemberian detail aset desain, penulis kembali memperlihatkan proses desain pada *Supervisor* dan *Store Brand & Media Activation Manager* secara langsung. Penulis mendapatkan *approval* kemudian diberikan arahan secara langsung untuk membuat desain menggunakan jarak yang berbeda-beda yaitu "100 meter", "200

meter" dan "300 meter". Berikut merupakan hasil dari pembuatan desain *flag banner*:



Gambar 3.84 Tampilan *Final Flag Banner* Toko Mudik

Setelah membuat ketiga desain dengan jarak yang berbeda-beda, penulis diarahkan oleh *Supervisor* untuk membuat dua *file* dalam bentuk png, serta pdf. Kemudian *file* tersebut termasuk *file adobe illustrator* diunggah dalam *Google Drive*. *File* tersebut digunakan untuk kebutuhan *printing flag banner*.

#### 4. Implementasi

Pada tahap implementasi desain *flag banner* penulis hanya diberitahukan secara langsung oleh *Supervisor* penulis bahwa *flag banner* akan diletakkan di sisi perjalanan tol. Selain itu, penulis juga diberitahu bahwa *flag banner* akan dipasang selama periode sebelum hari raya lebaran. Penulis tidak mendapatkan dokumentasi serta informasi lebih lanjut pada saat *flag banner* telah diimplementasikan.

##### 3.3.2.3 Proyek Pembuatan Instagram *Feeds Jalur Mudik*

Selama menjelang masa lebaran, toko Alfamart yang tersebar di berbagai kota, memiliki *booth* sponsor yang menyediakan promo menarik. *Booth* tersebut hanya berlaku pada daerah-daerah tertentu dan disponsori oleh berbagai *brand* ternama. Informasi mengenai jalur mudik ini diberitahukan oleh pihak Alfamart secara resmi melalui

Instagram agar dapat tersebar secara luas pada *audiens*. Toko jalur mudik hanya berlaku selama periode hari raya lebaran.

### 1. Analisa

Penulis diberikan arahan secara langsung oleh *Supervisor* untuk membuat desain jalur mudik. *Supervisor* memberikan referensi pada penulis mengenai unggahan Instagram resmi Alfamart mengenai jalur mudik pada tahun 2024. Berikut merupakan referensi jalur mudik pada tahun sebelumnya:



Gambar 3.85 Referensi Jalur Mudik Tahun 2024

Penulis melihat bahwa desain jalur mudik sebelumnya, memiliki *cover* yang memberikan *headline* mengenai jalur mudik. Kemudian pada bagian bawah diberikan berbagai logo sponsor serta periode jalur mudik berlangsung. Pada *slide* selanjutnya, terdapat *list* toko beserta alamat dan pembagian kategori berdasarkan pulau. Daftar *list* dibagi menjadi 3 kolom, pada bagian kiri terdapat logo sponsor, kemudian pada kolom kedua terdapat nama cabang toko Alfamart, lalu pada kolom ketiga terdapat alamat toko. Pada bagian atas juga diletakkan logo Alfamart serta tulisan untuk mengajak pembaca mendatangi *booth* sponsor.

Kemudian, *Supervisor* penulis memberikan referensi desain yang diinginkan. *Supervisor* ingin desain jalur mudik tahun ini menggunakan ilustrasi yang berbeda dengan desain jalur mudik sebelumnya yang menggunakan foto. Berikut merupakan referensi desain yang *Supervisor* inginkan:

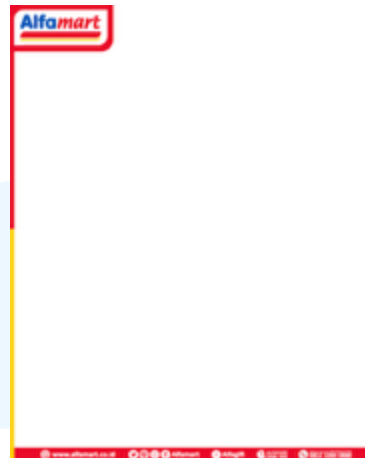


Gambar 3.86 Referensi Desain Jalur Mudik

Referensi desain yang diberikan oleh *Supervisor* menggunakan *full* ilustrasi. Kedua referensi desain tersebut memiliki kesan yang *fun* serta cukup *colorful*. Dengan adanya mobil yang menggambarkan para pemudik saat pulang kampung. Setelah mengirimkan referensi desain, penulis diberikan *list* data toko Alfamart yang membuka *booth* jalur mudik. Tampilan *list* data tidak dapat penulis lampirkan, dikarenakan bersifat *internal*.

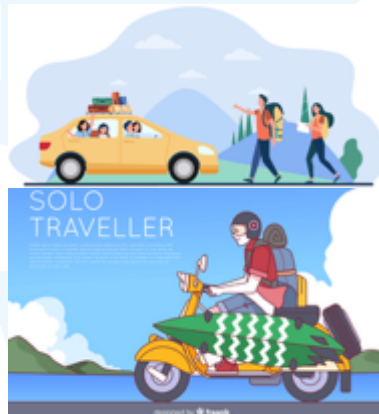
## 2. Desain

Setelah mendapatkan referensi desain, penulis langsung mengerjakan proses desain melalui Adobe Illustrator. Penulis diberikan *file* berupa *flag* Alfamart serta *footer* untuk desain *feeds* Instagram. Berikut merupakan tampilannya:



Gambar 3.87 *Flag Alfamart Dan Footer*

Kemudian penulis melakukan pencarian aset desain sesuai dengan referensi kedua yang telah diberikan *Supervisor*. Penulis mencari aset desain melalui Freepik yang bersifat tidak berbayar. Berikut merupakan aset desain yang penulis gunakan:



Gambar 3 88 Aset Desain Freepik Jalur Mudik

Aset desain tersebut akan digunakan untuk mengisi ilustrasi jalanan dengan para pemudik. Kemudian penulis juga membuat beberapa aset desain lainnya untuk membuat latar belakang desain. Berikut merupakan aset desain yang telah dibuat:

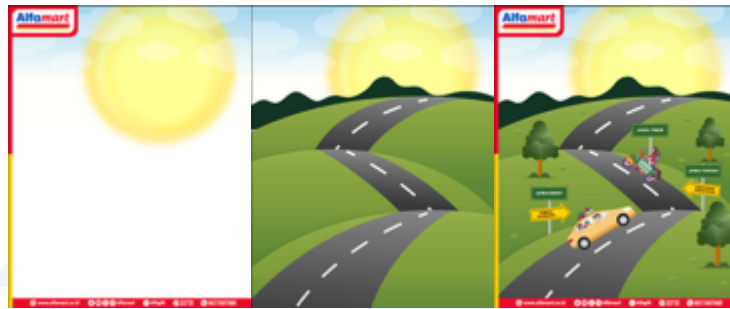


Gambar 3.89 Pembuatan Aset Desain Jalur Mudik

Penulis membuat aset awan menggunakan *shape circle* kemudian digabungkan serta di-*pathfinder unite* agar semua nya menyatu membentuk awan. Kemudian awan tersebut diberikan *fill* putih. Lalu penulis membuat aset desain pohon menggunakan *pentool*, dengan membuat bentuk abstrak seperti *blob* kemudian timpa menjadi satu kesatuan. Digunakan warna *gradient* hijau perpaduan warna #31511E dan #81A263.

Penulis membuat batang pohon menggunakan *shape rectangle* dengan *gradient*, perpaduan warna #CD7604 dan #A96303. Kemudian penulis juga memberikan detail rumput yang dibuat menggunakan *pentool*, dan bentuk *bush* menggunakan *shape circle* yang di-*pathfinder unite*. Diberikan detail *shadow* menggunakan *shape circle* dengan warna hitam dan *opacity* 10% agar terlihat samar seperti bayangan.

Selanjutnya, penulis membuat sebuah petunjuk arah menggunakan *shape rectangle*. Diberikan *fill* hijau #2E6828, serta *outline* putih di dalamnya dengan *stroke* 1pt. Penulis juga memberikan petunjuk arah kembali pada bagian bawah berupa arah panah dengan penggabungan *shape rectangle* dan *triangle*. Diberikan *fill* kuning #FED307, serta *outline stroke* 1pt dengan warna coklat tua #502100.



Gambar 3.90 Proses Pembuatan *Background* Jalur Mudik

Penulis membuat *background* jalur mudik, diawali dengan pembuatan langit menggunakan *gradient* perpaduan warna biru #A0D4EC dan putih. Kemudian penulis memasukkan elemen desain awan yang diberikan *opacity* 30%. Lalu penulis menambahkan elemen matahari menggunakan *shape circle* dengan perpaduan warna #FFFF85 dan #FFE037, serta diberikan efek *blur*.

Setelah itu, penulis membuat tanjakan bukit menggunakan *circle* dan diberikan warna *gradient* #97B14B, #809D3C, dan #5D8736. Kemudian penulis membuat 3 bukit untuk memenuhi isi ruang desain. Lalu, diberikan lekukan jalan menggunakan *pentool* dengan menggambar sesuai dengan lekukan bukit. Penulis menggunakan warna *gradient* #898989 dan #3A3A3A. Kemudian diberikan garis *dashed* berwarna putih pada bagian tengah jalanan.

Ketiga bukit diberikan efek *drop shadow* agar tidak *flat*. Setelah itu, penulis menambahkan *bush* dengan bentuk abstrak dan diberikan warna #123524. Lalu, penulis melanjutkan desain dengan memasukkan aset desain ilustrasi yang diperoleh melalui Freepik dan pembuatan pribadi. Penulis memberikan tulisan pada aset desain petunjuk arah sesuai dengan pulau lokasi toko jalur mudik yang terdapat di *list data*.



Gambar 3.91 Desain Cover Jalur Mudik

Proses pembuatan desain dilanjutkan dengan memberikan tulisan serta logo sponsor. Penulis membuat *headline* "jalur mudik", serta *sub-headline* "para pemudik! yuk mampir ke Alfamart" menggunakan *font* Poppins. Penulis membuat *headline* menggunakan bentuk 3D agar terlihat besar dan mencolok. Diberikan efek *curve* agar dapat menyatu dengan *background* seperti berdiri diatas bukit. Kemudian pada *sub-headline* penulis juga memberikan efek *curve* serta *drop shadow* agar dapat terbaca dengan jelas.

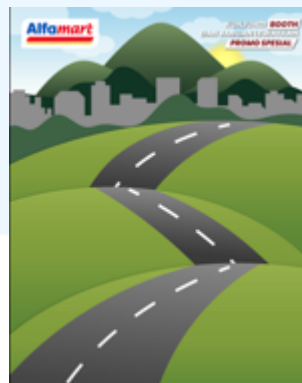
Setelah itu, penulis membuat bentuk *rectangle* dengan warna putih dan *opacity* 75% untuk tempat logo sponsor. Penulis memberikan bentuk *rectangle* kembali pada setiap logo sponsor dengan *round* 29cm pada setiap sisi. Penulis meletakkan tulisan periode pada bagian atas logo sponsor dengan menggunakan warna putih serta *font* Poppins. Tulisan tersebut juga diberikan efek *drop shadow* agar terlihat mencolok.



Gambar 3.92 Proses Pembuatan *Background List Toko Jalur Mudik*

Penulis membuat aset tambahan untuk *background list* toko jalur mudik. Hal ini dilakukan agar menjadi pembeda antara desain *background cover* serta desain *background list* toko jalur mudik. Dibuat bentuk gunung menggunakan *pentool* dengan penggabungan warna #789461 dan #163020. Penulis juga mengatur *opacity* awan menjadi 50% serta membuat ukuran matahari lebih kecil.

Setelah itu, penulis membuat bentuk gedung bangunan menggunakan *pentool* secara *random*. Lalu penulis menambahkan *bush* yang dibuat menggunakan *pentool* secara abstrak. Kemudian setelah membuat *background* yang baru, penulis meletakkan bukit yang sama seperti *cover* jalur mudik.



Gambar 3.93 *Background List* Toko Jalur Mudik

Kemudian pada sisi bagian atas diletakan logo Alfamart serta tulisan "kunjungi *booth* dan jangan lewatkan promo spesial". Tulisan tersebut mengikuti pada tahun lalu, atas arahan *supervisor* secara langsung pada penulis. Tulisan diberikan efek *drop shadow* agar tidak menyatu dengan *background*. Penulis juga memberikan *highlight* yang serupa pada tulisan tahun 2024, pada tulisan "*booth*" serta "promo spesial" menggunakan warna merah #7F0F1A dan diberikan *rectangle* agar mencolok.



Gambar 3.94 Pembuatan Desain *List Toko Jalur Mudik*

Penulis menambahkan *rectangle* dengan diberikan efek *drop shadow*. Lalu, diberikan *shape rectangle* dengan sudut kiri atas dan kanan bawah *round 70cm*. Diberikan *outline* pada dalam *shape rectangle* dengan *stroke 5pt* serta warna #EA0029 dan #FFD100. Kemudian diletakkan tulisan "jawa barat" dengan kapital sebagai *headline*. Tulisan menggunakan *font Poppins Bold* dengan warna #7F0F1A. Kemudian penulis membuat garis seperti kolom tabel dan dibagi menjadi 3 bagian. Pada bagian kiri untuk logo sponsor, bagian tengah untuk nama toko, dan bagian kanan untuk alamat toko cabang. Setelah itu, hal yang sama diterapkan pada *list toko* lainnya. Berikut merupakan hasil dari desain:





Gambar 3.95 Desain *List Toko Jalur Mudik*

Pada desain *list* toko yang memiliki dua logo sponsor berbeda. Penulis membedakan tabel dengan penggunaan *opacity* yang rendah serta *full opacity*. Hal ini dilakukan agar tabel tidak menyatu dengan tabel sponsor di atasnya. Namun, apabila hanya terdapat satu logo sponsor, maka *rectangle* akan menggunakan *opacity* yang rendah.

### 3. Evaluasi

Setelah membuat desain *cover* beserta isi dari *list* toko jalur mudik. Penulis menunjukkan secara langsung hasil akhir desain pada *Supervisor*. Kemudian, *Supervisor* penulis memberikan peringatan untuk melakukan pengecekan ulang mengenai nama serta alamat pada *list* toko agar tidak terjadi kesalahan. Maka dari itu penulis melakukan pengecekan ulang pada *list* toko. Setelah melakukan pengecekan ulang, penulis tidak menemukan adanya alamat atau nama toko cabang yang keliru.

### 4. Implementasi

*Supervisor* mengarahkan penulis untuk membagikan desain jalur mudik pada WhatsApp dengan kualitas yang tinggi (*high resolution*). Desain dikirimkan oleh penulis pada *group chat* WhatsApp yang berisikan *Supervisor* serta *Store Brand & Media Activation Manager*. Kemudian desain tersebut akan diteruskan oleh pihak yang memegang akun resmi Instagram Alfamart. Berikut merupakan desain jalur mudik yang telah diunggah pada Instagram Alfamart:



Gambar 3.96 Desain Jalur Mudik Diunggah

Desain tersebut diunggah pada tanggal 24 Maret, dan memperoleh interaksi yang cukup banyak. Diperoleh 337 *likes* serta beberapa komen dari *audiens* Alfamart. Desain tersebut juga telah memberikan informasi *list* toko jalur mudik sesuai dengan arahan *Supervisor*.

#### 3.3.2.4 Proyek Pembuatan *Banner* Hari Raya Paskah

Hari raya merupakan momen yang spesial bagi Alfamart. Dikarenakan setiap hari raya, Alfamart akan mengunggah ucapan pada *audiens* Alfamart, baik secara digital maupun secara fisik. Pada hari raya paskah, Alfamart berinisiatif untuk membuat ucapan dalam bentuk *banner* yang dicetak secara fisik.

##### 1. Analisa

Penulis diberikan arahan secara langsung oleh *General Manager* untuk menangani desain *banner* hari raya paskah. *General Manager* memberikan penulis arahan untuk membuat *banner* pada ukuran 6x2m, 4x3m, dan 1x5m. Pada waktu yang bersamaan, penulis diberikan referensi desain secara langsung oleh *General Manager*.

Desain *banner* yang telah dibuat bersifat *cartoon* menggunakan ilustrasi telur dan kelinci. Penulis diberikan arahan oleh *General Manager* untuk membuat desain menggunakan ilustrasi yang *general* tidak terlalu religius namun tidak seperti untuk *audiens*

anak kecil. Penulis juga diberikan referensi secara langsung oleh *General Manager* mengenai bukit tempat Yesus disalibkan untuk menggambarkan suasana paskah. Penulis diberikan arahan untuk menggunakan akun *shutterstock* premium untuk mengambil aset keperluan desain.

Penulis diarahkan *General Manager* untuk menuju meja karyawan tetap pada bagian *sales and promotion*, untuk mendapatkan akun *Shutter Stock premium*. Kemudian penulis membawa *device* laptop yang penulis gunakan untuk mendesain agar dapat diberikan akses *log in*. Setelah berkomunikasi lebih lanjut dengan karyawan divisi *sales proomotion*, penulis mendapatkan akun *Stock premium* Alfamart.

Setelah diberikan arahan oleh *General Manager*, penulis mencari beberapa referensi desain melalui Pinterest. Penulis mencari referensi yang sesuai dengan arahan *General Manager*. Berikut merupakan referensi yang penulis gunakan:



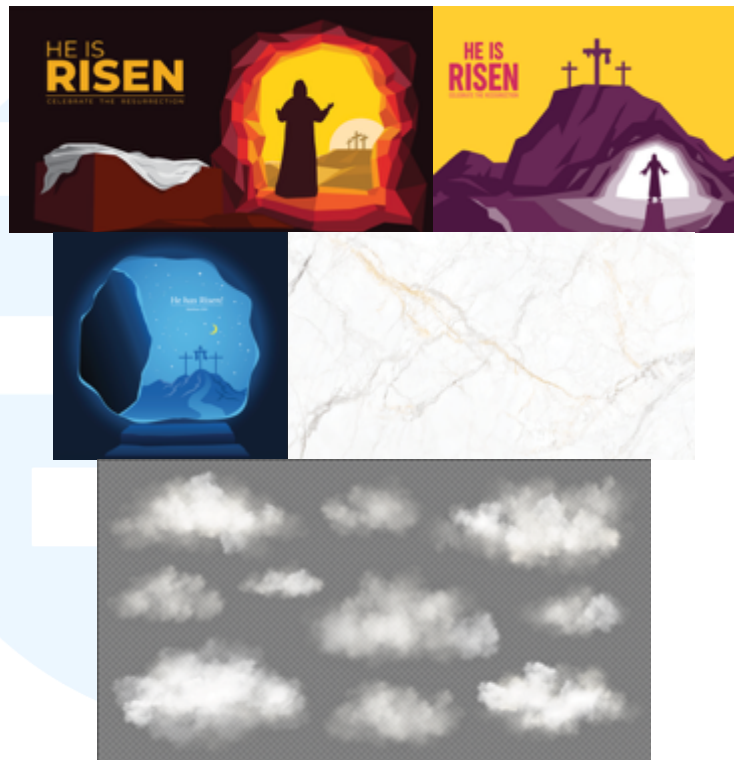
Gambar 3.97 Referensi Desain *Banner* Paskah

Penulis mengambil beberapa referensi desain untuk pembuatan *banner* paskah. Digunakan elemen yang dominan berbentuk bukit serta salib sesuai dengan arahan *General Manager*. Melalui beberapa referensi tersebut, penulis melanjutkan proses mendesain yang akan dijelaskan pada tahapan selanjutnya.

## 2. Desain

Penulis mulai melakukan desain dengan membuat *file* berukuran 40x30cm pada Adobe Illustrator. Kemudian penulis

mencari aset desain melalui akun Shutterstock premium yang sudah diberikan. Berikut merupakan aset yang penulis gunakan dalam desain *banner* paskah:



Gambar 3.98 Aset Desain Shutterstock

Melalui beberapa aset yang telah dikumpulkan, penulis akan mendesain *banner* paskah menggunakan aset tersebut. Penulis akan melakukan modifikasi serta penambahan elemen yang berbeda pada desain *banner* paskah. Berikut merupakan proses pengerjaan desain *banner* paskah:



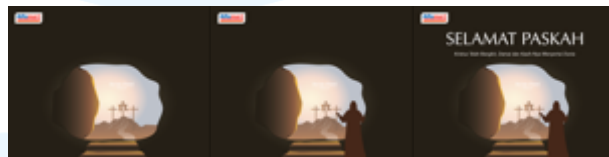
Gambar 3.99 Alternatif Pertama *Banner* Paskah

Penulis membuat desain alternatif pertama menggunakan *background pattern marble* dengan *opacity* 65%. Kemudian penulis memberikan warna *gradient* perpaduan warna #F7B3A1 dengan #FAC27B. Penulis juga memberikan bentuk

tambahan secara abstrak pada bagian depan menggunakan warna #FCBF34, serta #FEE5DB dengan *opacity* yang rendah. Kemudian penulis menambahkan aset awan yang didapatkan melalui Shutterstock.

Lalu, penulis memasukkan aset desain berbentuk bukit serta salib yang didapatkan melalui Shutterstock. Penulis memodifikasi warna serta bentuk dari aset tersebut. Penulis juga membuat ukuran salib menjadi lebih besar dengan detail sinar pada bagian belakang. Dilengkapi dengan burung merpati berwarna putih yang dibuat secara mandiri.

Setelah selesai mendesain *background*, ditambahkan tulisan dengan *headline* "Paskah" menggunakan *font* Optima regular, *sub-headline* "selamat hari raya" dan *body text* "kristus telah bangkit, damai dan kasih-Nya menyertai dunia" menggunakan *font* "Avenir". Diberikan warna coklat #47281A agar sesuai dengan tema warna alternatif desain pertama.



Gambar 3.100 Alternatif Kedua *Banner* Paskah

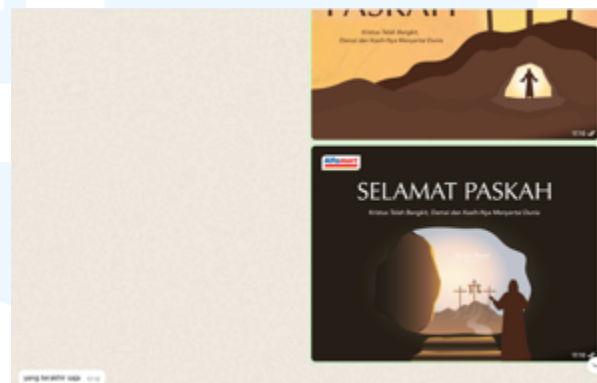
Pada alternatif desain kedua, penulis menggunakan gaya desain yang lebih simpel dan menggunakan siluet. Penulis menggunakan aset yang didapatkan melalui Shutterstock dan diberikan modifikasi pada bagian warna. Pada *background* digunakan *gradient* perpaduan warna #BDC2CB, #F5DCCE, dan #FBF1DB. Kemudian untuk elemen bukit dan salib menggunakan *gradient* perpaduan warna #C98D5C dan #91715E. Pada bagian tangga diberikan *gradient* perpaduan warna #EEBA43, #8F5E42, dan #261F16.

Lalu, penulis juga menambahkan aset siluet Yesus menggunakan warna #47281A agar serupa dengan tema warna.

Kemudian diberikan tulisan *headline* serta *body text* menggunakan *font* yang serupa dengan alternatif desain sebelumnya. Namun pada alternatif desain ini dibedakan pada penggunaan warna menjadi putih agar lebih terlihat jelas.

### 3. Evaluasi

Penulis memberikan alternatif desain melalui *chat* WhatsApp pada *General Manager*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan *feedback* serta *approval* *General Manager*. Berikut merupakan tanggapan *General Manager* mengenai alternatif desain *banner* paskah yang telah penulis buat:



Gambar 3.101 Tanggapan *General Manager* Alternatif *Banner* Paskah

Setelah mendapatkan pilihan yaitu menggunakan alternatif desain kedua. Penulis melanjutkan pembuatan desain dalam ukuran yang berbeda sesuai dengan arahan dari *General Manager*. Berikut merupakan hasil *final* dari *banner* paskah:



Gambar 3.102 Desain *Banner* Paskah *Final*

Pada hasil akhir desain *banner* paskah, terdapat tiga ukuran yang berbeda. Terdapat ukuran 4x3m, 6x2m serta 1x5m.

Ketiganya menggunakan mode warna CMYK untuk keperluan media cetak.

#### 4. Implementasi

Setelah selesai membuat berbagai ukuran *banner* penulis diberikan arahan untuk membagikan desain dalam bentuk *file* Adobe Illustrator untuk keperluan mencetak. Penulis memberikan *file* tersebut pada karyawan tetap divisi *sales promotion*. Setelah itu, penulis tidak mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai implementasi *banner* paskah.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis tidak terlepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi. Kendala tersebut merupakan bagian dari proses pembelajaran dari dunia kerja. Melalui kendala yang dihadapi, penulis mempelajari berbagai hal seperti berpikir kritis, bersikap profesional serta menyelesaikan masalah secara efektif. Dalam menghadapi setiap kendala yang ada, penulis berusaha untuk mencari solusi yang tepat. Penjelasan lebih lanjut akan dijelaskan pada sub bab berikutnya.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan kerja magang, penulis dihadapi oleh berbagai tantangan. Melalui tantangan tersebut, penulis mendapatkan pembelajaran yang sangat berharga, untuk menguji kesiapan dalam merespons kondisi yang tidak terduga. Walaupun tahapan ini tidak mudah untuk penulis hadapi, namun setiap tantangan yang muncul memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperluas wawasan dan meningkatkan kemampuan penulis dalam menyelesaikan masalah. Berikut merupakan kendala yang penulis hadapi selama proses kerja magang:

##### 1. Kesulitan Mengelola Waktu

Dalam pelaksanaan magang, penulis mendapatkan kendala dalam menyeimbangkan waktu antara mengerjakan proyek magang dengan pengerjaan laporan magang. Hal ini dikarenakan padatnya tugas

harian magang, sehingga penulis harus mengerjakan secara maksimal pada tugas harian maupun laporan magang. Kondisi ini menjadi pengalaman yang berharga bagi penulis untuk belajar mengatur waktu yang baik di tengah beban kerja yang cukup tinggi.

## 2. Kesulitan Mendapatkan Aset

Pada saat mengerjakan tugas yang diberikan selama magang, penulis membutuhkan aset untuk mendukung desain yang akan dibuat. Seperti logo *brand sponsor* atau aset desain yang berbayar. Beberapa *brand* tidak dapat memberikan logo yang bersifat *high quality*. Selain itu, penulis kerap membutuhkan aset desain yang bersifat premium untuk mendukung proses pembuatan desain. Namun, penulis tidak difasilitasi akun premium untuk mendapatkan aset berbayar. Beberapa aset lainnya seperti foto, juga tidak tersedia dalam satu *file* yang sama.

## 3. Tidak Adanya Pengalaman Menangani KOL

Selama magang berlangsung, penulis mendapatkan tugas untuk menangani KOL untuk pembuatan konten promo Alfamart. Pada saat mengerjakan tugas ini, penulis mendapatkan beberapa kendala. Seperti kurang mampunya untuk berkomunikasi dengan pihak *agency* yang mengurus KOL, serta membuat *timeline* untuk produksi konten KOL.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Terlepas dari menghadapi berbagai kendala, penulis berhasil untuk menemukan solusi yang efektif. Melalui solusi tersebut, kendala yang penulis hadapi tidak hanya teratasi, namun memberikan penulis wawasan baru yang berkontribusi dalam peningkatan kinerja penulis dimasa yang mendatang. Pengalaman ini berpengaruh pada pengembangan diri serta keterampilan profesional penulis. Berikut adalah solusi dari kendala yang penulis hadapi:

#### 1. Membuat Jadwal Bekerja

Penulis membuat jadwal bekerja untuk mengerjakan tugas magang dengan pengerjaan laporan magang. Pembuatan jadwal ini, sangat

efektif bagi penulis untuk terhindar dari tabrakan pengerjaan tugas magang dengan laporan. Penulis menetapkan pengerjaan tugas magang dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIB, kemudian dilanjutkan dengan pengerjaan laporan magang hingga malam hari. Penulis juga memanfaatkan waktu libur hari raya untuk mengerjakan laporan magang. Dengan demikian, penulis dapat mengerjakan tugas magang dan laporan secara optimal.

## 2. Berkomunikasi Dengan Karyawan Tetap

Dalam mendapatkan aset yang diperlukan untuk kebutuhan desain, penulis menerapkan komunikasi yang baik pada karyawan setempat. Seperti logo *brand* yang bersifat tidak *high quality*, penulis komunikasikan bersama *Supervisor*, kemudian penulis diarahkan untuk mencari melalui internet dan menaikkan kualitas gambar melalui *Photoshop*. Selain itu, penulis juga meminta bantuan dengan karyawan tetap untuk mendapatkan aset foto atau aset desain yang premium. Dengan demikian penulis dibantu untuk mendapatkan aset yang dibutuhkan untuk desain.

## 3. Mempelajari Proses Bekerja KOL *Specialist*

Pada saat menangani KOL untuk kebutuhan promo Alfamart, penulis meminta arahan oleh pihak yang memberikan tugas yaitu *Store Brand & Media Activation Manager*. Penulis diberikan arahan untuk menganalisa *engagement* KOL yang tidak *hide* dan memiliki *likes* atau *views* lebih dari 1.000 pada konten yang pernah dibuat. Selain itu, penulis juga diarahkan oleh *Supervisor* untuk menuliskan ketentuan yang harus diikuti oleh KOL saat mengambil konten. Kemudian, penulis membuat *brief* dan *timeline* konten KOL dengan panduan *Supervisor*. Penulis juga tidak lepas dari arahan serta kesepakatan dengan *Store Brand & Media Activation Manager* dan *Supervisor* saat berkomunikasi dengan pihak *agency*.