

BAB III

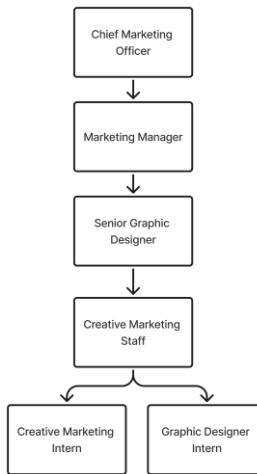
PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di PT Alpha Gemilang Makmur, penulis menempati posisi sebagai *graphic designer intern* di bawah Divisi *Marketing*. Dalam pelaksanaan kerja, penulis bertanggung jawab untuk merancang berbagai konten visual yang mendukung kebutuhan komunikasi tiga merek di bawah ALVA Group, yaitu ALVAboard, ALVApipe, dan KUBO Kids. Alur koordinasi kerja dimulai dari penulis yang mengajukan ide konten secara mandiri dan mencatatkannya di *sheet Excel* setiap *brand* sebagai perencanaan per bulannya. Setelah rancangan desain selesai, hasilnya dikonsultasikan kepada *creative marketing staff*, yang kemudian berkoordinasi dengan *senior graphic designer* untuk mendapatkan masukan serta revisi. Setelah revisi diterima, penulis melakukan penyempurnaan desain hingga siap untuk dipublikasikan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis menempati posisi sebagai *graphic designer intern* di bawah Divisi *Marketing* PT Alpha Gemilang Makmur. Dalam pelaksanaan magang ini, penulis berada di bawah pengawasan *marketing manager* selaku *supervisor* yang bertanggung jawab atas arah dan hasil kinerja tim kreatif. Penulis juga berkoordinasi dengan *creative marketing staff* dan *senior graphic designer* yang berperan dalam memberikan pengarahan, evaluasi, serta revisi terhadap hasil desain yang dibuat.



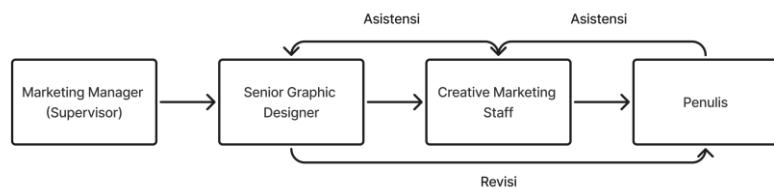
Gambar 3.1 Bagan Struktur Divisi *Marketing*

Selama pelaksanaan magang, penulis bertanggung jawab dalam merancang berbagai kebutuhan desain visual perusahaan, terutama konten *carousel* dan *motion graphic*. Konten-konten media sosial Instagram tersebut mencakup tiga merek di bawah ALVA Group, yaitu ALVAboard, ALVApire, dan KUBO Kids. Selain itu, penulis juga berkontribusi dalam kegiatan pengambilan konten foto dan video, serta membantu proses editing video bersama rekan magang lain yang menempati posisi *creative marketing intern*. Semua desain yang dilakukan diunggah untuk Instagram dan TikTok dari tiga merek yang dipegang ALVA Group.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan magang, penulis berada di bawah pengawasan langsung Supervisor yang menjabat sebagai *marketing manager* pada Divisi *Marketing*. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis berkoordinasi dengan *creative marketing staff* yang berperan sebagai pengarah serta penghubung antara *intern* dengan tim kreatif lainnya. Serta, juga berperan sebagai yang mengelola dan mengunggah konten-konten khusus media sosial. Selain itu, penulis juga mendapatkan bimbingan teknis dan evaluasi hasil desain dari *senior graphic designer*, yang membantu memastikan setiap

karya memenuhi standar visual perusahaan. Alur koordinasi dapat digambarkan seperti di bawah ini:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Dalam pembuatan konten media sosial, penulis mengembangkan ide dan konsep secara mandiri sebelum dikonsultasikan kepada *creative marketing staff* untuk mendapatkan arahan lanjutan. Setelah itu, hasil desain akan diperiksa oleh *senior graphic designer* untuk proses revisi dan persetujuan akhir. Sementara itu, untuk tugas desain di luar media sosial, *brief* biasanya diberikan langsung oleh *supervisor* atau *senior graphic designer* sesuai kebutuhan perusahaan. Lalu, penulis akan menanyakan *feedback* dan asistensi kepada *supervisor* atau *senior graphic designer* mengenai desain yang sudah dibuat. Setelah itu, desain juga akan ditanyakan kepada kepala divisi. Jika sudah disetujui, maka desain akan diunggah ke dalam Google Drive dan siap untuk dipublikasikan. Melalui sistem koordinasi ini, penulis memperoleh pengalaman praktis mengenai alur kerja dalam tim kreatif sekaligus mengasah kemampuan komunikasi dalam lingkungan profesional.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani program magang di ALVA Group, penulis ditempatkan pada Divisi *Marketing* dengan posisi sebagai *graphic designer intern*. Dalam pelaksanaannya, penulis berperan dalam mendukung kebutuhan visual perusahaan melalui berbagai desain, seperti konten media sosial, poster, serta *banner*. Adapun uraian tugas harian penulis selama periode magang di ALVA Group dijelaskan sebagai berikut ini:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	4—8 Agustus 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVApipe
2	11—15 Agustus 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Edit konten kolaborasi <i>Instagram Reels</i> ALVAboard x wePADL
3	18—22 Agustus 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVApipe
4	25—29 Agustus 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVApipe 3. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVApipe 4. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> ALVAboard
5	1—5 September 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard
6	8—12 September 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVApipe 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> KUBO Kids
7	15—19 September 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> KUBO Kids 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard 3. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> ALVApipe
8	22—26 September 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten kolaborasi <i>Instagram Reels</i> ALVAboard x MauJual 2. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> KUBO Kids

9	1—3 Oktober 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 3. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVApipe
10	6—10 Oktober 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> KUBO Kids 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard 3. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVApipe
11	13—17 Oktober 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> KUBO Kids 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard 3. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVApipe
12	20—24 Oktober 2025	Konten Media Sosial, Kolaborasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVApipe 3. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> KUBO Kids 4. Membuat desain kolaborasi ALVAboard x AEON
13	27—31 Oktober 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> KUBO Kids 3. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> ALVAboard 4. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> ALVApipe
14	3—7 November 2025	Konten Media Sosial, <i>Printable Design</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain baju untuk <i>Family Gathering 2025</i> 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> KUBO Kids 3. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVApipe 4. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard

			5. Membuat desain <i>banner Family Gathering</i> dan <i>Annual Meeting</i> 2025
15	10—14 November 2025	Konten Media Sosial, <i>Marketplace, Printable Design</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAipe 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard 3. Membuat desain <i>Greeting Card</i> Natal dan Tahun Baru 2025 4. Membuat desain <i>banner marketplace</i> ALVAboard
16	17—21 November 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAipe 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard 3. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard
17	24—28 November 2025	Konten Media Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit konten <i>podcast Instagram Reels</i> ALVAboard 2. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAipe 3. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> KUBO Kids 4. Membuat desain Instagram <i>Feeds carousel</i> ALVAboard 5. Membuat <i>motion Instagram Reels</i> ALVAboard

Setelah melihat aktivitas harian pada tabel tersebut, penulis dapat memahami bahwa proses magang di ALVA Group tidak hanya berfokus pada eksekusi desain, tetapi juga melibatkan alur kerja yang terstruktur. Setiap tugas yang dikerjakan mulai dari *brainstorming*, pencarian referensi, pembuatan aset, hingga asistensi dan revisi membantu penulis membangun kebiasaan kerja yang lebih disiplin dan profesional. Pola kegiatan ini juga memberikan gambaran nyata mengenai dinamika pekerjaan. Melalui rutinitas harian tersebut, penulis memperoleh pengalaman yang dapat membantu untuk meningkatkan kemampuan teknis maupun pemahaman *workflow* desain secara menyeluruh.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di ALVA Group, penulis bertanggung jawab dalam perancangan berbagai desain visual untuk mendukung kebutuhan komunikasi dan promosi perusahaan. Dalam prosesnya, penulis berperan aktif dalam pembuatan konten media sosial serta berbagai materi visual yang digunakan oleh ketiga *brand*, yaitu ALVAboard, ALVApipe, dan KUBO Kids. Untuk kebutuhan media sosial, penulis mengerjakan berbagai konten digital seperti desain Instagram *Feeds*, *Story*, *Reels*, dan *motion graphic* untuk mendukung kegiatan pemasaran media sosial perusahaan.

Tugas utama yang dijalankan oleh penulis adalah perancangan dan penyusunan buku *company profile* yang mencakup keseluruhan informasi dari ketiga *brand* tersebut. Proyek ini melibatkan proses riset visual, penyusunan struktur informasi, serta eksplorasi gaya desain agar hasil akhir dapat mencerminkan citra profesional dari ALVA Group. Setiap konsep konten dikembangkan berdasarkan gaya visual yang disesuaikan dengan karakter dari masing-masing *brand*. Sebagai tambahan, penulis juga terlibat dalam pembuatan materi promosi cetak seperti poster, *greeting card*, dan spanduk, terutama pada kegiatan kolaborasi antar *brand*.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Pada pelaksanaan program magang, penulis memilih salah satu proyek utama yaitu perancangan buku *company profile* untuk ALVA Group. Pemilihan tugas utama ini dilakukan karena perusahaan membutuhkan media profil yang dapat mempresentasikan ketiga *brand* di bawah ALVA Group, yaitu ALVAboard, ALVApipe, dan KUBO Kids. *Company profile* ini didesain untuk merangkum citra visual masing-masing merek, sekaligus merancang penyajian informasi yang representatif untuk kebutuhan promosi perusahaan.

Company profile dibagi menjadi dua versi untuk menyesuaikan kebutuhan komunikasi masing-masing segmen pasar, yaitu *business to business* (B2B), *business to government* (B2G), dan *business to consumer* (B2C). *Brand*

ALVAboard dan ALVApipe digabungkan dalam satu *company profile* karena kedua *brand* tersebut berfokus pada pasar B2B dan B2G karena memiliki beberapa produk yang memang ditujukan khusus untuk kebutuhan industri dan proyek. Sementara itu, KUBO Kids dibuatkan *company profile* terpisah karena merupakan *brand* yang bergerak pada segmen B2C, sehingga seluruh produk dan kontennya menyesuaikan karakter pasar konsumen akhir.

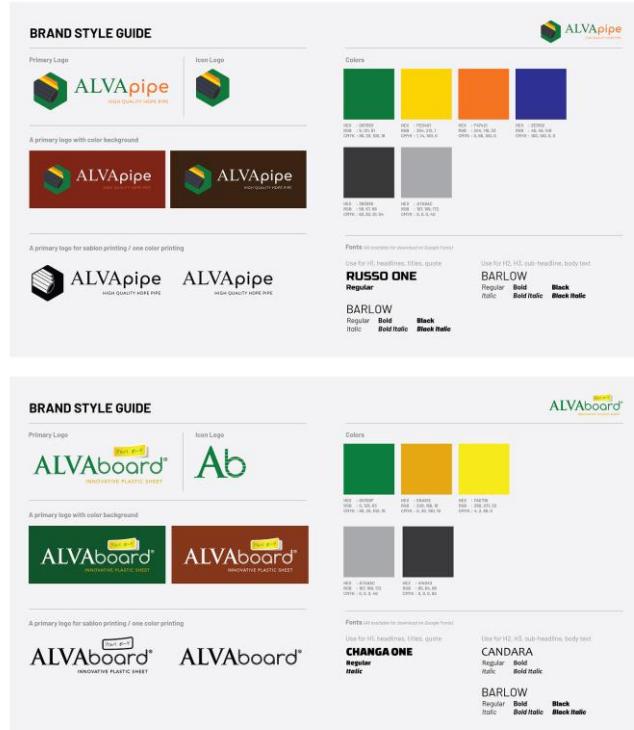
Tabel 3.2 Brief Isi Konten *Company Profile*

Company Profile ALVAboard dan ALVApipe	
Section	Isi
<i>Table of Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>About ALVAboard</i> - <i>ALVAboard Products</i> - <i>Brand Collaboration with ALVAboard</i> - <i>Certifications & Accreditations ALVAboard</i> - <i>About ALVApipe</i> - <i>ALVApipe Products</i> - <i>Certifications & Accreditations ALVAboard</i>
<i>About ALVAboard</i>	<ul style="list-style-type: none"> - PT Alpha Gemilang Makmur - <i>Sheet Size</i> - <i>ALVAboard Key Advantages</i>
<i>ALVAboard Products</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Customized</i> - <i>Box ALVAbord</i> - <i>Box Document</i> - <i>Eco Bin</i>
<i>Brand Collaboration with ALVAboard</i>	<i>More than 10 brands have collaborated with ALVAboard.</i>
<i>Certifications & Accreditations ALVAboard</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>TUV NORD Indonesia</i> - <i>HALAL Assurance System Status</i>
<i>About ALVApipe</i>	<ul style="list-style-type: none"> - PT Alpha Cikupa Makmur - <i>ALVApipe Key Advantages</i>
<i>ALVApipe Products</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Water Pipe</i> - <i>PPR Pipe</i> - <i>Gas Pipe</i> - <i>Telecommunication Pipe</i>

<i>Certifications & Accreditations</i> ALVApipe	<ul style="list-style-type: none"> - Surat Persetujuan Penggunaan Tanda SNI - TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) - Sertifikat Sistem Manajemen Mutu - <i>Green Label</i>
<i>Company Profile KUBO Kids</i>	
Section	Isi
<i>Table of Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>About KUBO Kids</i> - <i>KUBO Kids Products</i> - <i>Brand Collaboration with KUBO Kids</i>
<i>About KUBO Kids</i>	<ul style="list-style-type: none"> - PT Alpha Shopelago Indonesia
<i>KUBO Kids Products</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Farm Series - Jungle Series - Ocean Series - Little Series - Limited
<i>Brand Collaboration with KUBO Kids</i>	KUBO Kids <i>has collaborated with more than 20 brands.</i>

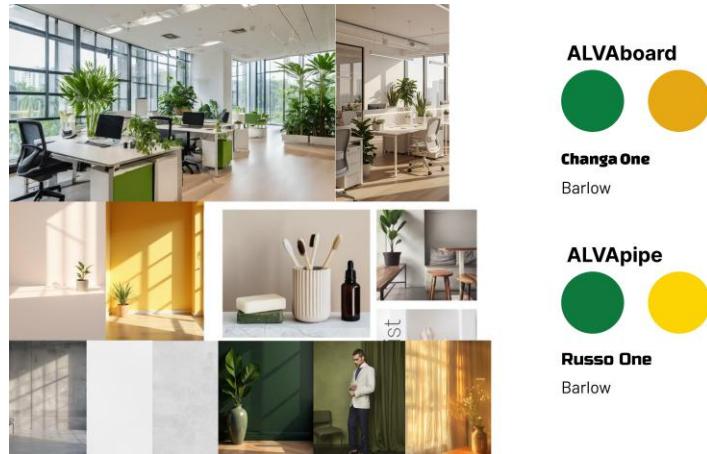
Dalam pelaksanaannya, penulis berkolaborasi dengan rekan magang yang berposisi sebagai *Creative Marketing Intern* untuk mendukung penyusunan konten dan data yang diperlukan. Proses awal dimulai dengan diskusi bersama rekan magang untuk menentukan struktur dan isi utama *company profile* yang akan dirancang. Setelah itu, penulis juga melakukan wawancara dengan *Supervisor* untuk mendapatkan informasi lebih dalam mengenai nilai, visi, dan kegiatan dari setiap *brand* agar konten yang dihasilkan akurat dan relevan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.3 *Brand Guideline* ALVAboard dan ALVApipe
Sumber: ALVA Group

Pada tahap pertama, penulis menentukan *moodboard* dan referensi untuk *company profile*. Untuk *moodboard company profile* ALVAboard dan ALVApipe, menggunakan konsep dan visual utama yang bersifat formal dan profesional. Warna pada *moodboard* juga mengikuti *brand guideline* yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Warna utama yang digunakan ALVAboard memiliki kode *hexadecimal* (HEX) #007D3F dan #E5A812. Sedangkan untuk ALVApipe, menggunakan warna utama #08793D dan #FED401. Penggunaan jenis *typeface* pada *company profile* disesuaikan dengan *brand* masing-masing. Bagian ALVAboard menerapkan Changa One untuk *headline* serta Barlow untuk *sub-headline* dan *body text*. ALVApipe memadukan Russo One sebagai *headline* dan Barlow untuk teks pendukung.



Gambar 3.4 Moodboard ALVAboard dan ALVApipe

Sementara itu, untuk KUBO Kids, penulis menerapkan pendekatan visual yang lebih ceria, *playful*, dan adaptif terhadap identitas *brand* yang ditujukan untuk anak-anak. Warna yang digunakan mengikuti *color palette* yang diberikan perusahaan, yaitu #6A413D, #EFBC2F, #88B594, #DA665B, dan #8FADBE. Dengan itu, dapat menghasilkan suasana yang kontras namun tetap konsisten dalam keseluruhan buku. Penggunaan *typeface* pada KUBO Kids menggunakan kombinasi Cute Dino dan Josefin Sans untuk menciptakan tampilan yang lebih ringan dan ramah anak.



Gambar 3.5 Moodboard KUBO Kids

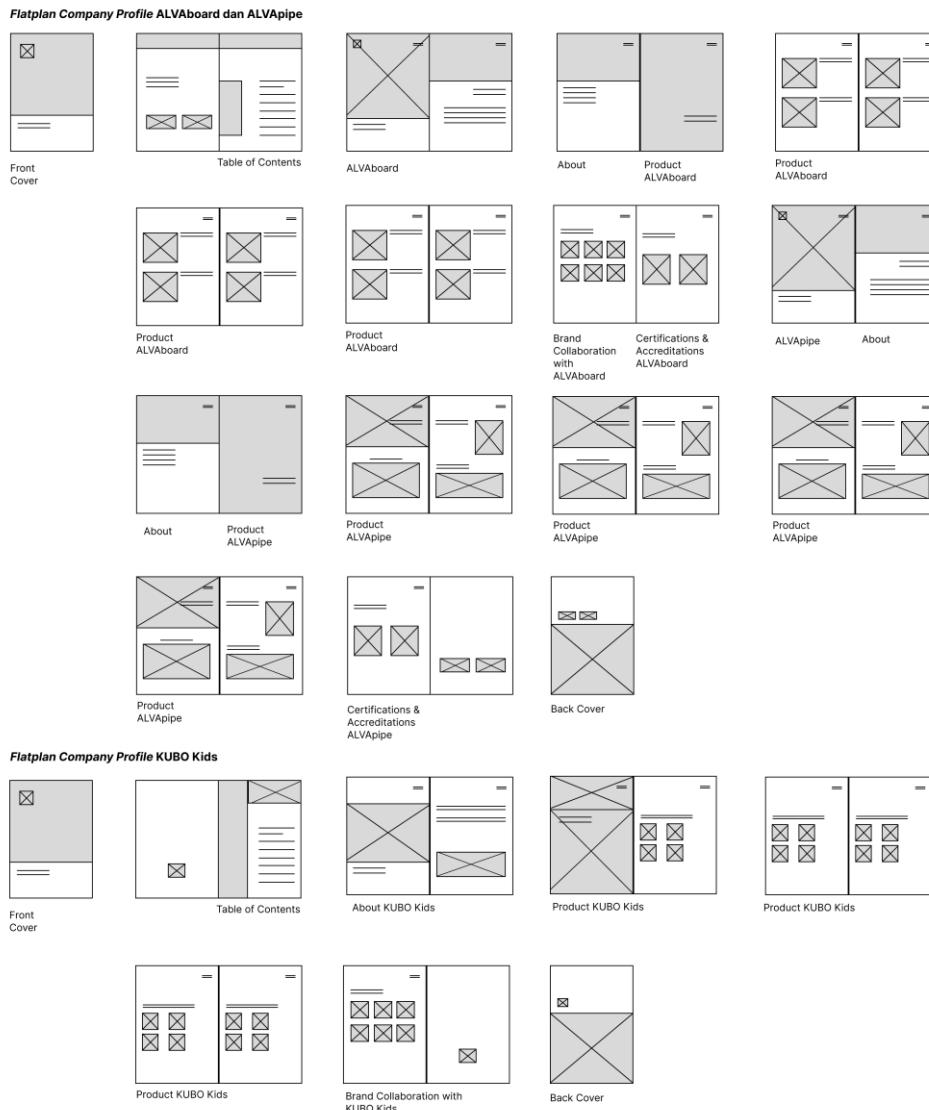
Selain penyusunan *moodboard*, penulis juga menentukan referensi desain sebagai acuan dalam proses perancangan *company profile*. Referensi untuk ALVAboard dan ALVApipe disesuaikan dengan konsep *moodboard*

yang mengedepankan kesan formal dan profesional, sehingga penulis mencari contoh *layout* yang rapi, terstruktur, dan minimalis. Sementara untuk KUBO Kids, referensi yang digunakan lebih menekankan pada *layout* yang fleksibel, dinamis, dan *fun* agar sesuai dengan karakter *brand* yang ditujukan untuk anak-anak. Proses pencarian referensi dilakukan melalui platform Pinterest serta dengan mempelajari *company profile* yang telah ada sebagai bahan perbandingan dan inspirasi visual.



Gambar 3.6 Referensi *Company Profile*

Tahapan berikutnya adalah pembuatan *flatplan company profile* yang berfungsi sebagai panduan dalam penyusunan *layout* dan alur informasi. *Flatplan* tersebut menjadi dasar untuk memastikan keseimbangan antara konten teks dan visual, sekaligus membantu memperkirakan pembagian halaman untuk setiap *brand*. *Flatplan* ini dibuat menggunakan Figma. Dalam proses perancangan, penulis mengacu pada *moodboard* dan *referensi* dari masing-masing *brand* agar identitas visual setiap merek tetap konsisten namun tetap harmonis ketika digabungkan.



Gambar 3.7 *Flatplan Company Profile*

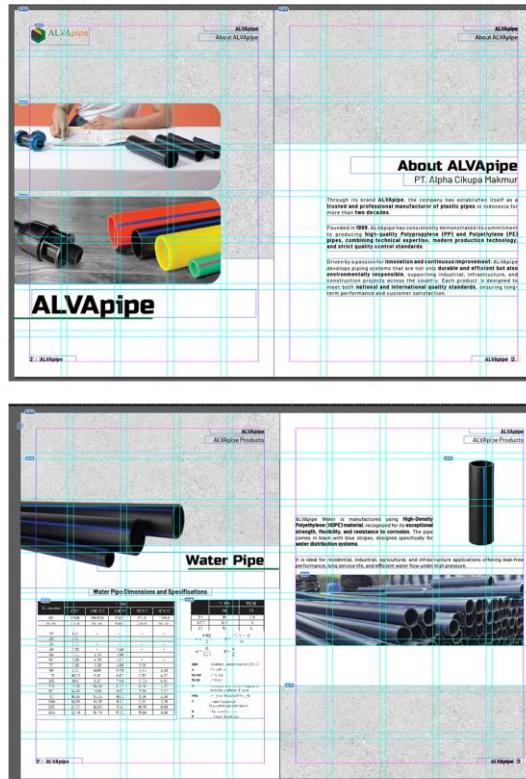
Setelah menyelesaikan penyusunan *flatplan*, penulis mulai memasuki tahap perancangan visual untuk *company profile* berdasarkan konten yang telah disusun sebelumnya. Proses desain dilakukan menggunakan Adobe InDesign sebagai aplikasi utama untuk *layout*, sedangkan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop digunakan untuk mengolah elemen grafis serta aset desain pendukung. Company profile dirancang dengan ukuran A4 dan tahap awal dimulai dengan pembuatan *modular grid* sebagai struktur dasar *layout*. Seluruh susunan halaman disesuaikan dengan *flatplan*, dimulai dari pembuatan *cover*,

daftar isi, hingga bagian khusus untuk masing-masing *brand* yaitu ALVAboard, ALVApipe, dan KUBO Kids.



Gambar 3.8 Progres *Layout Company Profile* ALVAboard

Pada ALVAboard, ukuran *font* yang digunakan terdiri dari *headline* berukuran 34 pt, *sub-headline* berukuran 22 pt, dan *body text* berukuran 12 pt. Seluruh ukuran huruf tersebut diterapkan secara konsisten pada setiap halaman untuk menjaga keterbacaan dan keselarasan visual. Selain itu, *layout company profile* juga menggunakan *background* berupa lembaran *corrugated sheet* yang menjadi elemen visual khas dari ALVAboard. Selain itu, untuk penempatan tulisan dan gambar disesuaikan dengan *grid* yang sudah ditetapkan.



Gambar 3.9 Progres *Layout Company Profile* ALVApire

Pada halaman ALVApire, penulis juga menerapkan ukuran huruf yang sama seperti pada ALVAbord, yaitu 34 pt untuk *headline*, 22 pt untuk *sub-headline*, dan 12 pt untuk *body text*. Konsistensi ini digunakan untuk menjaga keseragaman antar-*brand* yang berada dalam satu *company profile*. ALVApire juga memiliki background khusus berupa lembaran yang menjadi identitas visual sehingga mendukung karakter *brand* secara keseluruhan.



Gambar 3.10 Progres *Layout Company Profile* KUBO Kids

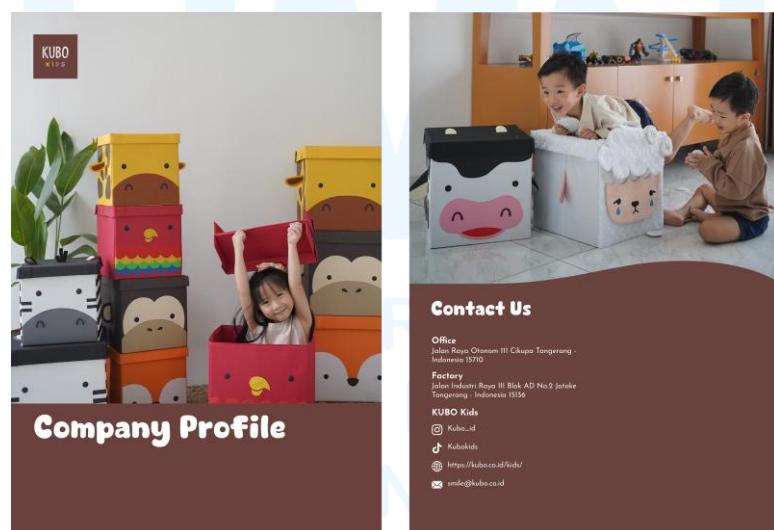
Sementara itu, untuk KUBO Kids, ukuran tulisan disamakan dengan yang digunakan pada ALVAbord dan ALVApipe agar tetap konsisten. Namun, tata letaknya dirancang lebih berwarna dengan penambahan elemen-elemen dekoratif yang menciptakan kesan ceria sesuai karakter *brand*. *Layout* KUBO Kids juga dibuat lebih abstrak dan dinamis, serta menggunakan *background* visual khusus yang disediakan oleh *brand* sebagai identitas pendukung.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



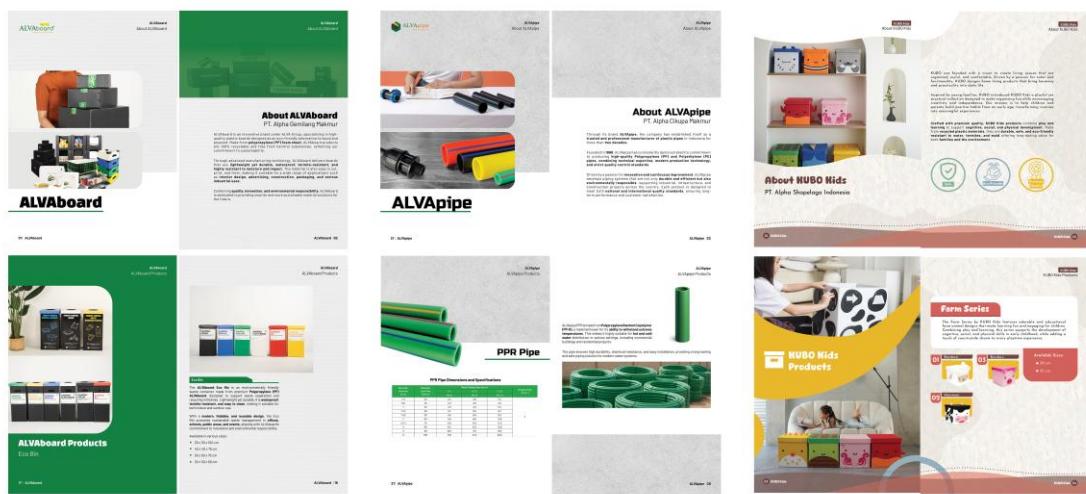
Gambar 3.11 Cover Company Profile ALVAboard dan ALVApipe

Cover depan dan belakang pada *company profile* ALVAboard dan ALVApipe menampilkan penggunaan warna hijau sebagai warna utama *brand*, sehingga identitas visual kedua *brand* dapat terlihat konsisten. Komposisi pada *cover* depan mengombinasikan elemen produk dan bentuk grafis yang memberi kesan formal. Sementara itu, halaman belakang menampilkan informasi kontak secara terstruktur, dengan pembagian kolom yang memisahkan masing-masing *brand* sehingga informasi mudah dibaca dan dipahami.



Gambar 3.12 Cover Company Profile KUBO Kids

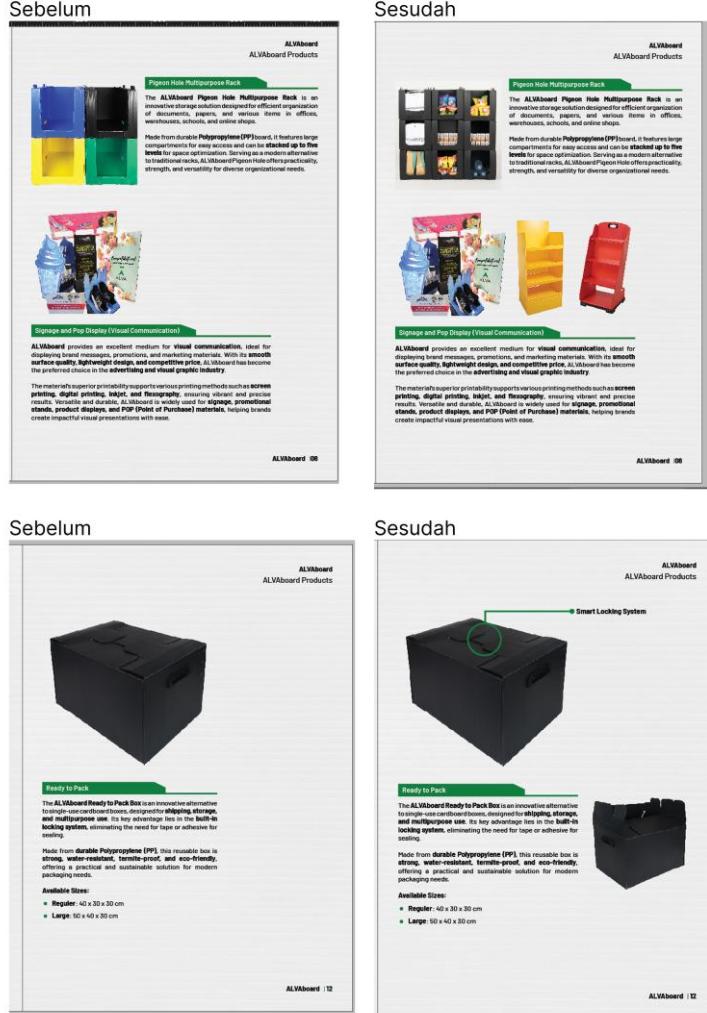
Cover depan dan belakang pada company profile KUBO Kids dirancang dengan visual yang lebih *playful* untuk menyesuaikan karakter *brand* yang berfokus pada segmen anak-anak. *Cover* depannya juga memasukkan foto produk dan anak sebagai elemen utama, sehingga kesan ceria dan ramah terasa. Selain itu, penggunaan warna coklat sebagai warna dasar diambil dari *brand guideline* agar tetap menjaga konsistensi dengan identitas *brand*. Pada *cover* belakang, informasi kontak disusun dengan *layout* yang sederhana dan mudah dibaca, dimiripkan dengan *company profile* ALVAboard dan ALVApipe. Serta, elemen latar yang berupa *background* lembaran dari KUBO Kids agar tetap selaras dengan konsep visual.



Gambar 3.13 Progres Layout Company Profile

Setelah seluruh desain selesai disusun, penulis menyerahkannya kepada *supervisor* untuk diperiksa. Proses tersebut diikuti dengan beberapa revisi minor. Untuk halaman ALVAboard, ada beberapa gambar produk yang harus diganti, menambahkan penjelasan lebih lengkap pada gambar produk, serta mengisi beberapa *space* yang masih kosong. Contoh seperti pada gambar, *supervisor* meminta untuk mengganti produk kardus Pigeon Hole yang tidak ada isi dengan yang memiliki isi. Selain itu, *supervisor* juga meminta menambahkan asset gambar pada bagian produk Signage dan Pop Display. Contoh lainnya, juga terdapat pada produk kardus Ready-to-Pack, *supervisor*

meminta agar penulis memberikan deskripsi pada produk dan juga menambah gambar produk yang ditampilkan. Sedangkan, untuk *brand* ALVApipe, penulis tidak mendapatkan revisi.



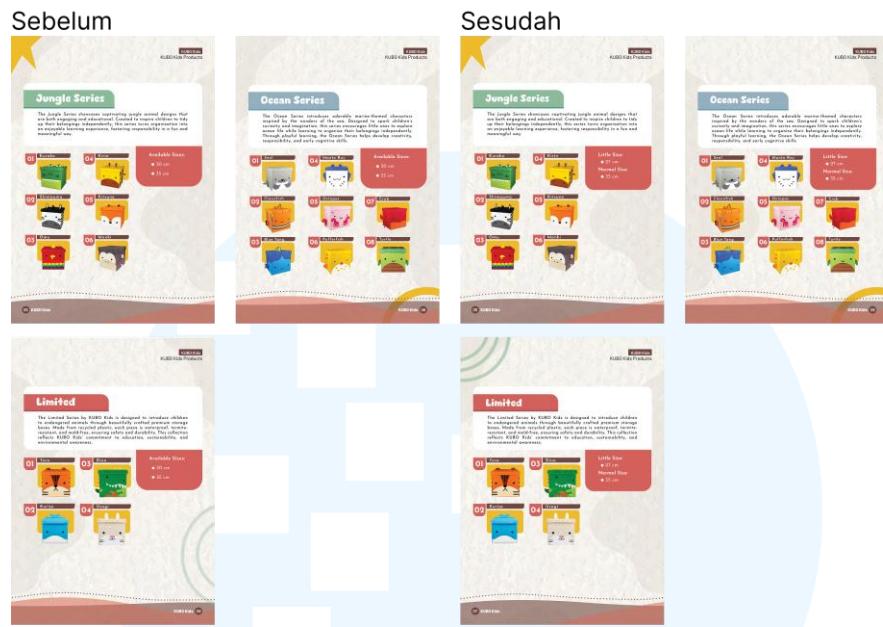
Gambar 3.14 Revisi Halaman ALVAboard

Sementara, untuk KUBO Kids, terdapat revisi, seperti ada beberapa produk yang dihilangkan karena sudah tidak diproduksi dan juga penambahan gambar produk yang kurang. Contoh pada Farm Series, *supervisor* ingin menambahkan produk Kukoo karena sebelumnya tidak dimasukkan. Selain itu pada Farm Series, supervisor juga ingin menghilangkan ukuran 30 cm KUBO Kids karena sudah tidak diproduksi lagi.



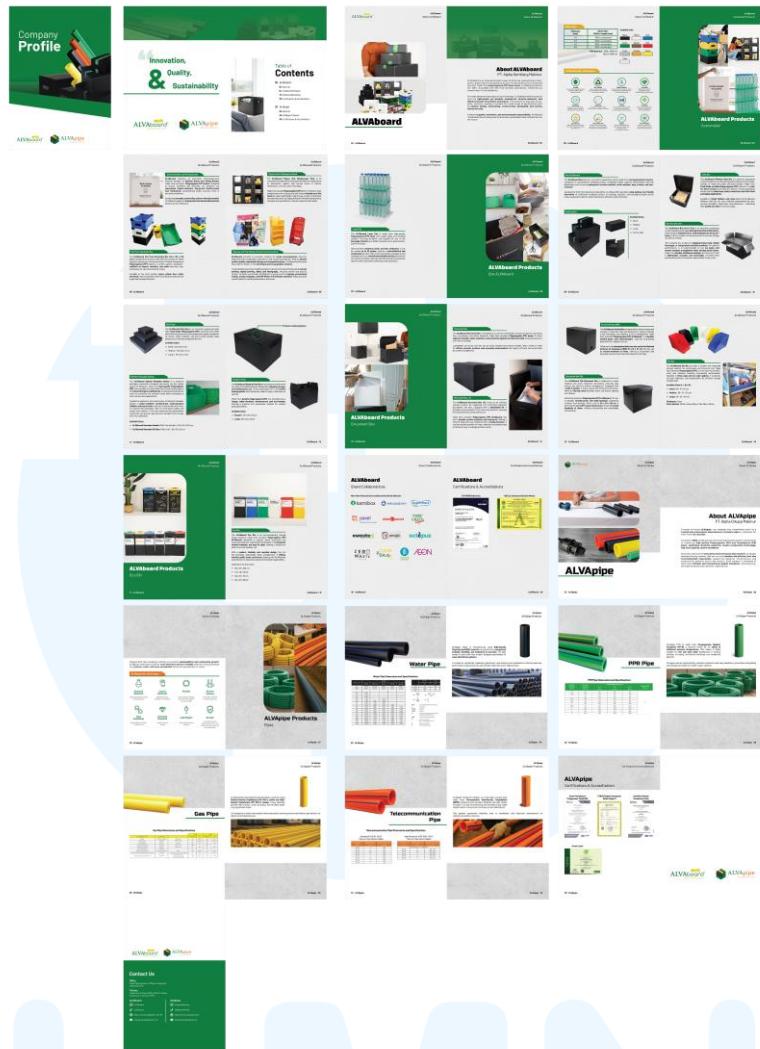
Gambar 3.15 Revisi Halaman KUBO Kids

Selain itu, untuk halaman Little Series, berakhir digabungkan dengan produk *series* yang normal, agar tidak ada pengulangan gambar produk. Ukuran Little Series dimasukkan ke dalam halaman Jungle, Ocean, dan Limited Series. Pada desain sebelumnya, KUBO Kids hanya tersedia pada ukuran 30 dan 35 cm. Namun, setelah revisi, pada Jungle, Ocean, dan Limited Series disediakan dua pilihan ukuran yaitu, *normal size* yang berukuran 35 cm dan *little size* yang berukuran 27 cm.



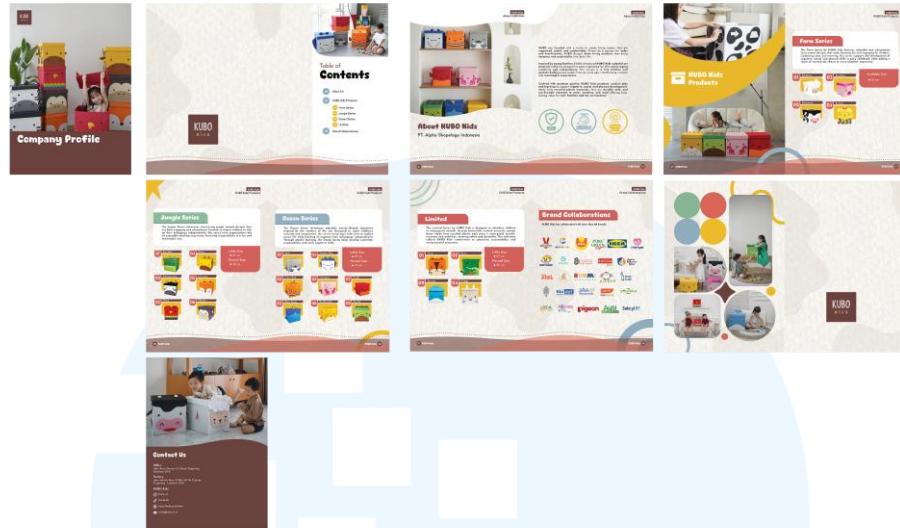
Gambar 3.16 Revisi Halaman KUBO Kids

Final desain *company profile* ALVAboard dan ALVApipe terdiri dari 38 halaman, termasuk *cover* depan dan *cover* belakang. Pada *brand* ALVAboard, tidak seluruh produk dimasukkan ke dalam *company profile*, melainkan hanya produk yang masih aktif diproduksi hingga saat ini. Pemilihan ini dilakukan agar informasi yang disajikan tetap relevan, akurat, dan tidak menimbulkan kebingungan bagi target audiens.



Gambar 3.17 Final Desain ALVaboard dan ALVapipe

Sementara itu, *company profile* KUBO Kids memiliki total 14 halaman yang disesuaikan dengan karakter *brand*. Konten pada *company profile* ini dirancang untuk menampilkan informasi secara singkat namun tetap menarik bagi target audiens yang berfokus pada *business to consumer* (B2C). Perbedaan jumlah halaman ini disesuaikan dengan kebutuhan informasi, segmentasi target audiens, serta kompleksitas produk dari masing-masing *brand*, sehingga seluruh konten dapat tersampaikan secara efektif dan terstruktur.



Gambar 3.18 Final Desain KUBO Kids

Setelah seluruh revisi diselesaikan dan desain dinyatakan layak, penulis kemudian mengirimkan versi final kepada *supervisor*. Pada tahap ini, penulis memastikan seluruh elemen visual, tata letak, serta ketepatan konten telah sesuai dengan *brief* dan standar *brand* masing-masing. Setelah desain final disetujui tanpa revisi tambahan, hasil akhir tersebut kemudian diserahkan untuk proses produksi dan publikasi sesuai kebutuhan perusahaan.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain mengerjakan proyek utama berupa perancangan buku *company profile*, penulis juga menangani berbagai tugas tambahan yang bertujuan untuk mendukung kebutuhan komunikasi visual perusahaan. Tugas-tugas tersebut mencakup pembuatan *banner*, *poster*, *greeting card*, serta konten media sosial untuk ketiga *brand* di bawah ALVA Group, yaitu ALVAboard, ALVApipe, dan KUBO Kids. Dalam pengerjaannya, penulis mengikuti alur kerja yang berlaku di divisi *arketing*, mulai dari proses ideasi, penyusunan konsep visual, revisi, hingga finalisasi desain yang siap digunakan. Melalui tugas tambahan ini, penulis memperoleh kesempatan untuk membuat berbagai jenis materi dengan format dan kebutuhan yang berbeda, sehingga membantu penulis memperluas kemampuan teknis serta pemahaman mengenai standar desain di industri.

3.3.2.1 Proyek Desain Poster, Feeds, dan Story Instagram *Black Friday* AEON x ALVAboard

Pada proyek desain ini, penulis mendapatkan brief untuk membuat poster *Black Friday* untuk brand ALVAboard yang berkolaborasi dengan AEON. Poster memiliki ukuran 60 x 80 cm, sementara turunan konten untuk Instagram terdiri dari ukuran 1080 x 1350 px untuk *feeds* dan 1080 x 1920 px untuk *story*. Seluruh *copywriting* dan isi konten telah disiapkan oleh *supervisor* sehingga penulis berfokus pada proses visual dan eksekusi desain.



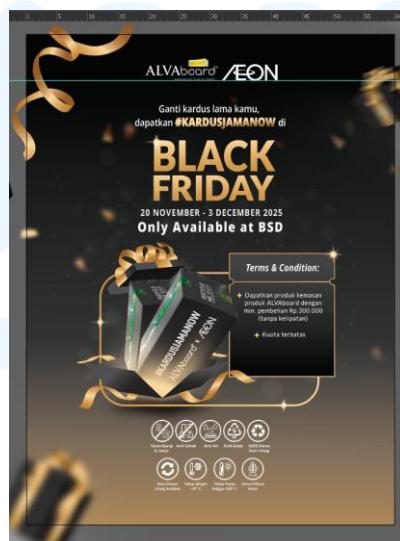
Gambar 3.19 Brief Konten dari *Supervisor*
Sumber: ALVA Group

Desain dibuat mengikuti *style brand* dari AEON, sehingga penulis memulai proses dengan mengumpulkan referensi dari desain *Black Friday* AEON sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi, visual *Black Friday* milik AEON didominasi oleh perpaduan warna hitam dan emas sebagai ciri khas utamanya. Referensi tersebut menjadi dasar penulis dalam menyusun komposisi dan menentukan arah visual desain.



Gambar 3.20 Aset Desain *Black Friday*

Setelah memahami referensi, penulis mulai mengumpulkan aset visual dari Freepik, seperti untuk aset kado, pita, dan konfeti. Untuk aset ikon, didapatkan dari platform Flaticon. Sementara untuk aset produk, diberikan dari *supervisor*. Pengerjaan poster dilakukan menggunakan Adobe Illustrator, sedangkan Adobe Photoshop digunakan untuk mengedit foto dan elemen-elemen desain lainnya. Setelah desain awal selesai, penulis meminta *feedback* dari *supervisor* serta senior *graphic designer* untuk memastikan visualnya sesuai dengan standar *brand*.



Gambar 3.21 Progres Layout *Black Friday*

Revisi yang diberikan bertujuan untuk memperbaiki kejelasan visual dan keterbacaan konten. Pada bagian produk, diminta untuk memperbesar ukuran tampilan agar lebih menonjol. Selain itu, beberapa kata diubah dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia untuk menyesuaikan dengan target audiens. Pada elemen ikon, dilakukan perubahan dengan memperbesar ukuran ikon serta mengurangi jumlah ikon agar tampilan lebih ringkas. *Headline* “Black Friday” juga disusun menjadi satu baris untuk mengoptimalkan pemanfaatan ruang kosong pada *layout*.



Gambar 3.22 Final Desain Poster

Setelah menjalani proses revisi sesuai arahan, desain poster akhirnya disetujui. Untuk desain poster, berakhir dicetak dan ditampilkan di AEON BSD. Selain itu, desain poster juga digunakan untuk membuat konten *Reels* Instagram kolaborasi AEON dan ALVAboard.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Feeds



Story



Gambar 3.23 Final Desain *Feeds* dan *Story*

Penulis kemudian membuat turunan desain dari poster yang disesuaikan dengan ukuran *feeds* dan *story* Instagram. Saat proses pembuatan desain untuk Instagram, penulis tidak diberikan revisi lagi. Setelah penulis memberikan desain kepada *creative marketing staff*, desain *feeds* dan *story* dipublikasikan melalui akun Instagram ALVAboard pada 20 November 2025.

3.3.2.2 Proyek Desain *Greeting Card* Natal dan Tahun Baru 2026

Pada proyek ini, penulis mendapatkan *brief* dari *senior graphic designer* untuk membuat *greeting card* Natal dan Tahun Baru 2026 untuk ALVAgroup. *Greeting card* tersebut direncanakan untuk dicetak dan dibagikan. Tema desain berfokus pada suasana tahun baru dengan dominasi warna emas dan silver sebagai elemen visual utama.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.24 Referensi *Greeting Card*

Setelah menerima *brief*, penulis mendapatkan referensi berupa *greeting card* dari tahun-tahun sebelumnya dari *senior graphic designer*. Untuk aset desain seperti elemen grafis maupun *typeface*, penulis diberi kebebasan untuk menyesuaikannya dengan konsep yang dibuat. Penulis kemudian menambah eksplorasi melalui pencarian inspirasi di Pinterest dan mengumpulkan aset visual dari Freepik. Aset yang diunggah oleh penulis melalui Freepik berupa aset seperti balon, ornamen Natal, konfeti, kembang api, dan juga *background* untuk setiap desain.



Gambar 3.25 Desain Alternatif 1

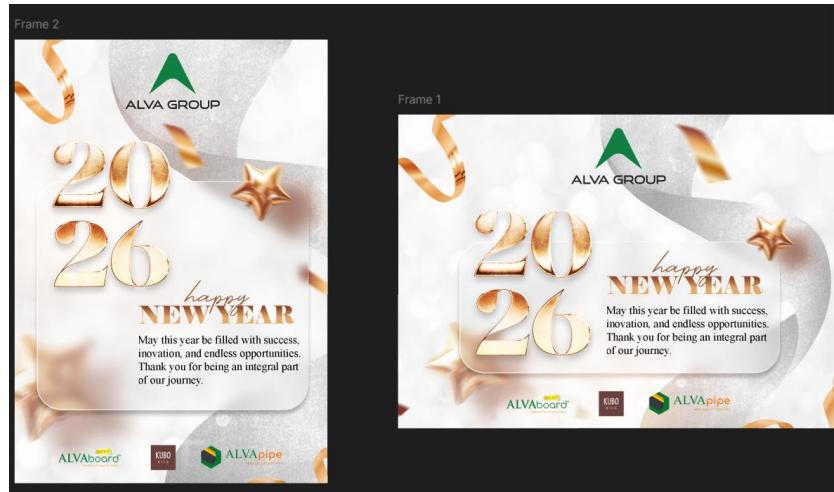
Setelah referensi dan aset terkumpul, penulis mulai mengerjakan desain di Adobe Illustrator dengan ukuran A6, serta menyiapkan dua orientasi, yaitu *landscape* dan *portrait*. Warna dan konsep desain

disesuaikan dengan arahan awal *brief*. Pada tahap pertama, penulis hanya membuat satu versi desain. Desain pertama ini menggunakan aset balon, ornamen Natal, dan juga konfeti yang diambil dari Freepik. *Typeface* yang digunakan merupakan Tilt Walp sebagai *headline*, sedangkan untuk *body text* menggunakan Times New Roman. Penulis juga memberikan efek pada “2026” agar memberikan kesan 3D. Kemudian desain diasistensikan kepada *chief marketing officer*, namun desain tersebut dinilai masih terlalu mirip dengan konsep tahun-tahun sebelumnya.



Gambar 3.26 Desain Alternatif 2

Oleh karena itu, penulis melakukan revisi dan membuat dua alternatif desain tambahan. Pada alternatif kedua, penulis mengubah *layout* dan *style* dengan menambahkan elemen seperti kembang api dan bendera. Penulis juga mengganti jenis *typeface* pada *headline*, yaitu menggunakan *typeface* Elephant. Namun *body text*, tetap menggunakan Times New Roman.



Gambar 3.27 Desain Alternatif 3

Sedangkan alternatif ketiga penulis menggunakan *glassmorphism* serta memainkan kembali komposisi dan peletakkan elemen. Elemen yang digunakan berupa balon berbentuk bintang dan konfeti yang diambil dari Freepik. Elemen-elemen tersebut dipindahkan dari Adobe Photoshop ke dalam Figma dalam bentuk gambar. Untuk alternatif ketiga, penulis menggunakan Figma agar mempermudah dalam pembuatan elemen *glassmorphism*. Pada desain yang ketiga ini, penulis juga menggunakan *typeface* Elephant untuk *headline* dan Times New Roman untuk *body text*.

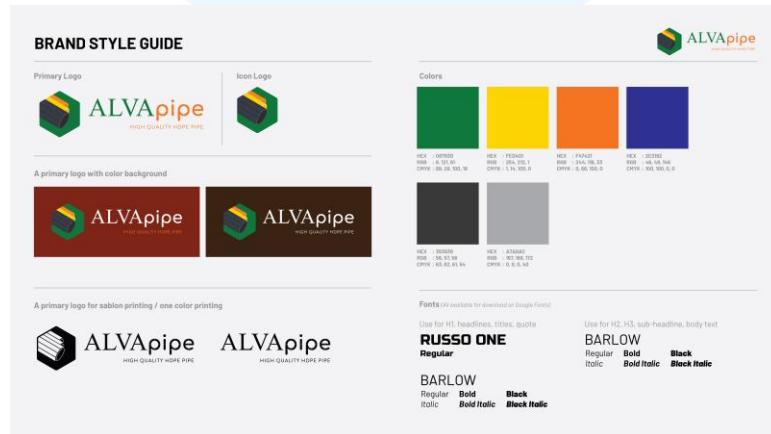


Gambar 3.28 Final Desain

Setelah seluruh desain diselesaikan dan melalui proses asistensi kembali dengan *senior graphic designer* serta *chief marketing officer*, desain alternatif ketiga dengan orientasi portrait dipilih sebagai hasil akhir. Pemilihan desain ini didasarkan pada pertimbangan keterbacaan konten, komposisi visual, serta kesesuaian dengan kebutuhan media cetak. Desain final kemudian dipersiapkan untuk proses produksi dan dicetak sebagai materi pendukung perusahaan yang direncanakan untuk dibagikan pada periode tahun baru.

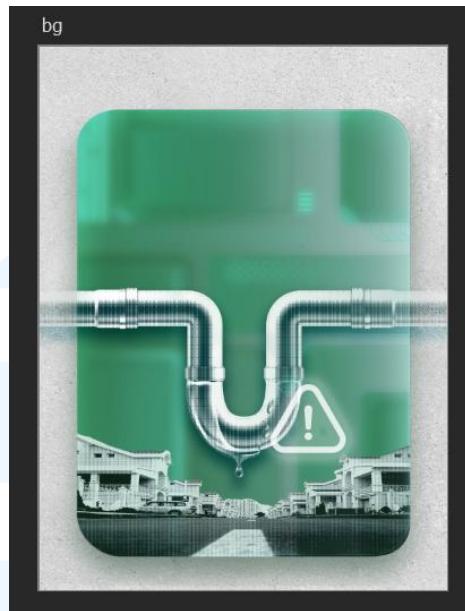
3.3.2.3 Proyek Desain *Carousel Feeds* Instagram ALVApipe

Pada proyek desain ini, penulis diberikan kebebasan untuk memilih jenis konten Instagram yang akan dibuat untuk *brand* ALVApipe pada periode bulan September. Penulis kemudian memilih untuk mengembangkan *carousel* Instagram dengan fokus edukasi mengenai kebocoran air dan fungsi pipa. Ide konten serta *copywriting* disusun sendiri oleh penulis agar sesuai dengan kebutuhan komunikasi *brand*.



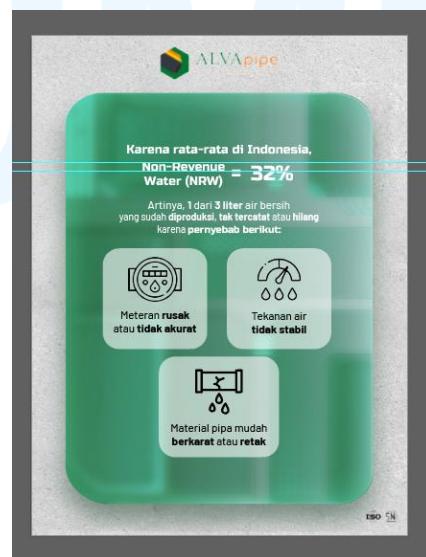
Gambar 3.29 *Brand Guideline* ALVApipe

Sebelum memulai proses desain, penulis mencari referensi visual melalui Pinterest dan akun Instagram kompetitor. Setelah mendapatkan gambaran konsep dan *copywriting*, penulis mulai menyusun desain *carousel* menggunakan Adobe Illustrator dengan ukuran 1080 x 1440 px, serta memanfaatkan Adobe Photoshop untuk mengedit elemen pendukung. Seluruh elemen visual disesuaikan dengan *brand guideline* ALVApipe agar konsisten dengan identitas visual perusahaan.



Gambar 3.30 Progres *Slide 1*

Untuk *slide* pertama pada *carousel*, penulis mengunggah aset seperti pipa, perumahan, *background screen* dan juga ikon *warning* dari Freepik. Penulis lalu melakukan proses edit dengan Adobe Photoshop pada pipa dan juga perumahan dengan memberikannya *efek CRT screen*. Penulis juga menambahkan efek *outer glow* pada ikon dan *headline*. Setelah itu, penulis memasukkan aset yang telah diedit ke Adobe Illustrator untuk mengatur komposisi desain.



Gambar 3.31 Progres *Slide 2*

Pada *slide* kedua, selain menambahkan isi teks, penulis juga memberikan ikon-ikon yang diberikan deskripsi agar mempermudah audiens untuk mencerna informasi yang diberikan. Ikon-ikon tersebut diunggah dari *website* Flaticon. Pada *slide* terakhir, penulis menampilkan produk dari ALVApipe dan keunggulannya. Penulis juga memberikan *Call-to-Action* (CTA) untuk memberikan ajakan pada audiens agar mengambil tindakan bersama ALVApipe. Desain yang dibuat mengutamakan warna hijau sebagai warna dominan serta menggunakan background lembaran yang menjadi ciri khas konten ALVApipe. Sedangkan, untuk pemilihan *typeface*, penulis menggunakan Russo One untuk *headline* dan Barlow untuk isi teks. Warna hijau dan *typeface* tersebut diambil dari *brand guideline*.



Gambar 3.32 Progres *Slide* 3

Setelah menyelesaikan desain, penulis mengasistensikan desain carousel ini kepada *creative marketing staff* dan *senior graphic designer*. Penulis mendapatkan revisi yang berupa perubahan warna pada teks deskripsi yang berada di dalam kotak. Selain itu, kotak yang sebelumnya merupakan hanya *outline* diubah menjadi *filled* agar teks dapat lebih kelihatan dan terbaca dengan jelas.

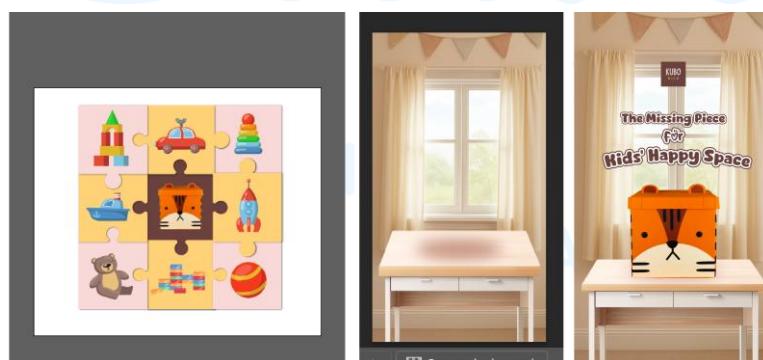


Gambar 3.33 Final Desain *Carousel*

Sehabis seluruh proses revisi diselesaikan dan desain dinyatakan sesuai, penulis mengunggah hasil desain akhir ke dalam Google Drive. Tahap ini dilakukan untuk memastikan seluruh file dapat diakses oleh tim terkait. Selanjutnya, desain *carousel* tersebut dipublikasikan melalui akun Instagram ALVApipes pada tanggal 26 September 2025.

3.3.2.4 Proyek Desain *Motion Reels* KUBO Kids

Proyek desain ini diberikan dengan konsep yang serupa seperti proyek sebelumnya, yaitu memberikan kebebasan kepada penulis untuk menentukan jenis konten yang akan dibuat untuk Instagram KUBO Kids. Penulis memilih untuk membuat konten *motion graphic* dengan konsep sederhana yang bersifat hiburan. Seluruh isi dan konsep desain dirancang secara mandiri oleh penulis.



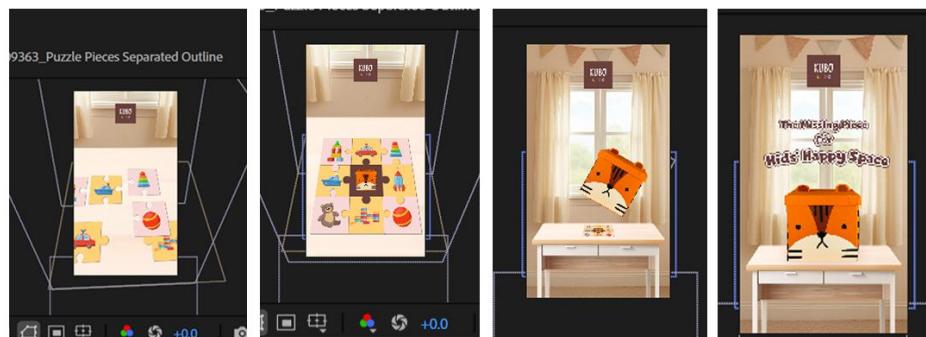
Gambar 3.34 Progres Pembuatan Aset

Sebelum memulai proses desain, penulis mencari referensi visual melalui platform Pinterest untuk memperkuat arah gaya desain. Setelah menemukan ide yang tepat, penulis menulis ide dan konsep di Google Docs agar bisa dilihat juga oleh *creative marketing staff*. Lalu, penulis mengunggah aset-aset dari Freepik, seperti *template puzzle*, aset *vector* mainan anak, *background* kamar anak, dan meja. Sedangkan, aset foto produk diambil dari *link* drive yang diberikan oleh perusahaan. Penulis melanjutti proses dengan mulai menyusun layout dan elemen grafis di Adobe Illustrator dengan ukuran 1080 x 1920 px. Penulis juga menggunakan Adobe Photoshop untuk mengedit aset-aset tambahan yang diperlukan agar sesuai dengan standar visual KUBO Kids.



Gambar 3.35 *Color Palette* KUBO Kids

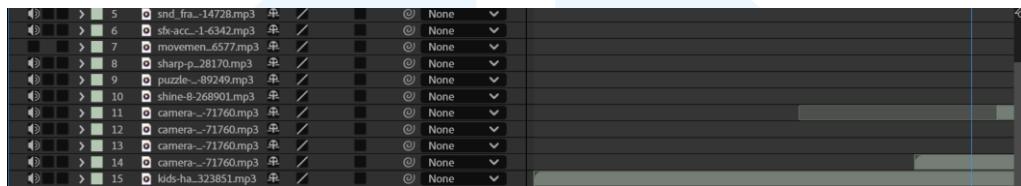
Pemilihan warna pada desain dipilih mengikuti dari *color palette* KUBO Kids. Warna utama yang digunakan pada desain ini berupa #6A413D, #EFBC2F, dan #8FADBE. Sementara, untuk *typeface* yang digunakan juga menyesuaikan dengan desain-desain sebelumnya, yaitu menggunakan *typeface* Cute Dino dan Josefin Sans.



Gambar 3.36 Proses Motion

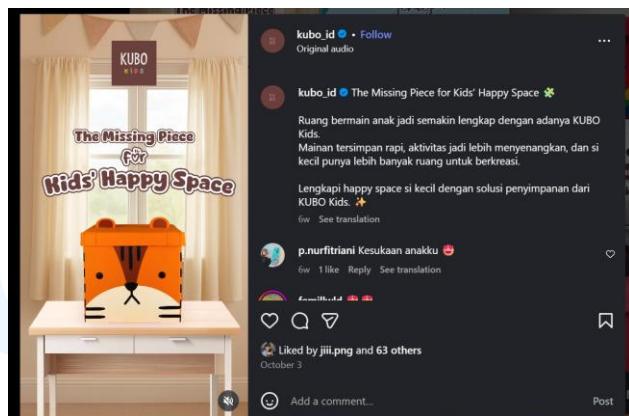
Setelah seluruh aset dan *layout* selesai dibuat, penulis memasukkan *file* dari Adobe Illustrator ke Adobe After Effects untuk proses animasi.

Penulis menggunakan fitur camera dan 3D *layer* untuk menciptakan visual yang lebih berdimensi. Fitur camera digunakan agar *motion* dapat mengubah sudut point of view dari yang sebelumnya sudut atas menjadi sudut depan. Sedangkan, 3D *layer* digunakan agar asset-asset dapat diatur susunan letaknya.



Gambar 3.37 Sound Effect dan Background Music

Setelah semua *keyframe* elemen animasi selesai diatur, penulis memberikan *sound effect* dan *background music* pada *motion*. Penulis memberikan *sound effect* yang mendukung pergerakan dari elemen-elemen yang bergerak agar animasi lebih terasa hidup. Sementara, *background music* sebagai aset pendukung agar animasi tidak berasa membosankan. Aset *sound effect* dan *background music* didapatkan dari laman Pixabay. Setelah shasil akhirnya diekspor ke format mp4.



Gambar 3.38 Publikasi Motion

Setelah *motion graphic* selesai dibuat, penulis mengasistensikan hasil desain kepada *creative marketing staff* serta *senior graphic designer*. Konten tersebut tidak mengalami revisi karena dinilai sudah sesuai dengan kebutuhan dan standar *brand*. Setelah mendapatkan persetujuan,

motion graphic tersebut dipublikasikan di akun Instagram KUBO Kids pada tanggal 3 Oktober 2025.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Penulis menyadari bahwa selama menjalani masa magang, terdapat beberapa kendala yang muncul dalam proses pekerjaan sehari-hari. Beberapa hambatan ini tidak hanya berkaitan dengan teknis desain, tetapi juga berkaitan dengan alur kerja dan koordinasi yang terjadi di dalam divisi. Meskipun begitu, penulis berusaha menyikapi setiap kendala sebagai bagian dari proses pembelajaran agar dapat meningkatkan kemampuan dan profesionalitas di lingkungan kerja.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala yang dialami penulis selama pelaksanaan magang sebenarnya tidak terlalu signifikan, namun tetap memengaruhi proses pengerjaan beberapa tugas. Salah satu hambatan yang muncul adalah penulis mengalami kesulitan terkait ketersediaan aset desain untuk salah satu *brand* yang dikelola. *Brand* tersebut tidak memiliki *graphic standard manual* ataupun *brand guideline*. Tidak seperti dua *brand* lainnya yang setidaknya mempunyai *brand guideline* yang simpel. Kondisi ini membuat penulis mengalami kebingungan dalam menentukan penggunaan logo, warna, serta elemen visual lainnya secara konsisten pada setiap desain.

Selain itu juga adanya pekerjaan yang diberikan secara mendadak tanpa *briefing* sebelumnya, sehingga penulis harus menyelesaiannya dalam waktu yang sangat terbatas. Situasi ini juga terjadi ketika penulis mendadak menerima tugas tambahan yang harus diselesaikan pada hari yang sama karena kebutuhan cetak. Penulis juga menjadi kebingungan karena *brief* yang dikirimkan banyak dalam satu waktu sekaligus, serta melalui via chat. Pada akhirnya, juga desain tersebut tidak digunakan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala pertama, penulis membuat catatan internal dari revisi-revisi yang didapatkan untuk masing-masing *brand* sebagai acuan

pribadi. Catatan tersebut berguna untuk meminimalkan kebingungan terkait penggunaan aset, warna, dan elemen desain lainnya. Melalui langkah-langkah ini, penulis mampu menyesuaikan diri dengan alur kerja divisi serta meningkatkan efisiensi dalam proses perancangan visual. Sedangkan untuk kendala yang kedua, penulis juga mulai menetapkan prioritas kerja harian berdasarkan urgensi dan jadwal publikasi, sehingga penggerjaan desain dapat dilakukan secara lebih terstruktur meskipun terdapat perubahan mendadak.

