

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis menempati posisi sebagai *Graphic Design Intern* di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dengan fokus utama adalah pembuatan desain dan konten untuk kebutuhan visual event Alfamart Run 2025. Alfamart Run merupakan ajang lari tahunan yang diselenggarakan oleh Alfamart sejak 2022. Setelah sukses di tahun-tahun sebelumnya dan memecahkan rekor, Alfamart Run kembali di tahun 2025 dengan konsep yang lebih segar. Event ini bukan hanya sekedar lomba lari, tetapi juga sekaligus menawarkan pengalaman yang lebih mendalam, seperti perjalanan pribadi peserta, kebersamaan dan makna sehat yang ingin dibangun bersama. Alfamart Run terkenal dengan goodie bagnya yang terberat dan terbesar selama event lari sehingga membuat antusias para peserta semakin meningkat. Acara ini akan digelar lebih besar dan bermakna di tahun 2025, dengan berbagai kejutan yang dirancang untuk membuat penonton lebih tertarik. Dalam menjalankan pekerjaan, penulis akan berkoordinasi secara langsung dengan mentor dan *Store Brand and Media Activation Manager* terkait dengan desain yang harus dikerjakan. Setiap proyek yang dikerjakan biasanya akan diawali dengan *briefing* singkat, kemudian penulis akan menyusun rancangan visual sesuai dengan intruksi yang telah diberikan. Setelah selesai membuat desain, hasilnya akan di cek kembali oleh *mentor*, *Store Brand and Media Activation Manager* dan juga *Marketing General Manager* sebelum akhirnya digunakan sebagai materi publikasi.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, penulis mendapatkan posisi sebagai *Graphic Design Intern* yang terlibat dalam pembuatan desain maupun konten untuk mendukung kegiatan promosi acara Alfamart Run 2025, khususnya di media sosial. Berikut merupakan bagan struktur divisi untuk tim *Marketing*, yaitu :

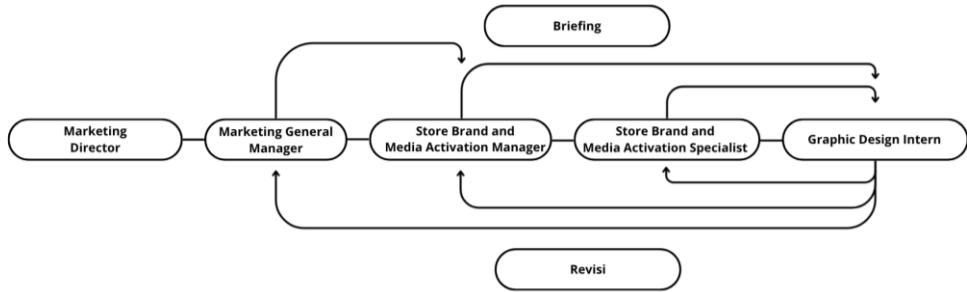


Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Divisi *Marketing* Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada saat magang berlangsung, penulis akan membuat rancangan desain yang akan selalu dikoordinasikan bersama dengan *Activation Specialist* sebagai arahan utama dan juga atasannya yaitu *Store Brand and Media Activation Manager* untuk memastikan setiap konten sesuai dengan konsep dari acara Alfamart Run 2025. Setelah melakukan tahap tersebut, hasil desain maupun konten akan di *review* kembali dan mendapatkan *feedback* dari pihak *Marketing General Manager* sebelum memperoleh persetujuan akhir untuk dipublikasikan. Alur kerja ini akan memberikan pengalaman secara langsung kepada penulis mengenai proses kreatif yang diterapkan didalam divisi *Marketing* PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang, penulis melaksanakan koordinasi terhadap setiap desain maupun konten yang telah dikerjakan. Proses koordinasi dilakukan secara langsung dengan pihak yang berwenang dalam memberikan arahan sekaligus menilai hasil rancangan yang telah penulis buat. Berikut merupakan alur koordinasi penulis selama menjalani magang, yaitu:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Dalam pelaksanaan magang, penulis menerima arahan pekerjaan melalui alur koordinasi yang sudah ditentukan. *Briefing* biasanya berasal dari *Marketing General Manager* yang kemudian diteruskan kepada *Store Brand and Media Activation Manager*, lalu disampaikan kembali kepada *Activation Specialist* sebagai mentor langsung penulis. Namun tidak jarang juga apabila *Store Brand and Media Activation Manager* secara langsung memberikan arahan kepada penulis. Tetapi biasanya, *Store Brand and Media Activation Manager* bersama *Activation Specialist* akan memberikan instruksi maupun kebutuhan desain kepada penulis. Setiap desain yang telah dikerjakan kemudian dikomunikasikan kembali oleh penulis kepada keduanya untuk mendapatkan arahan maupun *feedback*. Setelah itu, hasil desain akan diajukan kembali hingga ke *Marketing General Manager* untuk dilihat dan disetujui. Dalam proses revisi, penulis tetap berkoordinasi dengan semua pihak terkait agar desain yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan standar perusahaan serta kebutuhan promosi untuk acara Alfamart Run 2025.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani program magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk sejak 4 Agustus 2025, penulis berkesempatan terlibat dalam berbagai perancangan visual yang digunakan kebutuhan promosi dari perusahaan. Berbagai tugas yang dikerjakan mencakup pembuatan materi visual untuk media sosial serta desain komunikasi visual lainnya seperti *banner*, *hanging mobile*, *mailer*, *banner out*, *backdrop* hingga *billboard*. Setiap hasil desain tidak hanya sebagai alat untuk promosi saja, tetapi juga untuk memperkuat identitas merek Alfamart di hadapan

konsumen. Berikut merupakan *daily task* dan waktu penggerjaan dari beberapa proyek tersebut yang telah dikerjakan selama magang, yaitu:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	04 – 08 Agustus 2025	Konten untuk Instagram Alfamart Run 2025	Selama menjalani magang penulis terlibat dalam berbagai tugas yang berhubungan dengan pengelolaan konten Instagram Alfamart Run 2025. Penulis mempelajari materi dan kegiatan terkait event tersebut mencari ide konten serta menyusun rundown postingan. Selain itu penulis membantu proses photoshoot bersama brand ambassador termasuk mengambil dokumentasi foto dan video. Hasil dokumentasi kemudian dikelola dengan menyeleksi foto, mengedit konten, membuat caption serta menyiapkan materi untuk postingan feed story dan reels. Penulis juga melakukan revisi bila diperlukan dan memastikan seluruh konten yang diunggah tetap sesuai dengan kebutuhan komunikasi visual Alfamart Run 2025.
2	11 – 15 Agustus 2025	Desain untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis mengerjakan berbagai kebutuhan desain untuk Alfamart Run 2025, mulai dari membuat caption serta memposting reels Instagram hingga mengerjakan desain untuk gate “CloseUp Whitenow Alfamart”. Penulis juga membuat berbagai materi visual seperti mailer, hanging, banner out, dual LCD serta melakukan penyesuaian ukuran untuk beberapa media termasuk lima titik billboard. Selain itu penulis menyiapkan beberapa alternatif desain sesuai arahan dan melakukan sejumlah revisi terkait foto brand ambassador di seluruh desain.

3	18 – 22 Agustus 2025	Desain untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis membuat caption untuk beberapa jenis postingan, memposting konten serta menyiapkan materi kolaborasi dengan komunitas SMPG. Penulis mendapatkan arahan untuk mengerjakan desain “Thank You Sponsor” yang memuat lebih dari 200 logo, membuat dua alternatif tampilan halaman pertama, serta memperbaiki beberapa logo sponsor yang tidak sesuai standar. Penulis juga membantu mengerjakan visual untuk program “Dapur Alfamart” dengan mengganti foto chef pada desain Instagram dan backdrop kemudian melakukan beberapa revisi sesuai kebutuhan. Selain itu penulis menerima <i>briefing</i> untuk mengerjakan desain baru dan mencari referensi visual sebagai acuan pembuatan konten goodie bag untuk Instagram Alfamart Run 2025.
4	26 – 29 Agustus 2025	Desain untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis membuat dua alternatif desain untuk postingan goodie bag, melakukan revisi, menyiapkan caption dan mengunggah hasil akhirnya. Penulis juga melanjutkan revisi desain “Thank You Sponsor” serta membuat caption dan memposting beberapa video untuk kebutuhan Instagram. Selain itu penulis menuliskan caption untuk 14 video yang sudah tersedia dan mengunggah konten feeds lain yang diperlukan. Penulis juga mencari referensi visual untuk pembuatan desain “Rundown Race Day” dan menyusun desain finalnya sesuai arahan yang diberikan.
5	01 – 04 September 2025	Desain untuk Instagram dan Giveaway Alfamart Run 2025	Penulis membuat desain untuk pengumuman pengambilan Race Pack, menyusun mekanisme giveaway, membuat dua versi desain giveaway serta melakukan revisinya, hingga menyiapkan caption dan

			memposting konten tersebut. Selain itu penulis juga membuat polling untuk blindbox Alfamart, memproduksi dan mengunggah beberapa konten Instagram lainnya, serta menyusun rekap data peserta yang mengikuti giveaway
6	08 – 12 September 2025	Desain untuk Instagram dan Giveaway Alfamart Run 2025	Penulis melakukan proses penyortiran video peserta Giveaway Alfamart Run 2025 hingga menentukan pemenangnya, lalu menyiapkan desain pengumuman pemenang beserta caption dan teks untuk kebutuhan chat blast. Penulis juga membuat <i>design</i> , memposting pengumuman, mendata pemenang serta membalas pesan yang masuk terkait giveaway. Selain itu penulis mengganti foto chef pada desain “Dapur Alfamart” untuk kebutuhan Instagram dan backdrop, termasuk melakukan beberapa revisi desain. Penulis juga ikut mendokumentasikan kegiatan Test Food untuk kebutuhan acara, serta membuat dan memposting konten foto untuk Instagram Alfamart Run 2025.
7	15 – 19 September 2025	Desain untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis membuat dua alternatif desain “Racepack” untuk Instagram Alfamart Run 2025, kemudian melakukan revisi sesuai arahan. Selain itu, penulis mencari referensi untuk pembuatan peta dan menyusun desain “Peta Lokasi” yang akan digunakan di media sosial. Penulis juga membuat tiga desain untuk konten “Informasi Penting” sebagai bagian dari kebutuhan komunikasi acara. Setelah seluruh desain selesai dan disesuaikan dengan revisi yang diberikan, penulis menyiapkan caption dan memposting konten tersebut ke Instagram Alfamart Run 2025.

8	22 – 26 September 2025	Konten dan <i>design</i> untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis membuat dan memposting beberapa konten untuk Instagram Alfamart Run 2025, termasuk caption untuk postingan maupun story. Penulis juga mendokumentasikan setiap sponsor yang datang lalu mengedit hasil foto dan video tersebut untuk dijadikan konten dokumentasi. Selain itu, penulis membuat enam konten tambahan untuk Instagram dan menjadi talent di dalamnya. Setelah proses pengeditan selesai, penulis menyiapkan caption serta memposting konten dokumentasi sponsor melalui Instagram Story. Penulis juga turut mengunggah desain “Informasi Penting” yang telah dibuat sebelumnya agar informasi acara dapat tersampaikan kepada peserta.
9	29 September – 03 Oktober 2025	Desain untuk Instagram Alfamart Run 2025	Selama masa persiapan acara, penulis mengedit foto dan video dari setiap sponsor yang datang lalu membuat caption dan memposting hasil dokumentasi tersebut melalui Instagram Story Alfamart Run 2025. Selain itu, penulis juga membantu mempersiapkan kebutuhan acara menjelang hari pelaksanaan. Penulis membuat konten mengenai proses pengisian goodie bag, termasuk menyiapkan caption dan mengunggahnya ke Instagram. Penulis juga membuat dan memposting beberapa video lain, seperti konten “Pacer Alfamart Run 2025” serta video “Jangan Lupa Belanja”, sekaligus tetap mendukung persiapan acara di lapangan.
10	06 – 10 Oktober 2025	Konten dan <i>design</i> untuk Instagram Alfamart Run 2025	Mempersiapkan acara untuk Alfamart Run 2025 dengan membagikan ID Card, membuat konten “Perakitan Wingbox Untuk Goodie Bag” dan “Goodie Bag Siap Meluncur” sekaligus menjadi talent, mengedit dua konten yang sudah di-take,

			membuat tiga caption dan memposting konten di Instagram Alfamart Run 2025. Penulis juga memposting konten “RACE PACK DAY” Alfamart Run 2025, serta kembali mempersiapkan acara untuk Alfamart Run 2025.
11	13 – 17 Oktober 2025	Konten dan <i>design</i> untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis membuat caption, memposting konten untuk Instagram Alfamart Run 2025, membuat konten serta menjadi talent untuk konten UMKM. Penulis juga membuat <i>design rundown</i> untuk acara Alfamart Run 2025, mengedit video konten UMKM dan mempersiapkan acara untuk Alfamart Run 2025.
12	20 – 24 Oktober 2025	Konten dan <i>design</i> untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis merevisi <i>design Thankyou Sponsor</i> , membuat caption dan memposting konten untuk Instagram Alfamart Run 2025. Penulis juga memposting repost dari para runners serta membala para runners, membuat logo Alfamart Vaganza dan membuat konten untuk Alfamart Run 2025.
13	27 – 31 Oktober 2025	Konten dan <i>design</i> untuk Instagram Alfamart Run 2025	Penulis membuat <i>design “Site Plan”</i> untuk Alfamart Run 2026, mengedit foto untuk guest star Alfamart Run 2026, membuat caption dan memposting konten untuk Instagram Alfamart Run 2025. Penulis juga memposting repost dari para runners serta membala runners, meminta <i>report</i> untuk KOL, membuat <i>design PPT</i> untuk report KOL dan membuat excel mengenai report KOL
14	03 – 07 November 2025	Desain untuk Alfamart Run 2025	Penulis melakukan <i>final review</i> KOL dan <i>KOL Report</i> , melakukan final review PPT KOL serta mengedit foto untuk guest star Alfamart Run 2026.
15	10 – 14 November 2025	Desain untuk Instagram	Penulis membuat dan mengedit foto untuk Alfamart Run 2025, menyelesaikan rangkaian acara

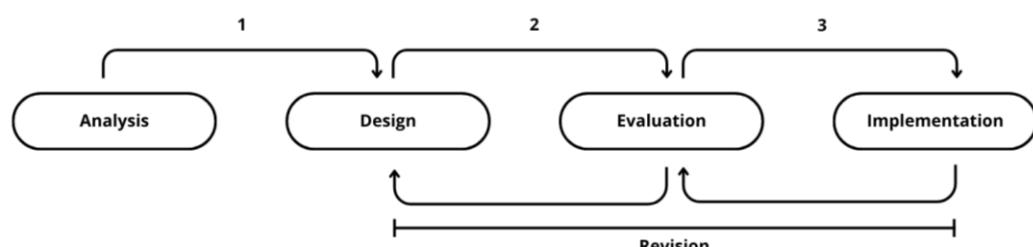
		Alfamart Run 2025	Alfamart Run 2025, memposting postingan serta repost dan membalas DM Instagram Alfamart Run. Penulis juga membuat <i>mockup</i> dan beberapa konsep <i>goodie bag</i> untuk Alfamart Run 2026.
16	17 – 21 November 2025	Konten <i>Personal Care Fair</i> Alfamart dan Alfamart Run 2026	Penulis bertugas mensortir KOL yang akan terlibat dalam acara <i>Personal Care Alfamart</i> . Selain itu, penulis juga mengurusi kebutuhan KOL untuk kegiatan <i>Personal Care Fair</i> , mulai dari pendataan hingga koordinasi. Selain itu, penulis juga membuat desain DM Komunitasmu untuk keperluan promosi Alfamart Run 2026.
17	24 – 28 November 2025	Konten <i>Personal Care Fair</i> Alfamart	Penulis mengurusi KOL untuk kegiatan <i>Personal Care Fair</i> . Selain itu, penulis juga menyusun mekanisme kerja sama KOL yang digunakan sebagai panduan selama program <i>Personal Care Fair</i> berlangsung.
18	01 – 05 Desember 2025	Konten <i>Personal Care Fair</i> Alfamart dan Ronda Sore	Penulis mengurusi KOL untuk kegiatan <i>Personal Care Fair</i> sekaligus mengerjakan berbagai kebutuhan desain untuk brand Ronda Sore, seperti poster dan kupon. Selain itu, penulis juga membuat konten unggahan untuk 20 komunitas yang akan diposting di Instagram. Setelah itu, penulis memposting konten, menulis caption, serta membela pesan dari 20 komunitas terkait.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama periode magang, penulis mendapatkan beberapa kerjaan yang bertujuan untuk mengasah keterampilan dalam bidang desain grafis sekaligus mendukung kebutuhan konten visual di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Beberapa pekerjaan tersebut meliputi pembuatan desain untuk feeds, reels dan story

Instagram, serta media promosi lainnya seperti banner dan materi publikasi pendukung. Selain itu, penulis juga berperan dalam proses produksi konten video, mulai dari penyusunan konsep, menjadi *talent*, proses syuting hingga tahap publikasi di akun Instagram perusahaan. Setiap hasil desain maupun konten video yang telah selesai dikerjakan kemudian melalui tahap evaluasi dan persetujuan dari *Store Brand and Media Activation Manager* maupun *General Manager*, sebelum akhirnya dipublikasikan pada media sosial Alfamart Run.

Dalam proses perancangan selama masa magang, penulis menerapkan pendekatan *User-Centered Design (UCD)* sebagai dasar dalam menyusun setiap materi dan konten-konten yang dikerjakan. UCD dipilih karena metode ini berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna, sehingga setiap desain yang dihasilkan bisa lebih tepat sasaran serta mudah dipahami oleh audiens. Pendekatan ini juga sejalan dengan alur kerja yang penulis jalani, yaitu memahami kebutuhan (*Analysis*), membuat konsep serta merancang karya (*Design*), melakukan revisi berdasarkan umpan balik (*Evaluation*) dan kemudian mengimplementasikannya (*Implementation*).



Gambar 3.3 Struktur Metode Perancangan

Pada tahap pertama yaitu *analysis*, penulis mulai dengan memahami arahan pekerjaan serta kebutuhan desain yang diberikan selama magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahap ini, penulis juga mengumpulkan beberapa referensi dari atasan, beberapa aplikasi maupun orang-orang yang ada di sekitar, untuk mendapatkan gambaran visual yang sesuai. Setelah itu, penulis masuk ke tahap *design*, yaitu membuat konsep dan mulai merancang desain sesuai tujuan konten yang dibutuhkan. Hasil desain kemudian masuk ke tahap *evaluation*, dimana penulis menerima masukan dari atasan atau orang-orang sekitar. Jika masih perlu

diperbaiki, penulis kembali ke tahap *design* untuk merevisi hingga hasilnya dianggap sesuai. Jika sudah disetujui, desain masuk ke tahap *implementation*, yang dimana desain akan digunakan atau dipublikasikan sebagai bagian dari materi promosi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama menjalani magang, tugas utama yang diberikan kepada penulis adalah mengelola membuat *design* dan konten untuk akun Instagram Alfamart Run. Penulis diberi kepercayaan untuk mengurus akun tersebut agar tetap aktif dan menarik bagi para pengikutnya. Untuk mencapai hal itu, penulis membuat berbagai jenis konten, seperti *reels*, *story* dan *feeds*. Konten yang dibuat bertujuan mendukung kebutuhan promosi event Alfamart Run 2025, sehingga setiap materi yang diunggah disesuaikan dengan informasi seputar kegiatan lari dan hal-hal yang relevan dengan penyelenggaraan acara tersebut.

3.3.1.1 Proyek Desain Media Sosial Alfamart Run

Pada beberapa sebelumnya, media sosial Alfamart Run belum memiliki sebuah *template* desain yang tetap, sehingga setiap tahunnya memiliki gaya visual yang berbeda-beda. Namun, memasuki persiapan Alfamart Run 2025, gaya visualnya sudah memiliki satu *template* utama yang digunakan untuk seluruh konten media sosial. Dengan adanya gaya visual tersebut, tugas awal penulis bukan lagi membuat *template* dari awal, melainkan mempelajari, memahami dan menyesuaikan diri dengan konsep desain yang sudah ditetapkan. Penulis bertanggung jawab untuk menerapkan *template* tersebut ke dalam berbagai kebutuhan konten seperti *feeds*, *reels* dan *story*, agar seluruh materi yang dihasilkan tetap konsisten dengan identitas visual Alfamart Run 2025.

A. Desain konten Giveaway untuk media sosial Alfamart Run

Pada pembuatan konten Giveaway ini, penulis melalui beberapa tahapan, mulai dari *analysis, design, evaluation sampai implementation.*

1. Analysis

Pada tahap ini, penulis melakukan analisa terlebih dahulu mengenai Media Sosial Instagram Alfamart Run sebelum memulai mengerjakan desain yang dibutuhkan. Dalam proses penggerjaan, penulis diminta untuk mengikuti arahan tentang beberapa visual yang sudah ditentukan seperti menggunakan warna utama merah sebagai identitas dari Alfamart dan pastinya menghindari penggunaan berwarna biru. Penulis juga dibebaskan untuk memilih font maupun beberapa elemen pendukung yang bersifat *free-use* agar aman digunakan untuk kebutuhan publikasi. Penulis juga diberikan beberapa elemen wajib yang harus selalu muncul di setiap feeds, reels maupun story Instagram Alfamart Run yaitu logo Alfamart, Alfagift, Alfamart Run dan 26 Melayani Bersama.



Gambar 3.4 Elemen Logo Perusahaan

Penulis telah melakukan analisa beberapa konten dari Instagram Alfamart Run beberapa tahun belakangan. Proses ini penulis lakukan agar penulis lebih mengerti tentang desain, jenis informasi yang biasanya ditampilkan dan cara penyampaian visual yang sudah sesuai dan sering digunakan oleh Alfamart Run.



Gambar 3.5 Design Giveaway Beberapa Tahun Lalu

Sumber: Instagram Alfamartrun (2025)

Penulis mulai membuat konsep desain dengan melihat kembali contoh dari konten giveaway tahun sebelumnya. Dari referensi tersebut, terlihat bahwa tampilan visual Alfamart Run konsisten menggunakan *tone* warna merah, oranye dan kuning. Desain Instagram Alfamart Run juga menggunakan foto sebagai latar belakang yang kemudian dedit sedikit agar warna masih selaras. Selain itu, penulis juga mencari inspirasi tambahan melalui platform lain seperti Pinterest dan berdiskusi dengan atasan untuk mendapatkan arahan yang lebih tepat mengenai gaya visual yang diinginkan. Seluruh proses ini tetap diarahkan agar hasil desain yang dibuat tetap masih selaras dengan postingan lainnya.

2. *Design*

Pada saat mengerjakan desain sesuai dengan referensi yang telah dibuat, penulis membuat beberapa alternatif *design* untuk dipilih oleh atasan. *Design* dimulai dari mencari foto dari website resmi Alfamart Run untuk dijadikan sebagai latar belakang dari desain yang dirancang. Sebelum digunakan menjadi latar belakang, foto akan dedit agar lebih sedikit gelap dan merah biar semakin senada dengan Alfamart.



Gambar 3.6 Foto yang Sebelum dan Sesudah *Edit*

Kemudian mencari foto bertekstur yang *free-use* untuk ditimpa diatas bagian fotonya agar lebih menarik dan estetika.



Gambar 3.7 Tekstur dengan *Opacity* 20%

Setelah itu, penulis menambahkan beberapa asset yang telah dibuat sendiri oleh penulis untuk memeriahkan desain yang telah dibuat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.8 Pembuatan Aset

Setelah itu, penulis juga menambahkan beberapa foto dari Brand Ambassador dari Alfamart Run 2025 yaitu Ibnu Jamil dan Ririn Ekawati.



Gambar 3.9 Foto Brand Ambassador Alfamart Run

Terakhir penulis menggabungkan keseluruhan elemen menjadi satu kesatuan. Pada desain tersebut, penulis membuat ilustrasi kado yang tertutup dengan foto Brand Ambassador di sebelah kiri dan kanan. Kemudian penulis menambahkan beberapa elemen visual yang ditambahkan dibelakang font, kado dan Brand Ambassador untuk memeriahkan desain yang telah penulis buat.



Gambar 3.10 Desain Giveaway

Penulis menggunakan font Fredoka One, yaitu jenis huruf sans-serif yang bold dan membulat, sehingga memberikan kesan fun, tegas dan mudah dibaca. Untuk memperkuat tampilan judul, font tersebut diberi outline berwarna emas agar terlihat lebih menonjol dan tetap terbaca dengan jelas pada latar belakang yang memiliki banyak elemen.

3. *Evaluation*

Penulis mendapatkan *feedback* dari *supervisor* dan beberapa orang di sekitar bahwa ilustrasi kado pada desain masih kurang menarik. Semua menyarankan agar kotak kado tidak hanya dibuat tertutup, tetapi dibuat terbuka supaya terlihat lebih seru. *Supervisor* penulis juga memberi ide untuk menambahkan tulisan yang seolah keluar dari dalam kotak agar desainnya terasa lebih hidup dan sesuai dengan konsep giveaway.

Setelah menerima masukan tersebut, penulis langsung melakukan revisi. Penulis mengubah bentuk kado agar terlihat lebih menarik, menambahkan efek cahaya dan elemen tambahan supaya desainnya lebih meriah serta meletakkan tulisan utama di bagian

samping kotak agar terlihat seperti muncul dari dalam hadiah. Penulis juga menyesuaikan warna dan tata letaknya supaya tetap terlihat rapi dan sesuai dengan gaya visual Alfamart Run 2025.



Gambar 3.11 Desain Revisi Giveaway

4. *Implementation*

Pada tahap akhir, penulis mulai mempublikasikan hasil desain *template* Alfamart Run sekaligus konten perdana untuk tahun 2025. Unggahan tersebut diposting pada tanggal 3 September 2025. Setelah dipublikasikan, konten tersebut mendapatkan respons yang sangat baik dari para pengikut. Postingan ini berhasil mencapai 3.455 *likes* dan 1.533 komentar, menunjukkan bahwa desain yang dibuat mampu menarik perhatian dan berinteraksi dengan audiens.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.12 Implementasi Desain Giveaway

Sumber : Instagram Alfamartrun (2025)

Selama mengerjakan desain konten *Giveaway* ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman baru, terutama dalam menyesuaikan diri dengan *visual identity* yang sudah ada dan harus tetap konsisten. Proyek ini juga membantu penulis belajar bagaimana mengolah foto, membuat elemen tambahan, serta menempatkan aset brand dengan rapi supaya hasil akhirnya tetap menarik. Walaupun sempat mengalami beberapa revisi khususnya pada bagian ilustrasi kado, proses tersebut membuat penulis semakin memahami pentingnya detail dalam pembuatan konten promosi. Tantangan utamanya adalah menjaga desain tetap meriah namun tidak mengganggu keterbacaan. Namun, melalui arahan dan masukan dari *supervisor*, penulis dapat menyelesaikan desain dengan baik sampai akhirnya bisa diposting dan mendapat respons positif dari pengikut Alfamart Run.

B. Desain konten *Thankyou Sponsor* untuk media sosial Alfamart Run

Setiap tahun, Alfamart Run bekerja sama dengan berbagai sponsor dari brand yang juga mendukung penyelenggaraan acara. Sebagai bentuk apresiasi kepada para sponsor tersebut, penulis membuat desain feed khusus sebagai ucapan terima kasih yang nantinya akan diposting di akun resmi Instagram Alfamart Run 2025. Penulis juga mendapatkan arahan langsung dari *Store*

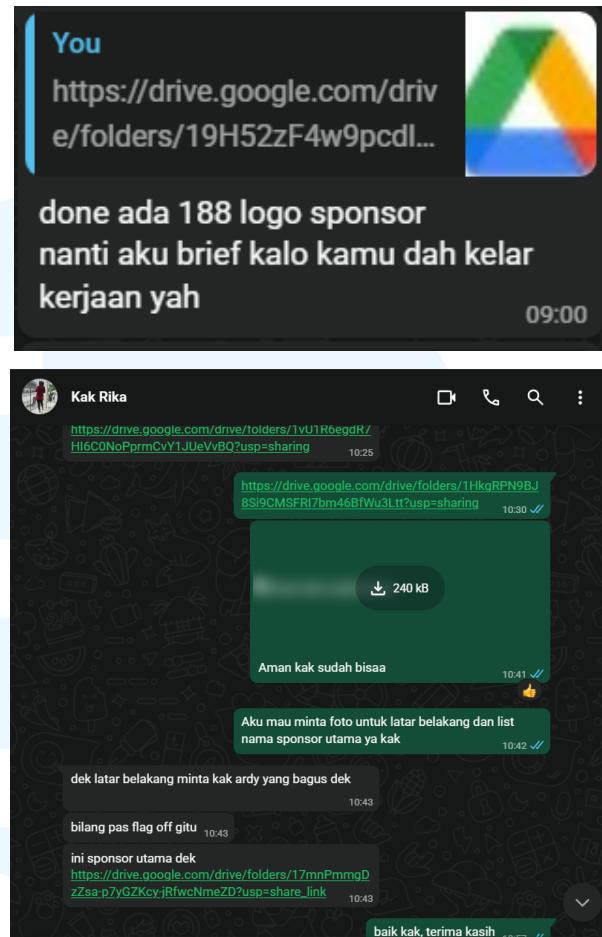
Brand & Media Activation Manager untuk membuat desain “*Thankyou Sponsor*” yang digunakan sebagai konten dalam rangka menghargai dukungan para sponsor tahun ini. Pada pembuatan konten *Thankyou Sponsor* ini, penulis melalui beberapa tahapan yang sama, mulai dari *analysis*, *design*, *evaluation* sampai *implementation*.

1. Analysis

Penulis menerima arahan langsung dari *Store Brand & Media Activation Manager* untuk membuat desain *Thankyou Sponsor* untuk Alfamart Run 2025. Sebelum mulai mengerjakan, penulis diminta mencari referensi dan melihat contoh desain dari tahun-tahun sebelumnya, agar hasil akhirnya tetap sama dengan visual dan tone warna yang sudah digunakan pada Alfamart Run sebelumnya.

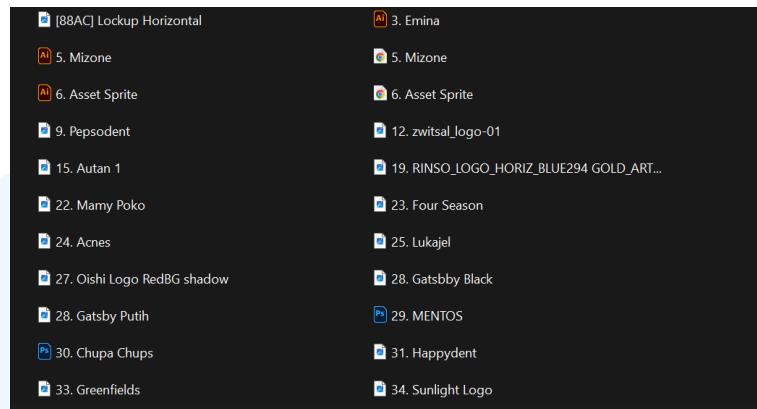
Setelah mengumpulkan beberapa referensi dan mencatat elemen apa saja yang harus dipertahankan, penulis mulai mengerjakan desain tersebut pada tanggal 20 Agustus 2025.





Gambar 3.13 Pengiriman Logo Sponsor

Penulis juga mendapatkan sejumlah logo langsung dari *Store Brand & Media Activation Manager* melalui link yang telah diberikan. Setelah memperoleh akses melalui link tersebut, penulis kemudian mengunduh seluruh asset logo yang dibutuhkan dan menyimpannya ke dalam laptop pribadi penulis. Logo-logo ini yang akan digunakan sebagai bahan pendukung dalam setiap proses pengerjaan desain.



Gambar 3.14 Logo Sponsor yang Sudah di Download

Setelah mendapatkan logo dari setiap sponsor, penulis langsung mencari referensi dari tahun-tahun sebelumnya. Berikut merupakan referensi yang penulis lihat dari Instagram resmi Alfamart Run 2025.



Gambar 3.15 Referensi *Template Thankyou Sponsor*

Setelah itu, penulis akan menyesuaikan layout, memilih warna yang konsisten dengan identitas Alfamart Run serta memastikan seluruh logo sponsor dapat terlihat jelas dan rapi. Penulis tetap menggunakan foto yang diambil dari website resmi Alfamart dan dijadikan sebagai latar belakang dari desain yang dibuat. Penulis juga terus melakukan penyesuaian berdasarkan masukan yang diberikan, agar desain yang dibuat tidak

hanya informatif tetapi juga menarik untuk diposting di Instagram resmi Alfamart Run 2025.

2. Design

Penulis mencari dan memilih foto acara Alfamart Run tahun 2024 dari website resmi Alfamart, untuk dijadikan sebagai latar belakang dari desain “*Thankyou Sponsor*”.



Gambar 3.16 Dokumentasi Acara Alfamart Run 2024
Sumber : Website Alfamart

Setelah menentukan foto yang akan digunakan sebagai latar belakang desain, penulis melakukan beberapa penyesuaian agar tampilan fotonya lebih sesuai dengan kebutuhan visual konten. Proses pengeditan dilakukan menggunakan Adobe Lightroom. Pada tahap ini, penulis menurunkan pencahayaan menjadi -1,12, menambah kontras ke +27, serta menyesuaikan bagian highlight ke -40 dan shadow ke +11. Pengaturan ini dilakukan untuk menghasilkan latar belakang yang lebih gelap dan tetap nyaman dilihat ketika digabungkan dengan elemen desain lainnya.



Gambar 3.17 Hasil *Edit Exposure*

Setelah proses pengeditan foto selesai, penulis menambahkan sebuah kotak berwarna putih dengan *opacity* 34% dan menempatkannya di atas foto tersebut. Elemen kotak ini digunakan sebagai *overlay* agar area teks menjadi lebih jelas dan tidak bertabrakan dengan elemen visual lain. Bagian ini nantinya akan diisi oleh tulisan dan juga logo-logo dari sponsor.



Gambar 3.18 Hasil *Edit Overlay*

Penulis juga diberikan beberapa elemen wajib yang harus selalu muncul di setiap *feeds*, *reels* maupun story Instagram Alfamart Run yaitu logo Alfamart, Alfagift, Alfamart Run dan 26 Melayani Bersama.



Gambar 3.19 Elemen Logo Perusahaan

Penulis menambahkan elemen berbentuk *rounded rectangle* dengan tingkat *opacity* sebesar 63% yang berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan setiap logo sponsor yang telah dikirim. Penggunaan elemen ini bertujuan agar tampilan logo bisa terlihat lebih rapi, terstruktur dan mudah dibedakan dari *background*.



Gambar 3.20 Elemen *Rounded Rectangle*

Penulis disaranin oleh *supervisor* untuk menyimpan logo sponsor utama yang berjumlah 20 logo di halaman pertama. Setelah itu, penulis menambah beberapa tulisan dibagian atas yaitu ucapan “TERIMA KASIH” serta “SUPPORT DAN KESERUAN ALFAMART RUN 2025” di bagian atas dan bawah dari logo sponsor.



Gambar 3.21 Penambahan Judul

Penulis masih menggunakan font Fredoka One, yaitu jenis huruf sans-serif yang bold dan membulat, sehingga memberikan kesan fun, tegas dan mudah dibaca. Penulis menggunakan warna merah tua sebagai warna utama pada teks, kemudian menambahkan *outline* putih agar tulisannya terlihat lebih tegas. Bagian judul juga diberi latar belakang dengan efek blur putih di belakangnya supaya lebih menonjol dan tetap mudah dibaca meskipun berada di atas foto.

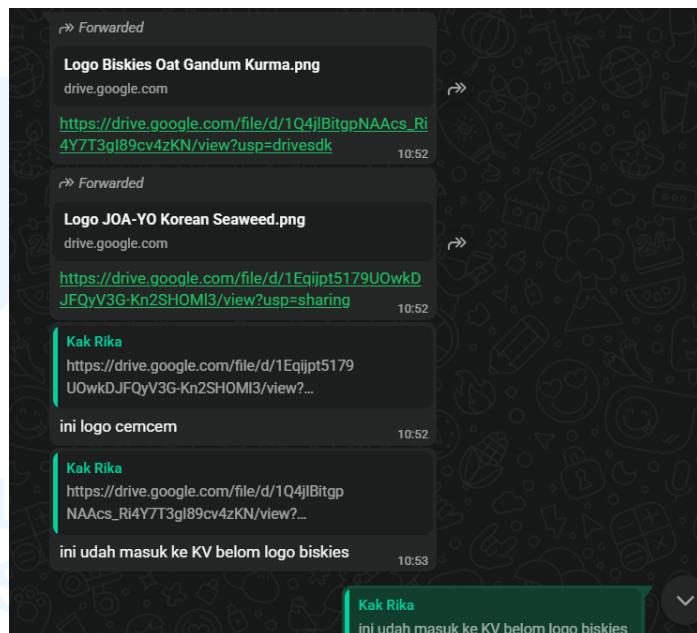
3. Evaluation

Setelah selesai penulis langsung memberikan hasil desain yang telah dibuat kepada *supervisor* dan *Store Brand and Media Activation Manager* untuk mendapatkan masukan dan evaluasi tentang hasil desain.



Gambar 3.22 Desain *Thankyou Sponsor*

Revisi yang diberikan tidak terlalu banyak hanya ada tambahan beberapa logo sponsor yang harus dimasukkan ke dalam desain. Karena itu, penulis perlu merapikan kembali susunan logo pada halaman 4 dan 5 agar tata letaknya tetap rapi dan seimbang.



Gambar 3.23 Pengiriman Logo Sponsor Baru

Sementara itu, untuk halaman 1–3 dari *supervisor* maupun *Store Brand and Media Activation Manager* sudah aman dan tidak ada masalah. Berikut merupakan revisi desain untuk “*Thankyou Sponsor*” yang telah dilakukan.



Gambar 3.24 Revisi Desain *Thankyou Sponsor*

4. *Implementation*

Penulis memposting desain ucapan terima kasih untuk para sponsor pada tanggal 20 Oktober, sesuai dengan jadwal yang telah disetujui bersama *supervisor*. Setelah diposting di akun resmi Instagram Alfamart Run, postingan tersebut mendapatkan respons yang cukup baik dari para *followers*. Total terdapat 1.777 likes dan 34 komentar yang sebagian besar berisi dukungan serta apresiasi terhadap acara Alfamart Run 2025. Konten ini juga dikolaborasikan dengan akun Instagram resmi Alfamart Run agar jangkauannya lebih luas.



Gambar 3.25 Implementasi *Thankyou Sponsor*

Sumber: Instagram Alfamartrun (2025)

Pada proyek desain *Thankyou Sponsor*, penulis belajar bagaimana menyusun banyak logo dalam satu layout tanpa membuat tampilannya berantakan. Proses ini sangat membantu penulis memahami pentingnya kerapikan, keseimbangan visual, serta pemilihan *background* yang tepat agar elemen teks dan logo tetap jelas. Tantangan yang dihadapi adalah penyesuaian ulang ketika ada logo tambahan yang masuk, sehingga penulis harus menata ulang layout agar semuanya tetap seimbang. Kemudian terdapat beberapa logo yang tidak jelas atau buram sehingga penulis harus mengedit ulang terlebih dahulu. Meski begitu, pengalaman ini membuat penulis lebih teliti dalam mengatur komposisi desain.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama menjalani magang, penulis mengerjakan berbagai tugas, mulai dari proyek utama hingga tugas tambahan yang diberikan. Fokus utama penulis adalah membuat konten untuk media sosial Alfamart Run, baik dalam bentuk *feeds*, *reels* maupun *story*, agar akun tersebut tetap aktif dan informatif. Selain mengurus konten Alfamart Run, penulis juga terlibat dalam pembuatan beberapa desain untuk kebutuhan promosi toko Alfamart seperti

desain banner, konten Instagram *feeds* hingga *story* yang digunakan untuk mendukung kampanye promosi toko.

3.3.2.1 Proyek Desain Digital Totem Promo *Persona Care Fair*

Personal Care Fair merupakan salah satu kegiatan promosi dari Alfamart yang menampilkan berbagai produk perawatan tubuh, wajah, dan rambut dalam satu rangkaian. Melalui promo ini, konsumen dapat melihat rangkaian produk *Personal Care* yang ditawarkan dengan harga promo yang telah ditentukan selama periode acara. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan *awareness* serta minat beli terhadap produk-produk terkait, sekaligus mendukung aktivitas pemasaran yang sedang dijalankan oleh Alfamart. Pada saat mengerjakan proyek promo *Persona Care Fair*, penulis menggunakan beberapa tahapan, yaitu:

1. Analysis

Penulis mendapatkan proyek ini dari tanggal 22 September 2025 langsung dari *supervisor*. *Supervisor* menjelaskan secara jelas terkait proyek *Persona Care Fair*. *Supervisor* memberikan arahan dan membuka *Persona Care Fair* tahun-tahun sebelumnya untuk dijadikan acuan.



Gambar 3.26 Desain *Personal Care Fair* Desember
Sumber: Instagram Alfamartrun (2025)

Selain mengikuti arahan tersebut, penulis juga menambah referensi dengan mencari inspirasi desain melalui beberapa platform seperti Pinterest dan aplikasi

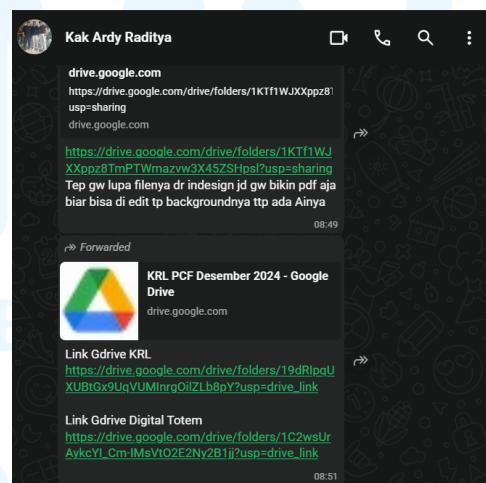
lainnya. Referensi yang diberikan secara langsung oleh *supervisor*, yaitu :



Gambar 3.27 Referensi *Personal Care*
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/281543725375072/>

2. *Design*

Supervisor juga memberikan beberapa aset berupa foto produk *Personal Care Fair* yang dapat digunakan sebagai material utama dalam proses desain. Aset tersebut membantu penulis memahami jenis produk yang dipromosikan serta menentukan komposisi visual yang tepat untuk proyek ini.



Gambar 3.28 Pengiriman Aset oleh *Supervisor*

Penulis mengambil aset produk satu per satu dari majalah katalog yang telah disiapkan oleh perusahaan.

Setiap gambar produk dipotong, dirapikan, lalu diatur ulang sesuai kebutuhan dalam desain.



Gambar 3.29 Pengambilan Produk *Personal Care Fair*

Setelah semua asset terkumpul, penulis mulai menyusunnya menjadi satu komposisi yang lebih rapi agar menjadi satu kesatuan. Proses penyusunan ini juga mempertimbangkan kerapatan setiap asset visual, keseimbangan elemen serta kesesuaian warna agar tampilan akhirnya terlihat lebih menarik dan nyaman dilihat.



Gambar 3.30 Penyusunan Produk Persona Care

Desain ini digunakan untuk Digital Totem Persona Care Fair dari Alfamart, sehingga desain dibuat dengan ukuran 0,65 x 1,20 m. Setelah menyusun semua produk Persona Care, penulis mulai membuat *background* dengan menggunakan warna #f9ebef. Berikut merupakan asset yang sudah disediakan dari pihak perusahaan kepada penulis, yaitu:



Gambar 3.31 Elemen Logo Perusahaan

Kemudian penulis mulai untuk mengerjakan desain dari awal dengan awal dan menggabungkan

semua elemen ini menjadi satu kesatuan. Penulis juga menambahkan Tulisan “*Personal Care Fair*” dan keterangan dibawahnya yaitu “Sayangi Dirimu Dengan Tampil Bersih & Menawan”. Di bagian bawah penulis menambahkan tulisan “BELANJA SEKARANG DI” dan di bagian kanan atas penulis membuat promo “DISKON HINGGA 40%” agar lebih menarik perhatian.



Gambar 3.32 Hasil Desain Digital Totem Persona Care

3. Evaluation

Penulis mengirimkan hasil desain digital totem *Personal Care Fair* kepada *supervisor*, kemudian diteruskan kepada tim desainer Alfamart. Penulis menerima beberapa evaluasi seperti mengganti beberapa produk yang sudah tidak dijual. Produk-produk tersebut

kemudian diganti dengan produk baru yang masih tersedia di dalam toko Alfamart.



Gambar 3.33 Revisi yang dikerjakan

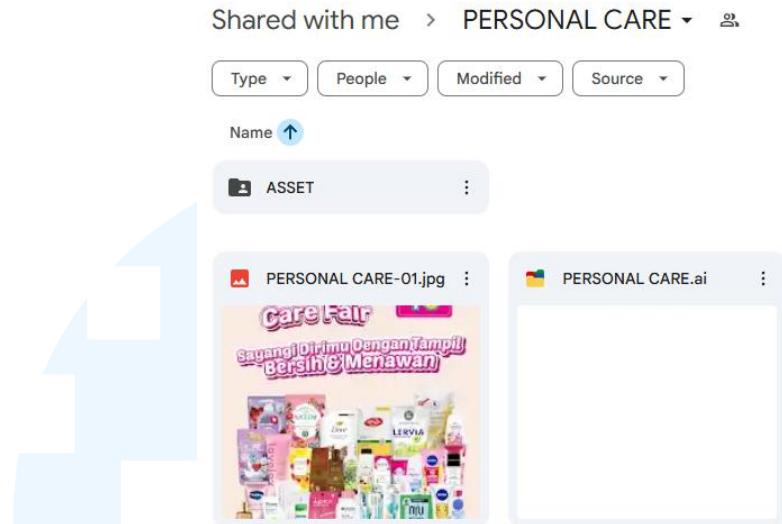
Penulis segera mencari gambar produk yang diberikan dari tim desain Alfamart sebagai pengganti dari produk yang sudah tidak dijual. Penulis mencari gambar produk tersebut pada website resmi Alfagift. Setelah itu, penulis melakukan *remove background* pada foto produk-produk tersebut, kemudian menggabungkannya kembali digabungkan lagi dengan elemen produk lainnya agar tetap konsisten dengan tata desain sebelumnya.



Gambar 3.34 Hasil Revisi yang dikerjakan

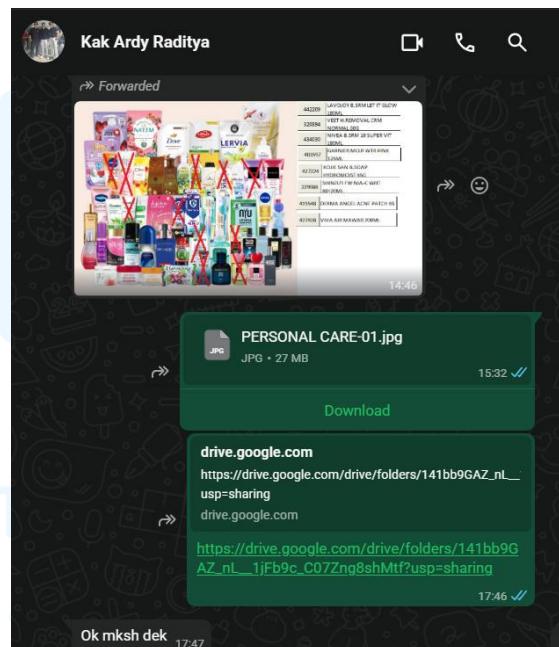
4. Implementation

Setelah seluruh revisi diselesaikan, penulis kembali menyerahkan desain tersebut kepada *supervisor* dan tim desain Alfamart. Penulis memasukan hasil desain ke dalam Google Drive untuk memudahkan tim desain Alfamart apabila ingin mengambil aset yang telah dibuat.



Gambar 3.35 Pengumpulan Desain Melalui Google Drive

Setelah desain selesai, penulis mengumpulkan hasil desain tersebut kepada *supervisor* dan pihak terkait untuk ditinjau lebih lanjut. Desain yang telah disetujui kemudian diproses kembali oleh tim desain Alfamart dan dikembangkan menjadi bentuk *motion*.



Gambar 3.36 Bukti Pengumpulan Desain

Penulis tidak memiliki dokumentasi dari Digital Totem *Personal Care Fair*, namun penulis memperoleh informasi bahwa desain yang telah dibuat sudah dijadikan *motion* atau animasi oleh tim desain Alfamart dan sudah ditayangkan.

Pada proyek Digital Totem *Personal Care Fair*, penulis belajar menyusun berbagai produk dan elemen visual dalam satu layout yang rapi dan menarik. Proses dimulai dari menerima *brief*, mengumpulkan aset produk, lalu menyusun komposisi sesuai *template* dan standar visual dari Alfamart. Tantangan muncul ketika ada produk yang sudah tidak dijual sehingga harus diganti dan disesuaikan ulang agar tetap konsisten dengan desain awal. Melalui proyek ini, memberikan pengalaman baru dalam mengolah aset produk dan membuat desain untuk media display yang bersifat digital serta berfungsi sebagai materi promosi di store Alfamart.

3.3.2.2 Proyek Ronda Sore Alfamart

Program Alfamart di mana team *Operation* dalam hal ini penanggung jawab adalah Area Manager, berkeliling ke pemukiman warga pada sore hari untuk membagikan hadiah kepada konsumen yang menyimpan struk belanja dengan menggunakan Member Alfagift. Pada proyek Ronda Sore Alfamart penulis menggunakan metode yang sama, yaitu :

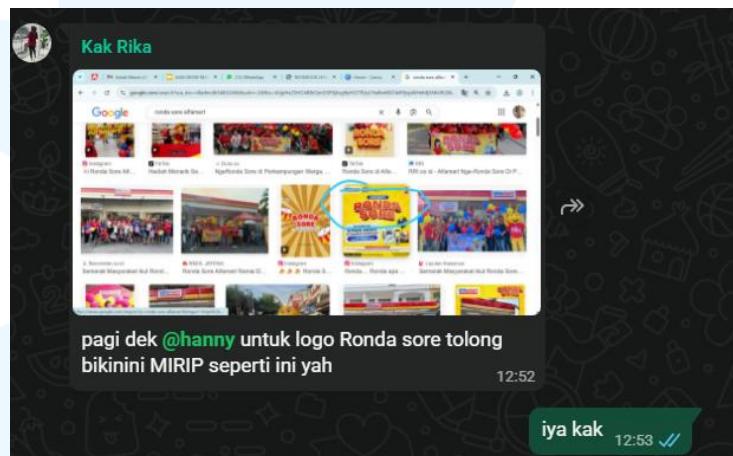
I. Analysis

Sebelum memulai proyek ini, penulis diberikan arahan seperti biasa oleh *supervisor* dan *Store Brand and Media Activation Manager* terkait Ronda Sore Alfamart pada tanggal 1 Desember 2025. *Supervisor* menyarankan agar penulis melihat-lihat dan mencari referensi sehingga penulis akan lebih mengerti dan kebayang seputar Ronda Sore.



Gambar 3.37 Referensi terkait Ronda Sore

Penulis juga diberi tahu agar membuat desain dengan *tone* yang kurang lebih sama seperti tahun-tahun sebelumnya seperti penggunaan warna kuning dan merah yang akan menjadi warna utama dalam desain tersebut. *Supervisor* memberikan *brief* kepada penulis untuk membuat beberapa dua sarana yaitu Banner Out dan Kupon Hadiah.

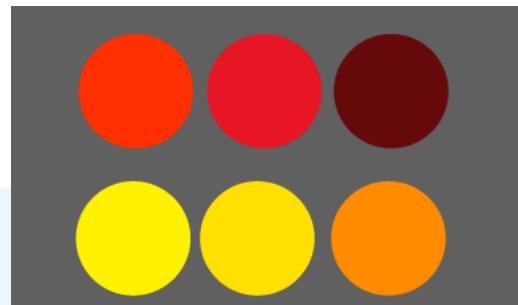


Gambar 3.38 Brief singkat Ronda Sore

Penulis diberi tahu secara langsung oleh *Store Brand and Media Activation Manager* bahwa untuk logo Ronda Sore dibikin untuk mirip dengan yang tahun-tahun sebelumnya.

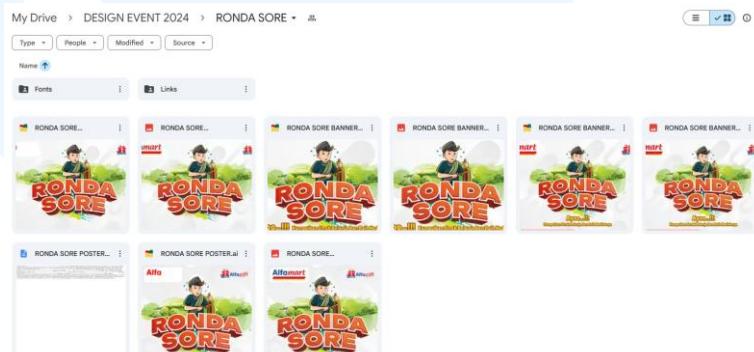
2. Design

Penulis mulai mencari warna *tone* merah menuju ke kuningan sesuai arahan dari *supervisor*. Penulis mendapatkan warna-warna ini dari beberapa referensi desain dari tahun-tahun lalu.



Gambar 3.39 Color Palette Desain Ronda Sore

Supervisor memberikan logo Ronda Sore tahun 2024 kepada penulis melalui Google Drive dan menyuruh untuk mengganti warna baju dari logo tersebut dan menambah bayangan di belakang tulisan “RONDA SORE”.



Gambar 3.40 Logo dari Ronda Sore

Berikut merupakan logo orang Ronda Sore yang asli dan belum diedit warna dan difinalisasi oleh penulis. Logo ini sudah digunakan untuk tahun lalu sebagai logo utama sehingga logo ini menjadi acuan awal sebelum penulis melakukan pengeditan visual lainnya agar sesuai dengan kebutuhan dan standar desain yang ditetapkan.



Gambar 3.41 Logo Orang dari Ronda Sore

Supervisor menyuruh penulis untuk mengganti warna pakaian. Dari yang sebelumnya berwarna hijau tua menjadi warna merah agar selaras dengan Alfamart dan bagian pentungannya dirapikan.



Gambar 3.42 Logo Orang *Edit* dari Ronda Sore

Setelah itu, penulis membuat 3 alternatif logo agar dipilih oleh *supervisor*. *Supervisor* memilih logo pertama dan kedua untuk dijadikan sebagai logo utama dari Ronda Sore.



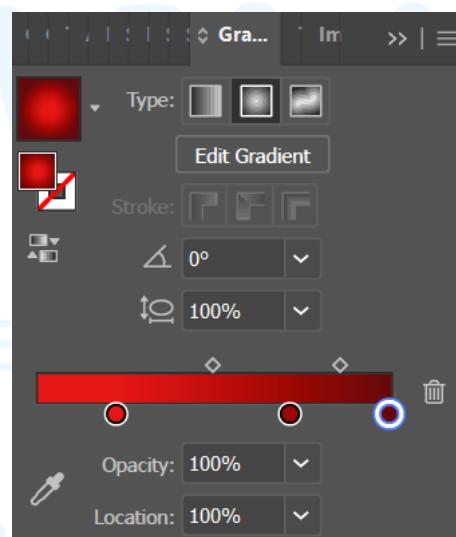
Gambar 3.43 Alternatif Logo Orang Ronda Sore

Sebelum memulai desain penulis juga akan mendapatkan elemen-elemen yang sudah disediakan oleh perusahaan seperti logo Alfamart, Alfagift dan Alfacare.



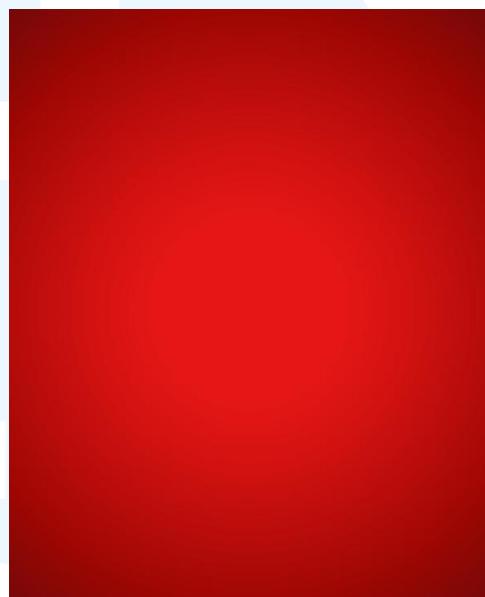
Gambar 3.44 Logo Perusahaan

Sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *supervisor*, untuk menggunakan warna merah sebagai latar belakang sehingga penulis menggunakan gradasi warna merah yaitu #e51616, #9c0703 dan #66090b.



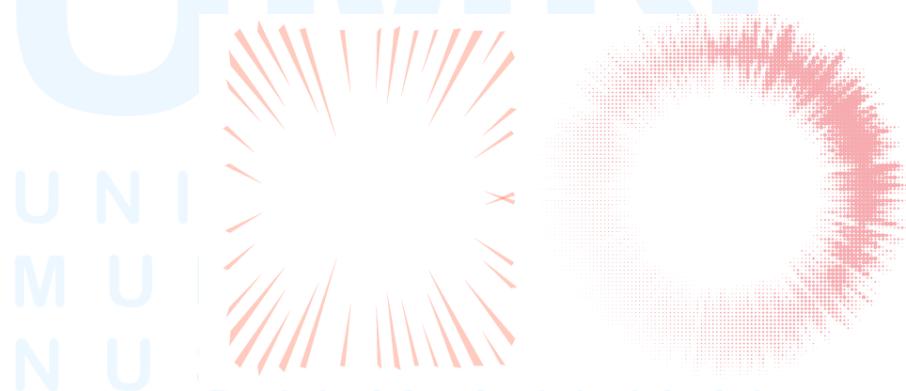
Gambar 3.45 Edit Gradient

Berikut merupakan latar belakang yang terbentuk dari perpaduan warna merah yang diedit menggunakan teknik gradasi. Warna merah ini dipilih karena ingin memberikan kesan berani, kuat dan lebih menarik perhatian. Proses *edit* gradasi dilakukan agar tampilannya tidak terlihat *flat*.



Gambar 3.46 Latar Belakang

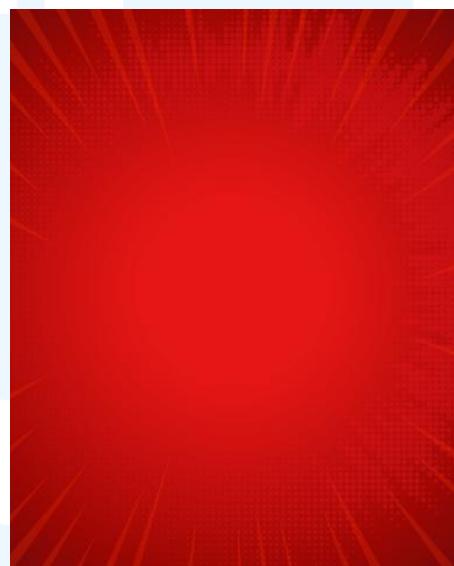
Penulis membuat aset sendiri karena merasa desain terlalu kosong dan kurang menarik. Ini merupakan aset yang dibuat oleh penulis sendiri, yaitu :



Gambar 3.47 Aset Latar Belakang

Penulis membuat aset pertama untuk latar belakang menggunakan *pen tool* dan di *copy* lalu di

miror 90 derajat. Penulis menggunakan warna #ff3000 dengan *opacity* 25%. Untuk pembuatan aset kedua, penulis membuat lingkaran dengan *fill gradient* sesuai warna yang diinginkan lalu gunakan *effect* yaitu *color halftone*, kemudian *expand appearance*. *Image trace high fidelity photo* kemudian *expand and delete background*. Kemudian semua elemen dijadikan satu kesatuan sebagai latar belakang dan mulai menambahkan logo perusahaan dan logo Ronda Sore.



Gambar 3.48 Desain Latar Belakang

Penulis juga menambahkan beberapa tulisan untuk menjelaskan tentang Ronda Sore tersebut seperti “BELANJA DI ALFAMART”, “SIMPAN STRUK ANDA” dan “Dapatkan Hadiahnya!”.



Gambar 3.49 Aset yang dibuat Penulis

Penulis juga menjelaskan tanggal pelaksanaan, syarat dan ketentuan dalam mengikuti Ronda Sore. Penulis juga menambahkan beberapa ornamen kecil dan produk-produk yang menjadi hadiahnya apabila mengikuti kegiatan Ronda Sore.



Gambar 3.50 Hasil Desain Ronda Sore

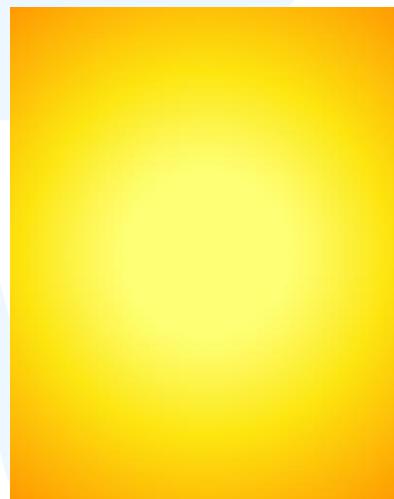
3. Evaluation

Setelah selesai membuat desain tentang Ronda Sore, penulis segera memperlihatkan hasil desain kepada *supervisor* dan *Store Brand and Media Activation Manager*. Penulis mendapatkan feedback juga dari *Marketing General Manager* bahwa warnanya terlalu mirip dengan Alfamart Run dan *Store Brand and Media Activation Manager* sepakat apabila warna latar belakangnya diganti warnanya.



Gambar 3.51 Revisi Desain Ronda Sore

Penulis mulai menganti warna latar belakang menjadi gradasi warna #ff8b00, #ffe000 dan #fff200. Sehingga yang warna yang lain juga menjadi menyesuaikan dengan warna latar belakang.



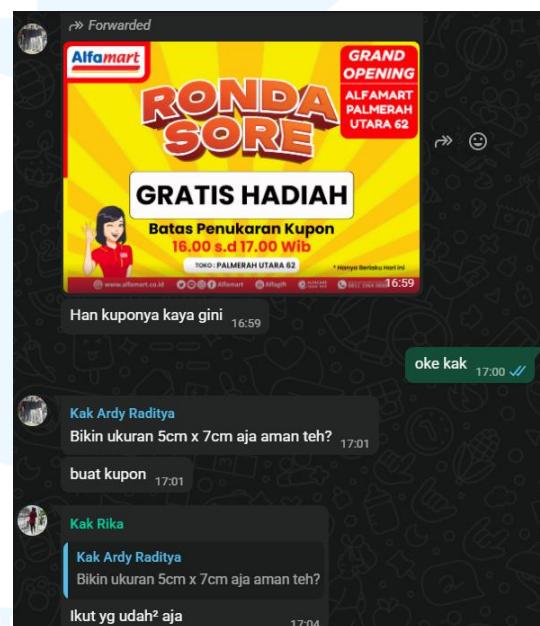
Gambar 3.52 Latar Belakang Hasil Revisi

Hal ini dilakukan agar warna yang tidak saling bertabrakan. Selanjutnya, asset visual yang sebelumnya telah dibuat oleh penulis dihapus dan dikeluarkan (*takeout*), kemudian digantikan dengan penulisan nominal “Rp500.000,-”.



Gambar 3.53 Hasil Revisi Desain Ronda Sore

Selain itu, penulis juga membuat kupon hadiah yang merupakan desain turunan dari desain yang telah dibuat. Kupon hadiah ini berukuran 5cm x 7cm.



Gambar 3.54 Kupon Hadiah

Penulis hanya memindahkan latar belakang dari desain poster ke dalam kupon hadiah yang berukuran 5cm x 7cm dan menambah beberapa elemen seperti logo perusahaan dan logo Ronda Sore.



Gambar 3.55 Desain Kupon Hadiah

Setelah penulis memberikan hasil desain kupon hadiah kepada *supervisor* dan *Store Brand and Media Activation Manager*. Penulis tidak mendapatkan revisi tambahan, sehingga bisa dibilang memenuhi standar perusahaan.

4. *Implementation*

Penulis belum mendapatkan dokumentasi secara asli dikarenakan acara Ronda Sore belum dilaksanakan, Namun penulis diberi tahu bahwa desain *feeds* dan kupon hadiah sudah disetujui oleh *Marketing General Manager*. Sehingga pada saat dibawa untuk bahan presentasi, *Store Brand and Media Activation Manager* sudah menggunakan desain yang dibuat oleh penulis. Penulis juga nantinya akan membuat *banner out* dan *back drop* untuk acara Ronda Sore. Berikut merupakan hasil desain feed yang telah diimplementasikan dan dipublikasikan secara langsung pada media sosial resmi Alfamart.



Gambar 3.56 Design Feeds yang diposting oleh Alfamart

Pada proyek Ronda Sore Alfamart ini, penulis mulai dengan menerima *brief* dan referensi visual dari *supervisor*, lalu mengembangkan logo, warna serta elemen desain lainnya. Setelah logo dan *background* dibuat, penulis membuat poster utama dan kupon hadiah sebagai desain turunannya, lalu melakukan revisi ketika warna awal dinilai terlalu mirip dengan visual Alfamart Run. Meski acara belum berlangsung sehingga dokumentasi asli belum tersedia, desain yang dibuat sudah digunakan dalam presentasi internal perusahaan. Selama mengerjakan proyek ini, penulis belajar menyesuaikan desain dengan identitas brand yang sudah ada, lebih peka terhadap warna yang berpotensi bertabrakan, sekaligus melatih kemampuan berimprovisasi saat membuat aset tambahan, meskipun tantangannya adalah penyesuaian ulang komposisi ketika terjadi perubahan warna dan arahan mendadak.

3.3.2.3 Proyek Billboard Jalan Raya Alfamart Run 2025

Pada bagian ini, penulis kembali mengangkat tema Alfamart Run, namun dengan konteks yang berbeda dengan proyek sebelumnya. Jika pada pembahasan sebelumnya penulis menjelaskan proses pembuatan desain untuk Instagram Alfamart Run, maka pada bagian ini penulis membahas proyek lain yang masih berada dalam lingkup tema yang sama, yaitu pembuatan desain billboard. Meskipun temanya tetap Alfamart Run, proyek ini

merupakan tugas yang berbeda karena bukan berasal dari divisi yang sama dengan penulis. Sehingga penulis kembali menyesuaikan proses kerja, melakukan komunikasi lintas divisi serta mengikuti arahan dan kebutuhan desain yang diberikan oleh pihak terkait untuk menyelesaikan proyek ini. Pada proyek ini penulis menggunakan beberapa tahapan, yaitu:

1. Analysis

Penulis diberikan *brief* untuk membuat beberapa desain billboard karena nanti titik dari billboard akan berbeda-beda.

Citra Raya (6m x 2m)
Golf Lake (8,8 m x 3,5m)
Green Lake (9m x 5,5m)
MH. Thamrin (10m x 5m)
Roxi Pecenongan (14m x 4m)

Gambar 3.57 Ukuran Bilboard

Penulis diberikan file Adobe Ilustrator dan juga beberapa asset yang bisa diambil dan digunakan di dalam desain billboard. Penulis juga diberitahu bahwa nanti hasil desain billboard akan dipasang di lima jalan raya, yaitu jalan Citra Raya (6m x 2m), Golf Lake (8,8 m x 3,5m), Green Lake (9m x 5,5m), MH. Thamrin (10m x 5m) Roxi Pecenongan (14m x 4m). Penulis melakukan analisa terlebih dahulu terkait billboard yang ingin dikerjakan dan bertanya kepada pihak terkait billboard. Penulis diberi tahu bahwa biasanya membuat billboard untuk Alfamart tidak perlu terlalu ramai dan heboh tetapi juga jangan terlalu sepi.

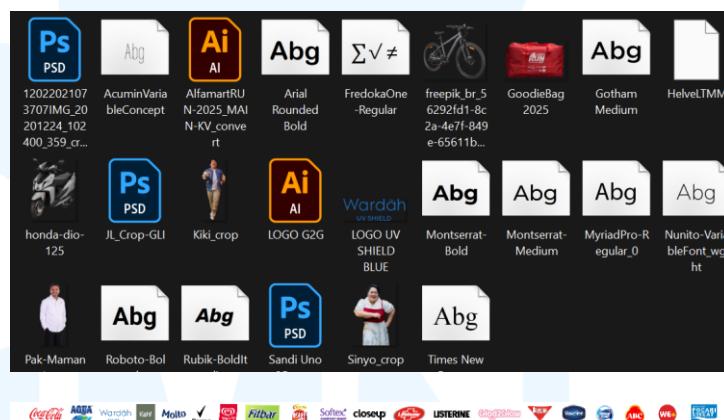
2. Design

Penulis diberikan referensi dan *key visual* dari pihak terkait untuk membuat billboard kurang lebih sama dengan *key visual*.



Gambar 3.58 Aset Logo Perusahaan

Penulis juga langsung diberikan *color palette* dan beberapa asset yang bisa digunakan secara langsung dalam membuat *design* billboard. Aset yang diberikan, yaitu:



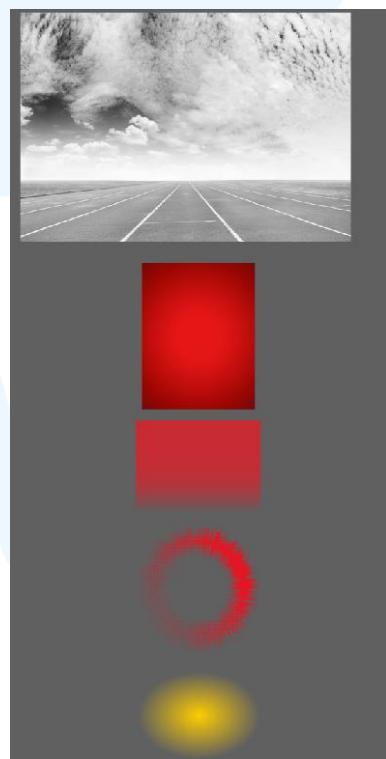
Gambar 3.59 Aset yang disediakan Perusahaan

Penulis membuat desain billboard untuk jalan MH. Thamrin dengan ukuran 10m x 5m. Dengan menjadikan foto *track* lari sebagai latar belakang dan didepannya ditambah dengan kotak yang diberi gradasi warna merah ke kuningan.



Gambar 3.60 Foto Track lari

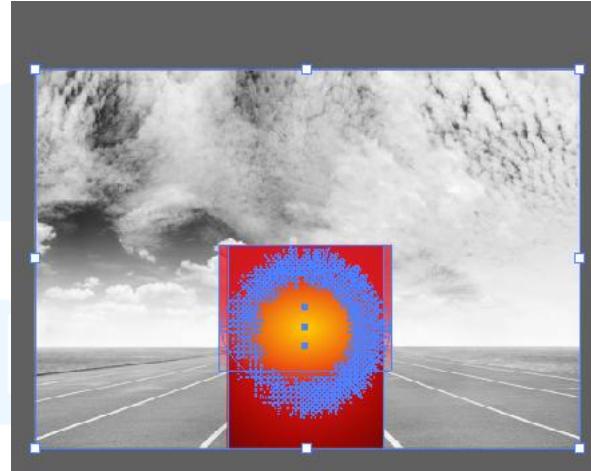
Ditambah dengan lingkaran yang diberi *fill gradient* sesuai warna yang diinginkan lalu gunakan *effect* yaitu *color halftone*, kemudian *expand appearance*. *Image trace high fidelity photo* kemudian *expand and delete background*.



Gambar 3.61 Aset untuk Latar Belakang

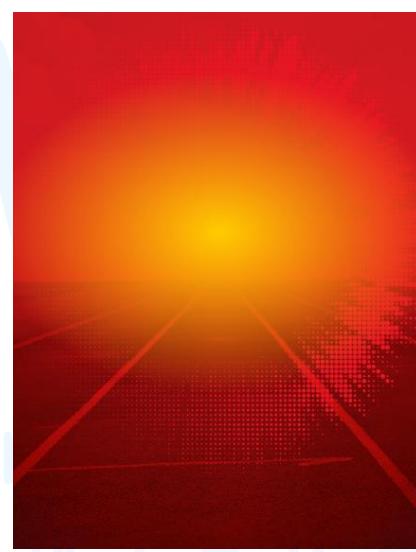
Penulis kemudian menggabungkan seluruh elemen menjadi satu kesatuan dan menggunakan *clipping mask* agar tata letaknya lebih rapi serta setiap

elemen dapat menyesuaikan bentuk area yang diinginkan.



Gambar 3.62 *Clipping Mask*

Dengan cara ini, desain terlihat lebih tertata sehingga proporsinya lebih seimbang dan tidak ada elemen yang keluar dari area yang sudah ditentukan. Proses ini juga membantu penulis memastikan fokus visual tetap jelas serta memudahkan penyesuaian desain apabila diperlukan revisi di tahap berikutnya.



Gambar 3.63 Hasil *Clipping Mask*

Setelah selesai *Clipping Mask*, penulis mulai menambahkan logo dari perusahaan yaitu logo Alfamart,

Alfamart Run, Alfagift, 26 Tahun Melayani Indonesia dan logo dari sponsor utama Alfamart Run 2025.



Gambar 3.64 Desain Billboard 1

Setelah itu, penulis mengedit foto Raffi Ahmad, Ibnu Jamil dan Ririn Ekawati selaku *Brand Ambassador*. Kiki CJR dan Sinyorita selaku Host acara, Juicy Luicy selaku *Guest Star*, Budi Gunadi Sadikin selaku Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Maman Abdurrahman selaku Menteri UMKM Indonesia dan Sandiaga Uno selaku *Entrepreneur and Running Enthusiast*.



Gambar 3.65 Hasil Edit Foto

Penulis juga diberikan beberapa elemen desain dari pihak terkait yaitu tulisan “TOTAL HADIAH”,

“13+ MILYAR + 250 JUTA” dan “SEMUA LARI, SEMUA MENANG”.



Gambar 3.66 Elemen Logo yang diberikan

Penulis juga menambahkan keterangan berupa tulisan seperti “Goodie bag diberikan kepada runners yang menyelesaikan lari nya sampai garis finish, dengan melewati beberapa titik point yang sudah ditentukan”. Setelah penulis mengabungkan foto dan logo yang diberikan menjadi satu bagian, sebagai berikut :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.67 Hasil Desain Billboard Jalan MH. Thamrin

3. Evaluation

Setelah selesai mengerjakan desain, penulis langsung mengirimkan hasil desain melalui Google Drive.



Gambar 3.68 Google Drive Billboard

Penulis mendapatkan revisi terkait penempatan beberapa foto pada desain. Penulis diberi tahu bahwa posisi foto perlu digeser supaya tampilannya lebih enak dilihat dan tidak terlalu menumpuk di satu sisi. Selain itu, penempatan logo juga diminta untuk diubah, kalau sebelumnya ditaruh memanjang ke bawah di bagian tengah, sekarang penulis diminta untuk disusun mendatar dari kiri ke kanan. Perubahan ini dilakukan supaya tampilannya lebih rapi, mudah dibaca dan keseluruhan desain terlihat lebih seimbang.



Gambar 3.69 Hasil Revisi Billboard MH. Thamrin

4. *Implementation*

Setelah semua revisi selesai dikerjakan, penulis kembali mengirimkan hasil desain melalui Google Drive. Penulis juga diberi informasi bahwa desain tersebut nantinya akan difinalisasi lebih lanjut oleh tim terkait. Selain itu, penulis sudah menyiapkan empat desain billboard lainnya sesuai lokasi yang diminta, yaitu untuk empat titik jalan yang telah ditentukan.



Gambar 3.70 Billboard untuk Jalan Citra Raya

Penulis membuat desain billboard untuk Jalan Citra Raya sebagai salah satu media promosi yang ditujukan untuk menjangkau audiens secara luas. Desain billboard tersebut disesuaikan dengan ukuran media dan kondisi lokasi agar tetap mudah dibaca dan menarik perhatian pengguna jalan.



Gambar 3.71 Billboard untuk Jalan Golf Lake

Penulis membuat desain billboard untuk Jalan Golf Lake sebagai salah satu media promosi yang ditujukan untuk menjangkau audiens secara luas. Desain billboard tersebut disesuaikan dengan ukuran media dan kondisi lokasi agar tetap mudah dibaca dan menarik perhatian pengguna jalan.



Gambar 3.72 Billboard untuk Jalan Green Lake

Penulis membuat desain billboard untuk Jalan Green Lake sebagai salah satu media promosi yang ditujukan untuk menjangkau audiens secara luas. Desain billboard tersebut disesuaikan dengan ukuran media dan kondisi lokasi agar tetap mudah dibaca dan menarik perhatian pengguna jalan.



Gambar 3.73 Billboard untuk Jalan Roxi Pecenongan

Penulis membuat desain billboard untuk Jalan Roxi Pecenongan sebagai salah satu media promosi yang ditujukan untuk menjangkau audiens secara luas. Desain billboard tersebut disesuaikan dengan ukuran media dan kondisi lokasi agar tetap mudah dibaca dan menarik perhatian pengguna jalan. Penulis juga mendapat kabar bahwa salah satu billboard yang telah penulis kerjakan sudah dipasang di depan store Alfamart yang berada di Jalan MH. Thamrin. Mendengar hal tersebut, penulis merasa cukup senang karena hasil desain yang dibuat akhirnya benar-benar digunakan di lapangan. Hal ini juga menjadi pengalaman berharga bagi penulis, karena bisa melihat langsung bagaimana desain yang dikerjakan selama proses magang diterapkan pada media luar ruang dan dilihat oleh banyak orang.



Gambar 3.74 Implementasi Billboard untuk Jalan MH. Thamrin

Pada proyek Billboard Jalan Raya Alfamart Run 2025, penulis mendapatkan *brief* untuk membuat beberapa desain billboard dengan ukuran berbeda sesuai titik pemasangan. Penulis menerima beberapa file seperti file aset, *key visual* serta arahan bahwa billboard tidak boleh terlalu ramai namun tetap informatif. Proses desain dimulai dari penyusunan *background*, penggabungan elemen visual, penempatan logo perusahaan dan sponsor hingga pengeditan foto *Brand Ambassador* dan lain-lain. Selama mengerjakan proyek ini, penulis belajar menyesuaikan desain *outdoor* yang skalanya besar, memahami komposisi yang efektif untuk billboard, serta merasakan kepuasan melihat desain penulis yang digunakan secara langsung, meskipun tantangannya adalah menyesuaikan banyak elemen dalam ruang yang terbatas dan mengikuti standar visual yang cukup ketat.

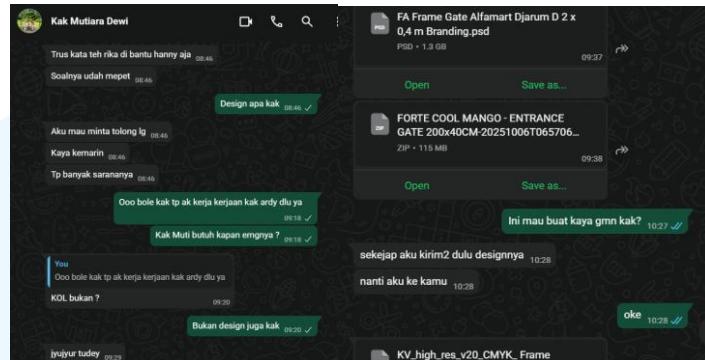
3.3.2.4 Proyek *Door Sticker* Rokok Djarum Super

Pada bagian ini, penulis mendapatkan proyek baru yaitu mengganti dan menyusun ulang desain *door sticker* untuk produk Djarum Super. Proyek ini diberikan karena Alfamart bekerja sama dengan berbagai brand untuk kebutuhan promosi di toko, termasuk brand rokok. Sebagai bagian dari tim desain, penulis ikut terlibat dalam proses pembuatan salah satu materi tersebut, yaitu *door sticker* yang nantinya akan dipasang di beberapa store Alfamart. Proyek ini juga menjadi pengalaman baru bagi penulis karena desainnya digunakan langsung di lapangan dan harus mengikuti aturan visual dari pihak brand. Penulis melakukan beberapa tahap sebelum membuat, yaitu :

I. Analysis

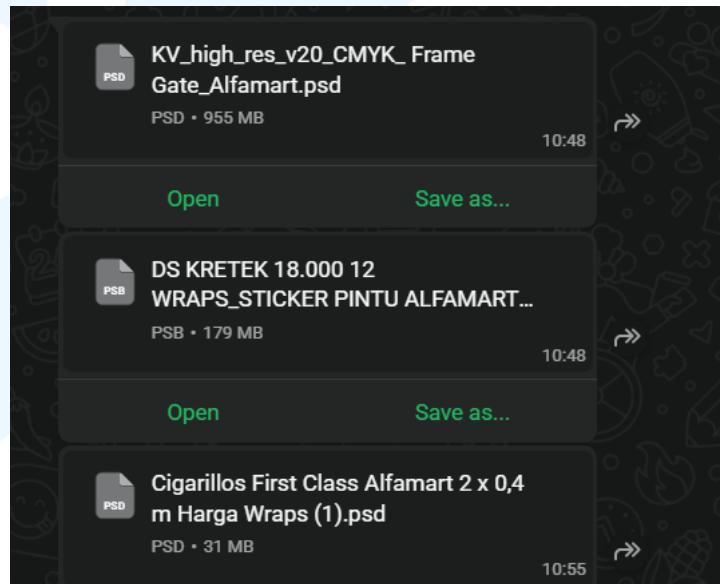
Pada tahap ini, penulis diberikan *brief* dari *Store Brand Activation Specialist* untuk mengganti ukuran dan letak dari beberapa desain yang sudah ada. Penulis juga

dijelaskan terkait kerjaan apa saja yang perlu ditambahkan dan dikurangi di dalam desain tersebut.



Gambar 3.75 Penulis di berikan *brief*

Penulis melihat-lihat file yang telah diberikan dalam bentuk Adobe Illustrator dan juga Adobe Photoshop. Penulis mulai mempelajari struktur desainnya, seperti layer, komposisi, ukuran layout serta elemen-elemen wajib yang harus ada pada setiap materi.

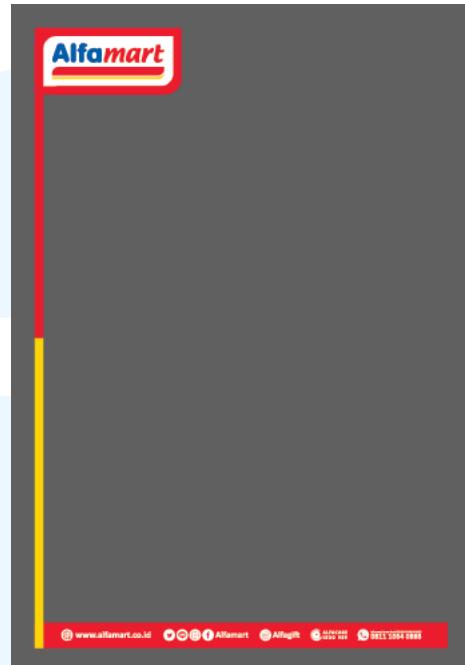


Gambar 3.76 File yang diberikan kepada Penulis

2. *Design*

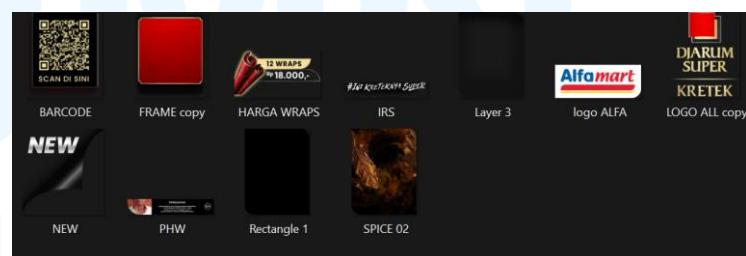
Setelah selesai mendengarkan *brief*, penulis mulai masuk ke proses desain. Pada tahap ini, penulis mulai membuka satu persatu file desain, menyusun layout,

memilih warna, menentukan tata letak foto, logo dan elemen pendukung lainnya.



Gambar 3.77 Logo Alfamart

File yang dikirimkan kepada penulis adalah elemen-elemen resmi seperti logo perusahaan, foto terkait rokok dan lain-lain. Selain itu, file yang dikirimkan kepada penulis adalah file Photoshop berupa file *door sticker* berukuran 60cm x 45 cm.



Gambar 3.78 Aset Rokok Djarum Super

Penulis diminta untuk mengganti ukuran sebelumnya menjadi ukuran 60cm x 40cm dan menggunakan Adobe Illustrator. Penulis mulai menggabungkan keseluruhan aset mulai dari logo, foto produk hingga elemen pendukung lainnya. Semua aset

tersebut kemudian dimasukkan dan disusun ulang ke dalam file Adobe Illustrator. Pada tahap ini, penulis memastikan bahwa setiap elemen ditempatkan dengan ukuran yang proporsional, tidak pecah dan tetap mengikuti layout dasar yang sudah ditentukan dalam *brief* awal.



Gambar 3.79 Barcode Rokok Djarum Super

Penulis juga diberikan *barcode*, kode *barcode* beserta periode tanggal, bulan dan tahun agar bisa dimasukkan ke dalam desain. Penyertaan *barcode* ini bertujuan agar materi promosi dapat terhubung langsung dengan informasi produk atau promo terkait.



Gambar 3.80 Elemen Desain Rokok Djarum Super

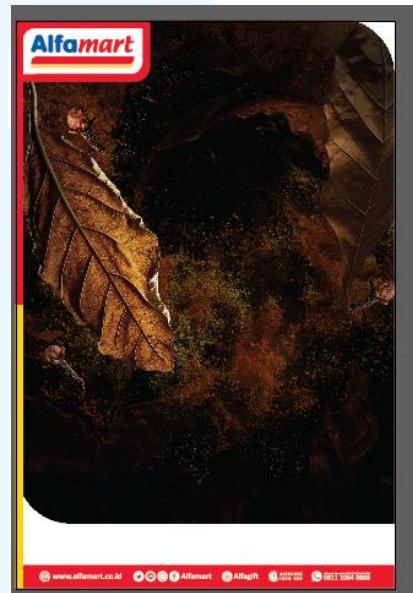
Penulis langsung membuat *Artboards* dengan ukuran 60 cm x 40 cm dan mulai menyusun satu persatu kedalam *Artboards*. Desain dimulai dari penyusunan latar belakang dan memasukan logo – logo penting ke dalamnya.



Gambar 3.81 Latar Belakang Desain Rokok Djarum Super

Kemudian penulis menutup bagian foto daun dengan sebuah kotak yang diberi gradasi warna hitam menggunakan filter *darker* dengan *opacity* sekitar 40%.

Penambahan elemen ini dilakukan agar teks dan visual lainnya bisa terlihat lebih jelas serta tidak bertabrakan dengan detail pada foto daun. Dengan begitu, desain tampak lebih sedikit gelap, rapi dan mudah dibaca.



Gambar 3.82 *Filter Darker* pada latar belakang

Setelah itu, penulis mulai memasukkan seluruh logo yang diperlukan ke dalam desain. Logo-logo tersebut ditata ulang agar posisinya rapi, seimbang dan tetap sesuai dengan arahan yang diberikan.



Gambar 3.83 Memasukan Logo Djarum Super

Proses ini dilakukan hingga seluruh elemen visual tersusun dengan baik dan desain dapat berjalan ke tahap berikutnya. Penulis memasukan gambar rokok dan juga beberapa tulisan ke dalam desain.



Gambar 3.84 Memasukan Gambar Rokok dan Tulisan

Setelah semua elemen sudah disusun dengan baik, terakhir penulis menambahkan *barcode*, kode *barcode* dan periode.



Gambar 3.85 Hasil Desain Door Sticker Djarum Super

3. Evaluation

Setelah selesai desain, penulis langsung memperlihatkan kepada *Store Brand Activation Specialist*. Dari hasil pengecekan tersebut, penulis mendapatkan revisi untuk mengganti foto orang tersebut ke foto yang lebih jelas dan tidak terpotong. Karena itu, penulis kembali mencari dan menyesuaikan foto baru yang kualitasnya lebih baik agar hasil akhir desain tetap terlihat lebih rapi, tidak terpotong dan profesional.

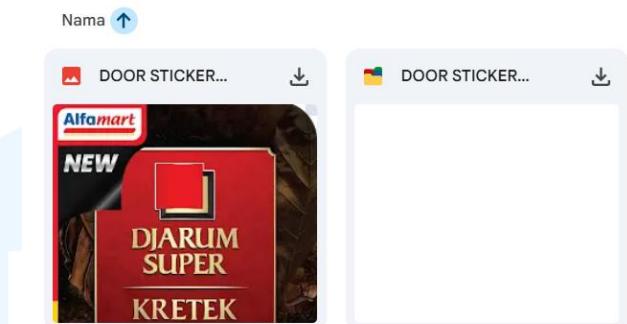


Gambar 3.86 Hasil Revisi Desain Rokok Djarum Super

4. Implementation

Setelah desain disetujui, penulis langsung mengirim hasil desain kembali ke Google Drive.

Door Sticker Djarum > DOOR DJARUM SUPER



Gambar 3.87 Google Drive pengumpulan Desain

Untuk tahap implementasi, penulis belum bisa mendokumentasikan hasil akhirnya karena *door sticker* belum dipasang di toko Alfamart. Penulis juga diberi tahu oleh *Store Brand Activation Specialist*, bahwa desain ini kemungkinan masih akan difinalisasi lagi oleh pihak terkait sebelum diproduksi dan ditempel di pintu Alfamart. Jadi, pemasangan baru bisa dilakukan setelah semua proses dari pihak terkait selesai.

Pada proyek *Door Sticker Rokok Djarum Super*, penulis diminta menyesuaikan ulang ukuran, layout dan elemen desain sesuai *brief*, lalu mempelajari file Illustrator dan Photoshop yang diberikan. Penulis mengubah ukuran menjadi 60 cm x 40 cm, menyusun ulang *background*, foto produk, logo, *barcode* serta menambahkan gradasi hitam agar informasi lebih terbaca. Setelah desain selesai, penulis mendapat revisi untuk mengganti foto orang yang tidak terpotong, sebelum akhirnya disetujui dan dikirim kembali lewat Google Drive. Untuk implementasi, penulis belum bisa dokumentasi karena *door sticker* belum dipasang dan masih akan difinalisasi oleh pihak terkait. Selama mengerjakan proyek ini, penulis belajar menyesuaikan desain dengan standar brand sekaligus mempelajari hal-hal baru dalam menata ulang elemen, meski tantangannya adalah menjaga kualitas aset agar tetap rapi dan tidak pecah.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama melakukan magang, penulis menemui beberapa kendala yang menjadi bagian dari proses beradaptasi dengan lingkungan kerja profesional. Setiap berbagai kendala yang muncul memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis seperti apa sistem kerja di perusahaan dan bagaimana cara menyesuaikan diri dengan tuntutan pekerjaan yang ada. Dari sini, penulis juga belajar untuk mengasah kemampuan *problem solving*, menjaga komunikasi yang efektif dengan tim serta mengelola tanggung jawab dengan lebih disiplin.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala pelaksanaan kerja merupakan hal yang tidak dapat dihindari selama menjalani program magang. Setiap kendala yang muncul menjadi bagian dari proses pembelajaran bagi penulis untuk memahami dunia kerja yang sesungguhnya. Selama melaksanakan magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan teknis pekerjaan serta keterbatasan fasilitas pendukung dalam proses pembuatan desain. Berikut merupakan beberapa kendala pelaksanaan kerja yang penulis alami selama menjalani program magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk:

1. Keterbatasan akses terhadap aplikasi desain berlisensi premium.

Salah satu kendala yang dihadapi penulis selama pelaksanaan magang adalah tidak tersedianya akses terhadap aplikasi desain yang memiliki lisensi premium. Kondisi ini cukup memengaruhi proses pengerjaan desain karena beberapa fitur penting pada aplikasi gratis tidak lengkap versi berbayar. Akibatnya, penulis harus tetap memikirkan cara kerja agar hasil desain tetap maksimal meskipun memiliki akses yang terbatas.

2. Keterbatasan untuk menggunakan aset premium.

Kendala kedua yang dihadapi penulis selama pelaksanaan magang adalah keterbatasan menggunakan beberapa aset premium yang

diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan. Seperti beberapa asset logo sponsor, foto kegiatan maupun elemen grafis tidak selalu tersedia dalam kualitas tinggi atau format yang sesuai standar desain profesional. Selain itu, penulis tidak memiliki akses terhadap aplikasi maupun situs berbayar yang menyediakan stok gambar, font dan lain-lain yang biasanya digunakan untuk memperkaya visual desain. Keterbatasan ini membuat proses peng�aan desain semakin sulit karena penulis harus mencari sumber alternatif gratis bahkan membuat ulang elemen visual agar tetap mendukung kebutuhan komunikasi desain yang diinginkan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang, penulis tentu menemui beberapa kendala dalam proses peng�aan tugas dan lain-lain. Untuk mengatasinya, penulis mencoba mencari cara paling efektif agar pekerjaan tetap bisa diselesaikan dengan baik. Misalnya, ketika tidak memiliki akses ke asset berbayar, penulis mencari alternatif dari situs gratis atau membuat asset sendiri agar desain tetap menarik. Selain itu, penulis juga sering berdiskusi dengan mentor atau teman kerja untuk mencari solusi terbaik kalau ada masalah teknis atau revisi mendadak. Dari situ, penulis belajar untuk lebih fleksibel, cepat tanggap dan bisa menyesuaikan diri dengan berbagai situasi di tempat kerja. Berikut merupakan beberapa solusi yang penulis lakukan untuk menghadapi kendala selama magang di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk:

1. Solusi atas keterbatasan akses terhadap aplikasi desain berlisensi premium.

Mengatasi kendala ini, penulis memanfaatkan aplikasi seperti Capcut untuk mengedit video. Selain itu, penulis juga berusaha memaksimalkan fitur yang tersedia agar hasil desain tetap sesuai dengan standar perusahaan. Jika terdapat fitur penting yang hanya bisa diakses melalui versi premium, penulis akan berdiskusi dengan mentor untuk mencari alternatif seperti menggunakan perangkat

kantor atau meminta bantuan dari tim lain yang memiliki akses premium.

2. Solusi atas keterbatasan penggunaan aset premium.

Dalam mengatasi keterbatasan aset desain berbayar, penulis mencari sumber gambar dari situs-situs gratis. Penulis juga berinisiatif membuat aset tambahan secara mandiri seperti ilustrasi, pattern maupun elemen visual pendukung agar hasil desain tetap menarik. Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi dengan mentor maupun tim terkait untuk memperoleh aset resmi dari brand sponsor atau lainnya untuk menjaga kualitas dan konsistensi desain yang dihasilkan.

