

OPTIMALISASI DESAIN GRAFIS UNTUK KAMPANYE SOSIAL: STUDI PENGALAMAN MAGANG DIVISI KREATIF

Shabrina Rahadatul 'Aisy*, Nur Faizin

¹Universitas Negeri Malang; Jl. Semarang 5 Malang 65145 Jawa Timur, [\(0341\) 551312](tel:0341551312)

²Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

e-mail: *¹shabrina.rahadatul.2202316@students.um.ac.id

Abstrak

Desain grafis mendukung kampanye sosial di media sosial. Artikel ini menguraikan pengalaman magang penulis di Divisi Kreatif ASAR Humanity Depok (3 Februari - 23 Mei 2025), menggunakan Canva dan Adobe Photoshop. Poster meningkatkan interaksi audiens, meskipun terkendala aset dan koordinasi tim. Pengalaman ini memperkaya keterampilan teknis dan kolaborasi.

Kata kunci: *Desain Grafis, Kampanye Sosial, Media Sosial, ASAR Humanity*

Abstract

Graphic design supports social campaigns on social media. This article outlines the author's internship experience in the Creative Division of ASAR Humanity Depok (February 3 - May 23, 2025), utilizing Canva and Adobe Photoshop. Posters enhanced audience engagement, despite challenges with asset availability and team coordination. This experience enriched technical and collaborative skills.

Keywords: *Graphic Design, Social Campaign, Social Media, ASAR Humanity*

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi sarana utama bagi organisasi nirlaba untuk menyampaikan pesan kemanusiaan kepada masyarakat luas, di mana desain grafis memainkan peran krusial dalam memastikan pesan tersebut menarik, mudah dipahami, dan mampu membangkitkan empati audiens. Tujuan umum dari kampanye sosial sendiri adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala sosial yang sedang terjadi (Cangara, 2011) Dalam konteks ini, ASAR Humanity Depok, sebuah lembaga kemanusiaan yang bergerak di bidang qurban, penggalangan dana, dan penyebaran syiar keagamaan, memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan kampanye sosialnya. Konten visual menjadi elemen utama dalam strategi komunikasi organisasi ini, yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan mendorong partisipasi aktif, seperti donasi atau keterlibatan dalam program sosial. Adanya pendekatan komunikasi mampu membuat khalayak sasaran lebih menyadari pesan yang akan di hadirkan (Pangestu, 2019). Oleh karena itu, kemampuan untuk menciptakan desain grafis yang efektif menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan dalam lingkungan organisasi nirlaba.

ASAR Humanity didirikan pada 1 November 2018 sebagai lembaga kemanusiaan NGO (*Non Governmental Organization*) yang berfokus pada upaya penanggulangan masalah kemanusiaan, khususnya kemiskinan. Lembaga ini hadir melalui gerakan kepedulian sosial yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam mengurangi permasalahan sosial-ekonomi. Sejak awal perjalanannya, ASAR Humanity secara konsisten mengikhtikarkan penyelesaian isu-isu kemanusiaan melalui berbagai program yang terarah dan berkelanjutan. ASAR Humanity telah mengalami transformasi kelembagaan dengan memperoleh status sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional yang secara resmi terdaftar di Kementerian Agama Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 394 Tahun 2024. Sebagai lembaga kemanusiaan, ASAR Humanity menjalankan berbagai program

layanan yang mencakup bidang pendidikan berbasis pesantren, ketahanan pangan, penyediaan akses air bersih, kesehatan, pengembangan agro-ekonomi, serta penanganan keadaan darurat (ASAR Humanity, 2024)



Gambar 1.1 Logo ASAR Humanity
(Sumber: Aset Yayasan)

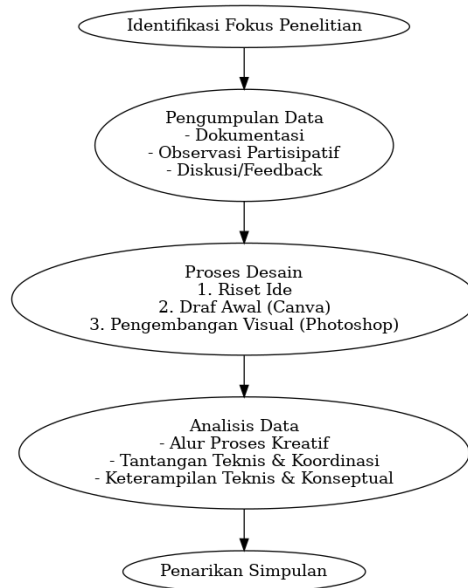
Dalam syiarnya, ASAR Humanity membangun komunikasi yang kuat dengan audiens melalui media sosial, di mana desain grafis menjadi alat utama untuk menyampaikan pesan secara visual. Namun, tantangan seperti keterbatasan aset visual, seperti foto berkualitas tinggi yang sering kali sulit didapatkan, dan kurangnya koordinasi antardivisi, seperti antara divisi kreatif dan pemasaran, kerap menghambat efisiensi kerja. Tantangan ini mencerminkan realitas yang umum dihadapi oleh banyak organisasi nirlaba yang beroperasi dengan sumber daya terbatas.

Pengalaman ini menjadi latar belakang utama bagi penulis untuk mengikuti magang di Divisi Kreatif ASAR Humanity dari 3 Februari 2025 hingga 23 Mei 2025, sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Universitas Negeri Malang. Magang ini memberikan kesempatan untuk mengintegrasikan teori desain grafis yang dipelajari di bangku kuliah dengan praktik nyata di lapangan, sekaligus mengasah keterampilan teknis dan kolaborasi dalam lingkungan profesional. Selain itu, pengalaman ini didorong oleh minat pribadi penulis terhadap komunikasi visual dan keinginan untuk berkontribusi pada misi sosial organisasi, yang sejalan dengan nilai-nilai kemanusiaan yang dijunjung. Dengan demikian, magang ini menjadi sarana untuk memahami dinamika kerja di organisasi nirlaba dan peran desain grafis dalam mendukung tujuan sosial.

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan desain grafis dalam kampanye sosial berdasarkan pengalaman tersebut, dengan fokus pada proses desain, tantangan yang dihadapi, dan keterampilan yang diperoleh selama magang. Selain itu, artikel ini juga menganalisis bagaimana desain grafis dapat dioptimalkan untuk mendukung komunikasi kemanusiaan, serta memberikan rekomendasi bagi organisasi nirlaba dalam meningkatkan efektivitas komunikasi visual mereka. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi organisasi serupa dalam menyusun strategi desain grafis yang lebih efektif, sekaligus memberikan wawasan bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan kompetensi di bidang komunikasi visual dan desain grafis dalam konteks sosial.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah deskriptif kualitatif, dengan fokus pada proses visual dalam praktik desain grafis selama magang di ASAR Humanity Depok. Tahapan utama meliputi: (1) riset ide berdasarkan brief dari tim terkait tema kampanye dan karakteristik target audiens, (2) pembuatan draf awal menggunakan Canva untuk eksplorasi konsep, serta (3) pengembangan desain melalui Adobe Photoshop guna menghasilkan visual yang lebih matang, dengan arahan dari mentor. Data diperoleh melalui dokumentasi proses kerja dan catatan harian kegiatan. Analisis difokuskan pada penggambaran alur proses kreatif, tantangan teknis yang muncul, serta keterampilan visual yang berkembang selama pelaksanaan magang.

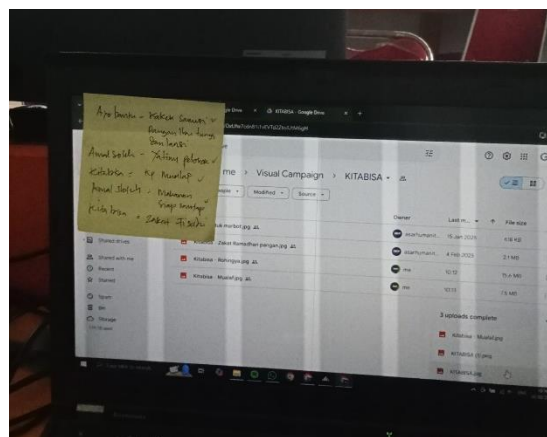


Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Perancangan Ide Kreatif

Selama magang di ASAR Humanity Depok, penulis berperan dalam pembuatan poster kampanye sosial yang bertujuan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap isu-isu kemanusiaan. Perancangan poster dimulai dengan penentuan tema kampanye berdasarkan arahan tim, yang disesuaikan dengan misi lembaga untuk mendukung masyarakat terdampak bencana maupun yang hidup dalam kondisi rentan. Setelah tema ditetapkan, penulis melakukan eksplorasi ide dengan mengacu pada karakteristik target audiens yang didominasi oleh pengguna aktif media sosial berusia muda. Pertimbangan ini penting agar pesan yang disampaikan melalui desain tidak hanya informatif, tetapi juga dapat menjangkau audiens secara emosional melalui pilihan elemen visual yang relevan.



Gambar 3.1 To Do List by Note
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

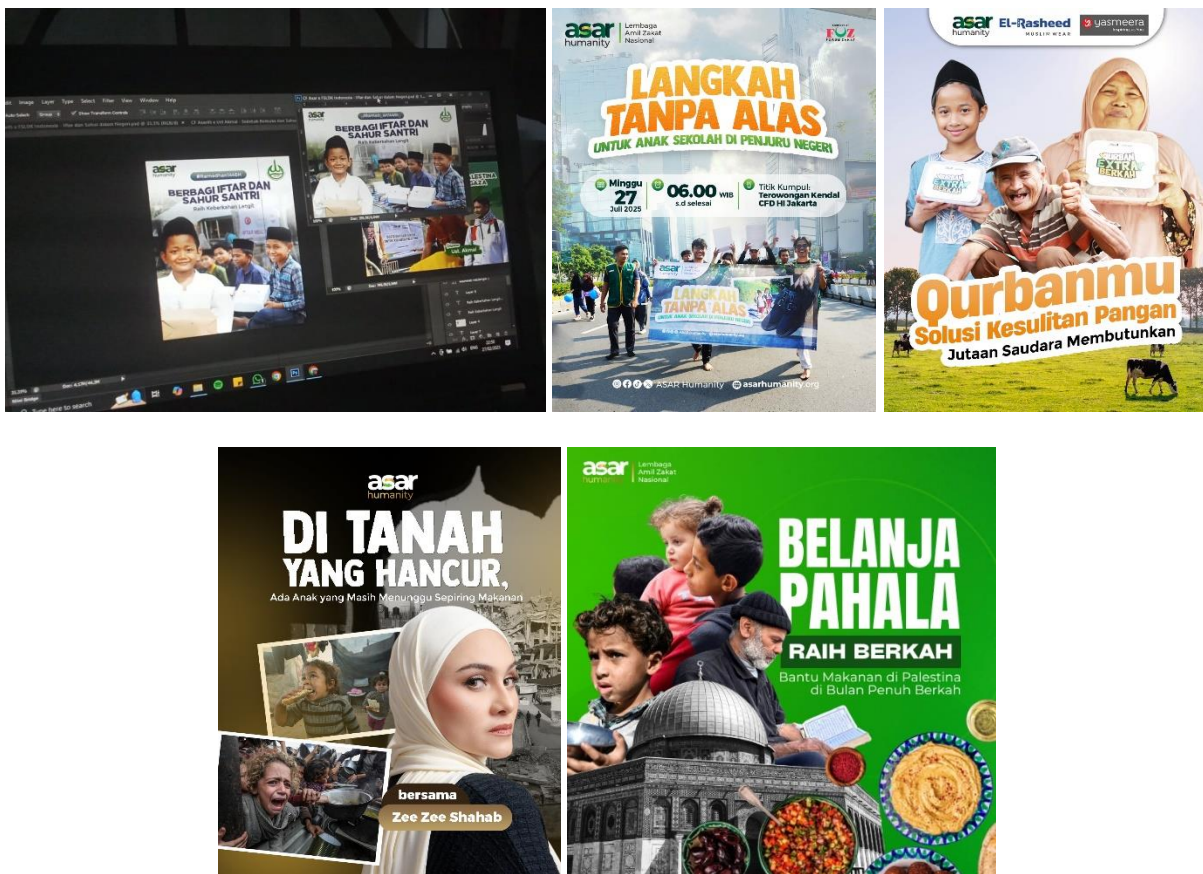
Rancangan tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk *draft* awal menggunakan Canva, yang memberikan keleluasaan dalam mengeksplorasi tata letak dan komposisi desain. Draft awal tersebut selanjutnya dikembangkan lebih lanjut dengan Adobe Photoshop untuk menghasilkan visual yang lebih matang, baik dari segi teknis maupun estetika. Penggunaan Photoshop memungkinkan penulis untuk melakukan pengeditan mendetail, seperti penyesuaian warna, pencahayaan, dan pengaturan lapisan agar pesan utama lebih menonjol. Setiap tahapan dikerjakan dengan mempertimbangkan kesesuaian pesan dengan identitas organisasi serta efektivitas visual dalam membangkitkan empati, sehingga poster tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana penggerak partisipasi sosial

Tantangan dan Solusi

Tantangan utama dalam perancangan poster adalah keterbatasan aset foto berkualitas tinggi. Kondisi ini menuntut pengolahan visual yang lebih intensif, seperti retouching foto, perbaikan pencahayaan, serta penambahan elemen grafis sederhana agar gambar tetap relevan dan menarik. Penulis juga melakukan improvisasi melalui pemotongan objek dan penggunaan filter warna untuk menjaga konsistensi nuansa kampanye. Tantangan lain muncul dari koordinasi antartim, terutama terkait keterlambatan brief dan revisi mendadak. Hal ini diatasi dengan komunikasi proaktif melalui grup diskusi dan konsultasi singkat secara daring, sehingga alur revisi menjadi lebih efisien.

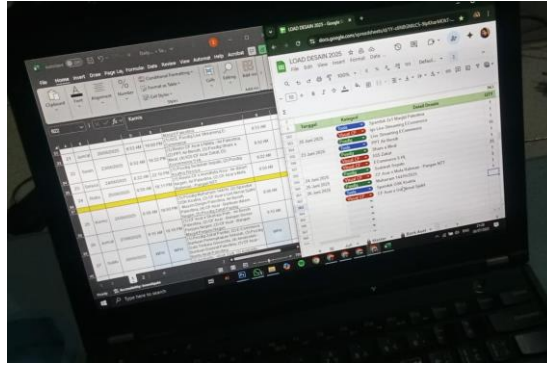
Pengembangan Keterampilan

Kegiatan magang ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis, khususnya dalam pengembangan keterampilan teknis dan pemahaman konseptual terkait desain grafis. Dari sisi teknis, penulis berlatih menggunakan beragam fitur Adobe Photoshop untuk meningkatkan kualitas visual poster kampanye. Misalnya, *Quick Selection Tool* digunakan untuk mempercepat proses pemotongan objek sehingga hasilnya lebih presisi, sementara *Clone Stamp Tool* membantu memperbaiki detail gambar agar lebih rapi dan konsisten. Pemanfaatan fitur-fitur tersebut membuat proses desain menjadi lebih efisien sekaligus menghasilkan karya yang sesuai dengan standar visual organisasi.



Gambar 3.2 Arsip Pengerjaan Desain
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Selain penguasaan teknis, penulis juga semakin memahami pentingnya aspek konseptual dalam desain komunikasi visual. Setiap elemen yang digunakan dalam poster, mulai dari warna, tipografi, hingga pemilihan foto, memiliki makna tersendiri dalam membentuk pesan kampanye. Poster yang efektif harus memiliki desain yang sederhana. Kesederhanaan di sini dimaknai sebagai tampilan yang mudah dipahami hanya dengan sekali lihat, menggunakan elemen visual yang tidak berlebihan, namun tetap mampu menyampaikan pesan secara jelas dan komunikatif (Pendit, 2019). Warna oranye, misalnya, dipilih untuk menciptakan kesan hangat dan optimis, sedangkan foto dengan ekspresi positif digunakan untuk menumbuhkan empati audiens. Hal ini menunjukkan bahwa desain tidak hanya berfungsi sebagai media visual, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan yang mampu membangun keterhubungan emosional dengan masyarakat.



Gambar 3.3 *Daily Creative Activity Report*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pengalaman magang ini juga mengajarkan pentingnya kolaborasi dan fleksibilitas dalam bekerja. Penulis kerap menyesuaikan rancangan berdasarkan arahan mentor maupun masukan tim agar hasil akhir sesuai dengan identitas dan tujuan kampanye. Tantangan muncul ketika menghadapi keterbatasan aset grafis atau waktu pengerjaan yang singkat, namun melalui komunikasi yang baik dan kerja sama tim, kendala tersebut dapat diatasi. Dari proses ini, penulis belajar bahwa keberhasilan desain tidak hanya ditentukan oleh keterampilan individu, melainkan juga oleh kemampuan beradaptasi dalam dinamika kerja kolektif.

4. SIMPULAN

Magang di Divisi Kreatif ASAR Humanity Depok menyoroti peran penting desain grafis dalam mendukung kampanye sosial melalui media sosial. Proses perancangan yang meliputi riset ide, pembuatan draf awal, hingga penyempurnaan visual menunjukkan bahwa desain yang sederhana namun komunikatif mampu menyampaikan pesan secara efektif. Kendala berupa keterbatasan aset foto dan koordinasi tim dapat diatasi melalui pengolahan visual yang kreatif serta komunikasi yang intensif. Pengalaman ini memperkaya keterampilan teknis, pemahaman konseptual, dan kolaborasi penulis, sekaligus membuktikan bahwa desain grafis berfungsi tidak hanya sebagai media visual, tetapi juga sebagai strategi komunikasi untuk membangkitkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap isu kemanusiaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan kesempatan sehingga program magang di Divisi Kreatif 'Creative Brand and Media' ASAR Humanity, Depok, dari Februari hingga Mei 2025, sebagai bagian dari Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka 2025, dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih kepada keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan, Dr. Mohammad Ahsanuddin, M.Pd., dan Dr. Moch. Wahib Daryadi, M.Pd., sebagai penanggung jawab MBKM UM PBA, Dr. Nur Faizin, Lc, M.A., M.Philo, selaku dosen pembimbing, Ramanto Heri Saputra selaku HR ASAR Humanity, serta tim Divisi Creative & Brand Media ASAR Humanity atas bimbingan dan kerja sama yang penuh kehangatan. Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan ini, sehingga memohon maaf atas segala kekurangan dan mengharapkan kritik serta saran membangun untuk penyempurnaan. Semoga laporan ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

DAFTAR RUJUKAN

- Cangara, H. (2011). *Pengantar ilmu komunikasi*.
Humanity, A. (2024). *Profil lembaga*. ASAR Humanity. <https://asarhumanity.org/profil>
Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2).
Pendit, I. K. D. (2019). Strategi promosi melalui media desain poster dalam pencitraan publik. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Seni*, 7(2), 192–210.