

**PERANCANGAN KATALOG UNTUK *POINT OF PURCHASE*
BULANAN PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

Cindy Nastasha

00000059240

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN KATALOG UNTUK *POINT OF PURCHASE*
BULANAN PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Cindy Nastasha
00000059240

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cindy Nastasha
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059240
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:
**PERANCANGAN KATALOG UNTUK *POINT OF PURCHASE*
BULANAN PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)**
merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula
dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah
saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan
dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya
bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga
bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak
plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab
Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 5 Juni 2025



(Cindy Nastasha)

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cindy Nastasha
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059240
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

menyatakan bahwa saya melaksanakan magang di:

Nama Perusahaan : PT Moradi (Retail Orang Tua Group)
Alamat Perusahaan : Jl. Lingkar Luar Barat Kav. 35 - 36, Cengkareng
Email Perusahaan : retail_otcareer@ot.id

1. Perusahaan tempat saya melakukan magang dapat divalidasi keberadaannya.
2. Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan data yang tidak valid di perusahaan tempat saya melakukan magang, maka:
 - a. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.
 - b. Saya bersedia menerima semua sanksi yang berlaku sebagaimana ditetapkan dalam peraturan di Universitas Multimedia Nusantara.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 5 Juni 2025

Mengetahui

Menyatakan


(Leonardus Edi)





(Cindy Nastasha)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERANCANGAN KATALOG UNTUK *POINT OF PURCHASE* BULANAN PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)

Oleh

Nama Lengkap : Cindy Nastasha
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059240
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 23 Juni 2025
Pukul 15.00 s.d. 15.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

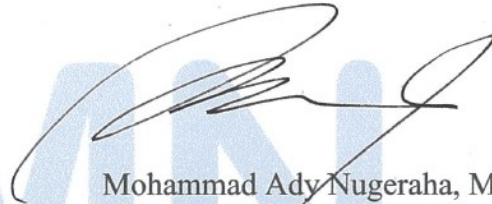
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/ 068502

Penguji



Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cindy Nastasha
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059240
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN KATALOG UNTUK *POINT OF PURCHASE* BULANAN PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk memublikasikan hasil laporan magang saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh civitas academica UMN/ publik. Saya menyatakan bahwa laporan magang yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia memublikasikan hasil laporan magang ini ke dalam repositori Knowledge Center karena ada data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara.
 - ☐ Embargo publikasi laporan magang dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 5 Juni 2025


(Cindy Nastasha)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan magang yang berjudul “Perancangan Katalog untuk *Point of Purchase* Bulanan PT Moradi (Reetail PT Orang Tua Group)” ini dapat terselesaikan, sebagai syarat kelulusan sebagai Sarjana Desain Komunikasi Visual. Penyusunan laporan ini sebagai bentuk dokumentasi serta pengalaman proses kerja magang yang disertai dengan pembelajaran dan penambahan wawasan di dunia kerja profesional. Tentu nya keberhasilan penyelesaian laporan ini tidak akan terealisasi tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara.
5. Retail Orang Tua, selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang.
6. Henry Yudha Wijaya, selaku *Marketing Manager* PT Moradi, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesainya magang ini.
7. Bagaskoro Hutomo, selaku *Marketing Supervisor* PT Moradi, yang selalu teliti memonitor hasil *design* serta memberi kritik dan saran untuk penyelesaian *design* yang baik agar layak dipublikasikan.
8. Steven Setiawan, selaku *Graphic Design Staff* PT Moradi, yang telah membimbing, mengarahkan, serta motivasi untuk menyelesaikan keseluruhan *design* dengan penataan dan komunikasi yang tepat guna bagi konsumen.
9. Benny Samuel Sihombing, selaku *Digital Marketing Staff* PT Moradi, yang menjadi perantara serta selalu memastikan *feeds* platform media sosial selalu layak *posting* dan sejalan dengan visi divisi *e-commerce*.

10. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku *Advisor* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya magang ini.
11. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan magang ini.
12. Vcdmuseum, yang menjadi teman seperjuangan sejak awal perkuliahan *offline* sampai sekarang, dengan terus memberikan dukungan emosional sampai penyelesaian laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menjadi referensi untuk mahasiswa yang akan melaksanakan program kerja magang di masa mendatang. Penulis menyadari laporan ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu, kritik dan saran akan sangat diapresiasi untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Tangerang, 5 Juni 2025



(Cindy Nastasha)



PERANCANGAN KATALOG UNTUK *POINT OF PURCHASE* BULANAN PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)

(Cindy Nastasha)

ABSTRAK

Indonesia mencapai 281 juta jiwa per 2024, dengan pertumbuhan terbesar di Jawa Barat. Sebesar 1,13% per tahunnya. Oleh karena itu kebutuhan konsumen terhadap produk FMCG (*fast moving consumer goods*) yang terdiri dari *personal care*, minuman ringan, makanan, perlengkapan rumah tangga, dan lainnya semakin meningkat. Maka dari itu, PT Moradi hadir sebagai salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sebagai *convenience store* yang berlokasi di daerah-daerah urban, MOR berupaya untuk menjadi *one-stop shopping point* bagi masyarakat Jabodetabek. MOR berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan produk-produk unggulan serta kenyamanan berbelanja. Pada program kerja magang, penulis memiliki tanggungjawab sebagai *Graphic Design Intern* di divisi *Marketing* PT Moradi. Penulis bertugas membuat media promosi yang berkaitan dengan POP bulanan (*wobbler*, *mailer* (katalog toko), *feeds* Instagram, TV Menu, *banner offline*, *banner e-commerce*, *menuboard*, poster, *flyer*, pos kasir, serta OT Point (aplikasi karyawan). Penulis juga mendapat tanggungjawab mendesain kebutuhan *event* seperti PRJ maupun kebutuhan toko seperti *price tag*, *signage*, *tent card*, dan lainnya. Program kerja magang di PT Moradi bermanfaat dalam studi penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, terutama di bidang perancangan strategi dan media promosi kebutuhan *offline* serta dalam ruang lingkup korporat.

Kata kunci: Media Promosi, Magang, Desain Grafis, PT Moradi

MONTHLY POINT OF PURCHASE CATALOG DESIGN FOR PT MORADI (RETAIL PT ORANG TUA GROUP)

(Cindy Nastasha)

ABSTRACT

Indonesia's population reached 281 million in 2024, with the highest growth rate in West Java, at 1.13% annually. Consequently, consumer demand for Fast-Moving Consumer Goods (FMCG), encompassing personal care, beverages, food, household supplies, and other related products, is experiencing a corresponding increase. In response to this demand, PT Moradi has emerged as one of the key providers of essential daily consumer goods. As a convenience store chain strategically located in urban centers, MOR aims to establish itself as a one-stop shopping destination for residents in the Greater Jakarta metropolitan area (Jabodetabek). MOR is committed to delivering exceptional service, offering high-quality products, and ensuring a comfortable shopping experience. During the internship program, the author's responsibilities as a Graphic Design Intern within PT Moradi's Marketing division included the creation of promotional materials for monthly Point of Purchase (POP) displays, such as wobblers, mailers (store catalogs), Instagram feeds, TV Menu, offline banners, e-commerce banners, menuboard, posters, flyers, point-of-sale (POS) cashier display, and the company's employee application (OT Point). Additionally, the author was tasked with designing visual assets for event promotions, including the Jakarta Fair (PRJ), and in-store materials such as price tags, signage, tent cards, etc. The internship at PT Moradi provided valuable and practical experiences relevant to the author's academic pursuits as a Visual Communication Design student. Particularly in the areas of strategic planning and the development of promotional media for both offline and corporate contexts.

Keywords: *Promotional Media, Graphic Design Intern, PT Moradi*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	15
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	15
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang	15
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang	16
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	18
2.1 Deskripsi Perusahaan	18
2.1.1 Profil Perusahaan	18
2.1.2 Sejarah Perusahaan.....	18
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	19
2.2.1 <i>Head of Marketing</i>	19
2.2.2 <i>Marketing Manager</i>	20
2.2.3 <i>Marketing Supervisor</i>	20
2.2.4 <i>Graphic Design</i>	20
2.2.5 <i>Digital Marketing</i>	21
2.3 Portofolio Perusahaan	21
2.3.1 Gorenc.....	22
2.3.2 T'endang.....	22
2.3.3 Barasap	23

2.3.4 Synchronize Fest	24
2.3.5 Jakarta Fair (Pekan Raya Jakarta, PRJ).....	25
BAB III PELAKSANAAN MAGANG.....	26
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang	26
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang.....	26
3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang.....	27
3.2 Tugas yang Dilakukan	27
3.3 Uraian Pelaksanaan Magang	33
3.3.1 Proses Perancangan Tugas Utama Magang (<i>mailer</i>).....	33
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang.....	42
3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang	67
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang	67
3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang.....	69
BAB IV PENUTUP	71
4.1 Simpulan	71
4.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Struktur Organisasi PT Moradi	19
Gambar 2. 2 Logo Gorenc.....	22
Gambar 2. 3 Logo T'endang	23
Gambar 2. 4 Logo Barasap.....	23
Gambar 2. 5 MOR di Synchronize Fest	24
Gambar 2. 6 Beberapa event yang pernah diikuti MOR.....	25
Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi PT Moradi	27
Gambar 3.2 Brief layout mailer oleh Graphic Design Staff.....	34
Gambar 3.3 Brief list brand dan produk yang promo untuk bulan April	35
Gambar 3.4 Imageboard Katalog Bulan April	36
Gambar 3.5 Color Palette yang digunakan pada design mailer	37
Gambar 3.6 Sketsa Layout Mailer Bulan April	38
Gambar 3.7 Adjustments aset dari internet agar layak ditampilkan	39
Gambar 3.8 Hasil olahan kembali aset visual headline.....	39
Gambar 3.9 Proses Designing katalog bulan April.....	40
Gambar 3.10 Hasil Design Pertama Katalog April.....	41
Gambar 3.11 Hasil Design Mailer Final Setelah di Cetak	42
Gambar 3.12 Contoh Wobbler dari POP Sebelumnya.....	43
Gambar 3.13 Proses Designing Wobbler Bulan April	44
Gambar 3.14 Hasil Design Wobbler Dalam Store MOR.....	45
Gambar 3.15 Berbagai Design Slide TV Menu Sebelum Dianimasikan	45
Gambar 3.16 Content Plan pribadi penulis	46
Gambar 3.17 Rangkuman konsep TV Menu oleh penulis	47
Gambar 3.18 Slide TV Menu paket Ramadhan	47
Gambar 3.19 Color Palette dan typeface pada TV Menu Buy 1 Get 1	48
Gambar 3.20 Adjustments pada foto yang belum diolah	49
Gambar 3.21 Hasil digital imaging aset awan dari freepik.com	49
Gambar 3.22 Hasil relayout paket minuman ala carte	50
Gambar 3.23 Penyusunan video TV Menu	50
Gambar 3.24 Revisi Penambahan Video Pada TV Menu	51
Gambar 3.25 Revisi POP April Setelah Selesai Pengerjaan	52
Gambar 3.26 Imageboard Design Poster yang Akan Dibuat	53
Gambar 3.27 Color Palette dan Font yang Digunakan Pada Poster.....	54
Gambar 3.28 Hasil Design Poster FnB Bulan April	54
Gambar 3.29 Permintaan Revisi oleh Marketing Supervisor	55
Gambar 3.30 Hasil Akhir Design Poster FnB Setelah Revisi.....	56
Gambar 3.31 Brief Merchandise Kipas Tangan.....	57
Gambar 3.32 Referensi Kipas Tangan oleh Graphic Designer Staff	57
Gambar 3.33 Imageboard Merchandise Kipas Tangan Jakarta Fair	58
Gambar 3.34 Color Palette dan Font Alternatif 1	58
Gambar 3.35 Alternatif Pertama Merchandise Kipas Sebelum Revisi	59
Gambar 3.36 Color Palette dan Font Alternatif 2	60
Gambar 3.37 Alternatif Kedua Merchandise Kipas	61
Gambar 3.38 Hasil Modifikasi Aset Visual dari freepik.com.....	61

Gambar 3.39 Color Palette dan Font Alternatif 3	62
Gambar 3.40 Alternatif Kedua Merchandise Kipas	62
Gambar 3.41 Proses Pengerjaan Tanggal 11 Maret 2025	63
Gambar 3.42 Proses Pengerjaan Tanggal 12 Maret 2025	63
Gambar 3.43 Hasil Revisi Alternatif Pertama Merchandise Kipas.....	64
Gambar 3.44 Pengerjaan Penulis Selama Permintaan Alternatif.....	65
Gambar 3.45 Permintaan Revisi Hanya Untuk Alternatif 1	66
Gambar 3.46 Hasil Ketiga Alternatif Merchandise Kipas	67



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Selama Program Kerja Magang.....	28
---	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin	76
Lampiran Form Bimbingan	79
Lampiran Surat Penerimaan Magang	81
Lampiran MBKM 01	82
Lampiran MBKM 02	83
Lampiran MBKM 03	84
Lampiran MBKM 04	101
Lampiran Karya	102

