

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki industri ritel yang terus berkembang secara pesat seiring terjadinya globalisasi sehingga mendorong perubahan sosial dalam masyarakat (Meliana et al., 2025). Perubahan ini diikuti oleh perkembangan digitalisasi yang memengaruhi perilaku konsumen tidak hanya berbelanja secara langsung di toko fisik, tetapi juga secara digital seperti media sosial. Pentingnya peran media sosial dapat dilihat dari data yang menunjukkan bahwa sekitar 50% dari masyarakat di Indonesia telah beralih ke penggunaan media sosial untuk mencari informasi dan melakukan pembelian produk (PCMI, 2024). Hal ini mendorong perusahaan untuk terus beradaptasi dengan strategi pemasaran yang lebih relevan dan kompetitif dengan cara menggabungkan strategi promosi *offline* dan *online* secara bersamaan.

Terlebih lagi, persaingan pada industri ritel semakin ketat dari segi harga, produk, serta citra merek yang dibangun untuk berkomunikasi dengan konsumen. Pada kondisi tersebut, peran Desain Komunikasi Visual (DKV) dapat membantu dalam menyampaikan pesan secara menarik dan efektif, terutama melalui berbagai media digital seperti media sosial (Strauss, 2016). Dengan begitu, penggunaan visual yang kuat dan konsisten juga dapat mempermudah penyampaian informasi, meningkatkan *brand awareness*, dan menjaga loyalitas pelanggan (Kotler, P., & Keller, 2016).

Salah satu perusahaan yang bergerak pada industri ritel modern adalah PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart). Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 1989 yang beroperasi dalam mengelola jaringan minimarket, dikenal dengan nama Alfamart, dan telah tersebar di berbagai wilayah Indonesia (Alfamart, n.d.). Perusahaan ini pun dikenal luas oleh masyarakat dan termasuk salah satu jaringan ritel terbesar di Indonesia. Selain kuat di jaringan toko fisik, Alfamart juga

memperkuat fokusnya pada perluasan distribusi dan layanan digital, seperti aplikasi Alfagift, Games Fishmart, serta platform *e-commerce* Alfaonline, sehingga hal ini dapat menyesuaikan dengan perkembangan perilaku konsumen pada era sekarang.

Strategi digital yang dijalankan menunjukkan bahwa komunikasi visual tidak hanya dibutuhkan pada media promosi konvensional, tetapi juga pada berbagai media digital sehingga peran penulis, sebagai seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual, menjadi penting dalam merancang tampilan visual yang menarik, informatif, dan konsisten dengan identitas merek untuk menjangkau dan membangun interaksi dengan konsumen secara lebih luas. Selain itu, perusahaan ini memiliki skala perusahaan yang cukup besar, reputasi yang kuat, dan aktivitas promosi yang aktif, sehingga menjadikannya tempat yang relevan untuk penulis mempelajari penerapan Desain Komunikasi Visual di lingkungan kerja profesional. Dengan reputasi dan profil perusahaan tersebut, hal ini menjadi faktor pertimbangan yang cukup mempengaruhi keputusan penulis dalam memilih tempat pelaksanaan magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Penulis memulai proses program magang saat menemukan informasi lowongan kerja di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk melalui *posting*-an di akun Instagram. Setelah mempelajari kualifikasi, deskripsi pekerjaan, serta mendapatkan persetujuan dari *Pro-Step*, penulis melamar secara resmi ke perusahaan. Penulis pun dinyatakan lolos pada seluruh rangkaian tahapan seleksi dan memperoleh surat penerimaan magang (*Pro-Step 02*) sebagai bukti resmi pelaksanaan program. Program magang resmi dimulai pada hari Senin, 2 Februari 2026, sesuai dengan periode yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan universitas.

Selama pelaksanaan magang, penulis ditempatkan pada divisi *Brand & Media Activation*, dengan salah satu proyek besarnya yaitu *event* Alfamart Run 2026. Penulis fokus pada perancangan desain untuk kebutuhan konten media sosial di Instagram dan berbagai materi visual promosi yang berkaitan. Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya mengembangkan kemampuan secara teknis dalam merancang desain promosi, tetapi juga meningkatkan kemampuan komunikasi, dan manajemen waktu dalam lingkungan kerja profesional.

1.2 Tujuan Kerja

Acceleration program atau program magang ini memiliki tujuan akademis, profesional, serta pengembangan karier terhadap diri penulis di bidang Desain Komunikasi Visual. Melalui program magang ini, penulis pun menetapkan beberapa tujuan kerja sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual (S.Ds.)
2. Mengaplikasikan teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam industri kerja yang nyata.
3. Memperoleh pengalaman kerja yang profesional sekaligus mengembangkan *hardskill* dan *softskill* sesuai dengan kebutuhan industri.
4. Membangun relasi dan portofolio yang relevan untuk mendukung karier pada bidang Desain Komunikasi Visual di masa depan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dilaksanakan sesuai dengan ketentuan perusahaan dan program *Pro-Step* universitas. Kegiatan ini berlangsung dimulai dari beberapa tahapan proses mulai dari pencarian lowongan, hingga penyelesaian program magang. Oleh karena itu, pada bagian ini penulis menjelaskan secara kronologis mengenai waktu dan prosedur pelaksanaan kerja sebagai gambaran menyeluruh atas kegiatan magang yang dijalani.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Periode pelaksanaan kerja magang ini dilaksanakan selama 6 bulan, terhitung sejak 2 Februari 2026 hingga 2 Agustus 2026, sesuai dengan surat resmi penerimaan magang (Pro-Step 02). Pelaksanaan kerja berlangsung setiap hari Senin hingga Jumat dengan sistem *full work from office* (WFO). Waktu kedatangan kerja dimulai antara pukul 08.00—09.00 WIB hingga kepulangan antara pukul 17.00—18.00 WIB, dengan total durasi kerja 9 jam setiap harinya termasuk 1 jam waktu istirahat makan siang.

Selama periode tersebut, setiap harinya penulis diwajibkan untuk melakukan konfirmasi kehadiran melalui aplikasi AlfaOne sebagai bentuk absensi resmi perusahaan pada jam masuk dan jam keluar. Selain itu, penulis juga diwajibkan untuk memenuhi minimal 640 jam kerja atau setara dengan 100 hari kerja sesuai dengan ketentuan magang wajib dari pihak universitas melalui program *Pro-Step*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses pelaksanaan kerja diawali dengan penulis mengikuti kegiatan *Pre-Internship* yang diselenggarakan oleh pihak kampus. Pada kegiatan tersebut, penulis mendapatkan pemaparan materi mengenai penjelasan prosedur pelaksanaan magang, penggunaan *website Pro-Step*, mekanisme administrasi, serta ketentuan-ketentuannya. Setelah mengikuti kegiatan tersebut, penulis diminta untuk mulai mencari informasi lowongan magang yang dibuka melalui berbagai platform. Penulis pun menemukan informasi lowongan magang melalui *posting-an* di akun Instagram @alfakarir.id. Selanjutnya, penulis mengajukan permohonan magang melalui *website Pro-Step* kampus untuk mendapatkan *cover letter* resmi. Setelah mendapatkan *approval* dan *cover letter*, penulis melamar secara resmi ke perusahaan dengan mengisi link *Google Form* yang tertera pada *posting-an* lowongan magang dan melampirkan dokumen persyaratan, seperti CV, *portofolio*, dan *cover letter*.

Pada tanggal 23 Januari 2026, penulis menerima *email* undangan wawancara HrD secara *online* yang akan dilaksanakan pada tanggal 26 Januari 2026 pukul 10.30—10.45 WIB. Pada hari yang sama setelah melewati proses wawancara HR, penulis kembali menerima undangan untuk melaksanakan wawancara *user* yang akan dilaksanakan pada tanggal 27 Januari 2026 pukul 11.00—11.30 WIB. Setelah melalui kedua tahapan wawancara tersebut, pada 28 Januari 2026 penulis menerima pemberitahuan resmi penerimaan magang di PT Sumber Alfaria Trijaya melalui *email*. Penulis diarahkan untuk bergabung ke dalam *WhatsApp Group* magang

Alfamart, serta menandatangani kontrak secara *online* melalui aplikasi Privy. Pada tanggal yang sama, surat penerimaan resmi (Pro-Step 02) juga dikirimkan sebagai bukti pelaksanaan program.

Kegiatan magang pun secara resmi dimulai pada Senin, 2 Februari 2026, yang diawali dengan proses *onboarding* dengan adanya pengarahan dari pihak HR dan pengenalan tim divisi serta mendapatkan penjelasan mengenai standar operasional kerja. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing* sebagai *graphic design intern* di bagian *Brand & Media activation* yang bertanggung jawab menangani keseluruhan media sosial proyek utamanya, Alfamart Run 2026. Selain itu, penulis juga mengerjakan beberapa kebutuhan materi visual untuk program *event* lainnya, seperti kampanye jalur mudik 2026, Dapur Alfamart, dan lain sebagainya.

Selama pelaksanaan kerja magang ini, penulis juga diwajibkan untuk mengisi laporan *daily task* melalui *website Pro-Step* setiap harinya dengan merincikan aktivitas yang dilakukan serta jumlah jam kerja. Pada akhir masa magang, penulis menyelesaikan seluruh tugas yang telah diberikan, melakukan evaluasi kinerja bersama *supervisor*, serta menutup program magang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.