

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

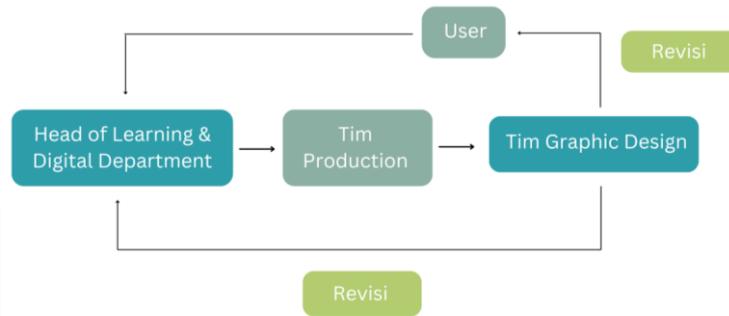
Penulis menjalani program magang di PT. KCG dengan peran sebagai *Graphic Designer* pada departemen *Learning & Development*. Dalam pelaksanaannya, penulis memiliki tugas utama merancang aset animasi dan poster yang ditujukan untuk aplikasi KCG Mobile. Departemen *Learning & Development* sendiri berperan dalam menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan (*trainee*) serta mendukung kebutuhan desain visual untuk mendukung berbagai keperluan perusahaan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam melakukan pengeditan foto *store* untuk seluruh brand yang berada di bawah naungan PT. KCG.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama masa *internship*, penulis terlibat langsung dalam proses kreatif, mulai dari *brainstorming* konsep hingga eksekusi desain. Sebagai seorang *Graphic Design internship* yang bergerak dalam bidang *fashion retail*, penulis memiliki beberapa tugas utama yang berkaitan dengan aset yang dibutuhkan oleh learning pada *trainee* di PT. KCG. Disamping itu, penulis juga berupaa sebagai penyokong visual bagi keperluan perusahaan di PT. KCG seperti desain visual yang diperlukan oleh aplikasi PT. KCG maupun *editing photo store* yang merupakan bagian dari brand naungan PT. KCG sendiri.

Departemen *Learning & Digital* di PT. KCG dibagi menjadi divisi *digital* dan *learning*. Dalam divisi digital terbagi menjadi 3 tim utama, yaitu *script writer*, *graphic designer*, dan *production*. Sehingga prosedur pengerjaan yang berlangsung di PT. KCG melibatkan permulaan pada *script writer* yang bertugas untuk perancangan *script video learning* yang kemudian akan dilanjutkan dengan eksekusi yang dilakukan oleh *production*. Setelah diperolehnya video, akan dilakukan penambahan aset animasi pada video

learning dengan tujuan video akan lebih interaktif yang merupakan bagian dari tugas *Graphic Designer*. Tahapan ini kemudian akan dilanjutkan oleh production kembali untuk editing hingga finalisasi dan akan diasistensikan kepada *head of department* dari divisi *digital & learning*.



Gambar 3.1 Bagang Alur Koordinasi Photo Editing

Selain itu, *jobdesc editing photo store* yang dilakukan oleh penulis sebagai *graphic designer* juga melewati proses yang serupa. Tahapan awal pemotretan store akan dilakukan oleh tim *production* yang sesuai dengan *guidelines* yang telah diterapkan oleh PT. KCG. *Photo store* yang telah diperoleh akan dilanjutkan proses *editing* yang dilakukan oleh *graphic design* dengan kurun waktu 2-3 hari yang disesuaikan dengan jumlah foto yang diperoleh. Pada dasarnya, proses *editing* yang dilakukan oleh penulis yaitu berkenaan dengan meluruskan foto, *retouching*, pembuatan *colour preset* yang akan diterapkan pada seluruh foto sesuai dengan *guidelines* yang diterapkan oleh PT. KCG. Setelah proses editing selesai, hasil pekerjaan akan dikumpulkan kepada *Head of Digital Division* untuk ditinjau. Jika terdapat masukan atau koreksi, penulis akan melakukan revisi sesuai arahan. Setelah desain disetujui (*approved*), *photo store* tersebut kemudian akan dikirimkan kepada *principal*, yaitu pihak brand pusat.

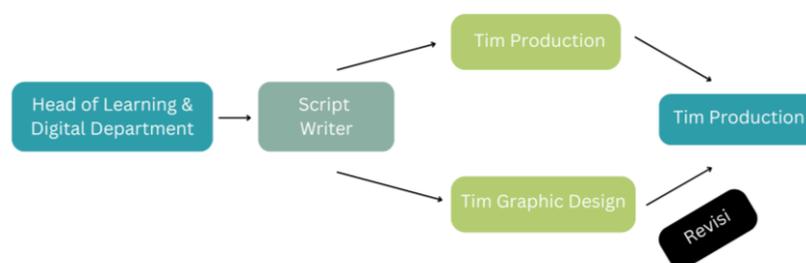
3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Berdasarkan yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penulis memiliki tugas utama dalam perancangan asset *video learning* PT. KCG, yang merupakan keperluan utama yang harus dipenuhi dalam departmen

Learning & Digital. Oleh karena itu, setiap *brief* maupun persetujuan (*feedback*) yang diperoleh oleh penulis akan berdasar pada *head digital learning* juga. Proses ini bertujuan agar seluruh aset yang dikembangkan sesuai dengan standar perusahaan dan mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada para *trainee*.

Script yang diproses oleh *script writer* pada divisi *digital* akan ditampilkan, mulai dari bagian awal naskah (*introduction*) hingga penutup video (*outroduction*) daam setiap video learning yang akan dipublikasi. Berdasarkan *script* tersebut, penulis sebagai *graphic designer* dalam divisi digital akan memperoleh *brief* terkait sehingga mampu lanjut untuk membuat aset animasi dari setiap *scene* yang diperlukan. Hal serupa juga diperoleh pada tim *production* yang akan memperoleh *brief* yang nantinya akan dilanjutkan dengan proses *shoot video learning*. Setelah terkumpulnya aset animasi dari *graphic designer* dan hasil shooting dari tim *production*, tahapan berikutnya akan dilanjutkan dengan proses *editing video* hingga finalisasi.

Aset video yang telah selesai diedit oleh tim produksi biasanya akan melalui tahap evaluasi dari beberapa pihak, seperti *scriptwriter*, *graphic designer*, maupun *Head of Digital*. Setelah masukan dari ketiga pihak tersebut ditindaklanjuti dalam bentuk revisi, proyek selanjutnya akan melalui proses *review* oleh atasan, yaitu *Department Head of Digital & Learning*, untuk mendapatkan persetujuan akhir atau revisi tambahan. Proses ini memastikan bahwa setiap video yang dihasilkan memiliki kualitas visual dan konten yang sesuai dengan standar serta tujuan pembelajaran perusahaan.



Gambar 4.1 Bagan Alur Koordinasi Perancangan *Project*

Berikut merupakan bagan alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam keberlangsungan magang di PT. KCG, penulis memiliki tanggung jawab dalam perencanaan visual yang digunakan pada aset animasi video *learning* KCG, *editing photo store* setiap *brand*, serta penanganan terhadap desain poster dan banner pada aplikasi PT. KCG. Adapula rangkuman mengenai tugas / *jobdesc* penulis selama berlangsungnya magang sebagai *Graphic Designer* dalam *department Learning & Digital*, yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	20—25 Januari 2025	- <i>Editing Photo Store</i> Pomelo - Sertifikat <i>On Boarding Program</i> (OBP) sesuai dengan <i>guideline</i>	1. Mengerjakan <i>editing photo Photoshoot</i> Pomelo. 2. Melakukan <i>editing photo event</i> rekor MURI PT. KCG. 3. Membuat sertifikat OBP Batch 2 dan Batch 3 sesuai dengan panduan <i>guideline</i> sertifikat.
2	27 – 30 Januari 2025	- Sertifikat OBP - <i>Guideline & editing system</i> - <i>Commitment Letter</i> Pomelo	1. Mengerjakan Sertifikat OBP Training Batch 2 dan 3 Membuat <i>Guideline & Editing System</i> Sertifikat OBP dan <i>Mentorship Program</i> 3. Membuat <i>commitment letter</i> dari brand Pomelo yang berisikan surat pernyataan yang ditujukan pada <i>sales store</i>
3	3 – 7 Februari 2025	- <i>Photo Editing (Digital Imaging brand EA7)</i> - <i>Photo Editing</i> Pomelo <i>photoshoot</i>	1. Melakukan Photo Editing untuk produk catalog EA7 2. Mengerjakan Photo Editing Pomelo Photoshoot KOL untuk konten media sosial

		KOL & product - Photo Editing PEDRO - Guideline GWP Pedro Product Photoshoot	3. Mengerjakan photo editing Pedro Store monthly 4. Membuat guideline GWP Pedro Product Photoshoot catalog
4	10 – 14 Februari	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Editing Grooming</i> Peserta OBP - Revisi <i>Product Photoshoot</i> EA7 - <i>Guideline</i> GWP Pedro - <i>Guideline</i> Pomelo <i>Product Photoshoot</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan <i>photo editing grooming</i> OBP Brand 2. Melakukan revisi <i>photo editing</i> EA7 untuk keperluan <i>catalog</i> produk. 3. Membuat <i>guideline</i> GWP Pedro <i>product photoshoot catalog</i>. 4. Membuat <i>guideline</i> Pomelo khusus <i>product photoshoot</i>
5	17 – 21 Februari	<ul style="list-style-type: none"> - Aset animasi OJTI - <i>Guideline Pop Up Store</i> EA7 - <i>Photo Editing Pop-Up Store</i> EA7 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang aset animasi <i>video learning On the Job Training</i> (OJTI) 2. Membuat <i>guideline pop up store</i> EA7 3. Melakukan <i>photo editing</i> EA7 <i>pop up store</i> di Central Park.
6	24 – 28 Februari	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing Pop-Up Store</i> EA7 - <i>Frame</i> KCG <i>Lunar New Year</i> - <i>Design Banner & Poster</i> KCG <i>Mobile</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melanjutkan <i>photo editing</i> EA7 <i>Pop Up Store</i> di Central Park bersama dengan KOL 2. Merancang <i>frame video</i> KCG <i>Lunar New Year 2025</i> 3. Merancang desain banner dan poster <i>Wellness</i> untuk KCG <i>Mobile</i>

7	3 – 7 Maret	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing KOL & Pop-Up Store</i> - <i>Photo Editing Pomelo Scarf</i> - <i>Photo Editing Store Opening Charles & Keith</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melanjutkan <i>photo editing</i> 3 KOL & Pop-Up Store EA7 di Central Park. 2. Mengerjakan <i>photo editing Pomelo Scarf</i> untuk keperluan sosial media. 3. Mengerjakan <i>photo editing store</i> Charles & Keith <i>Opening Store</i> di Jakarta Premium Outlet.
8	10 – 14 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing Store Opening Charles & Keith</i> - <i>Photo Editing Store Opening Pedro</i> - <i>Photo Editing Pomelo Scarves</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan <i>Opening Store Photo Editing brand</i> Charles & Keith di Jakarta Premium Outlet 2. Mengerjakan <i>photo editing opening store</i> Pedro di Jakarta Premium Outlet 3. Melanjutkan <i>photo editing Pomelo Scarves</i> untuk konten media sosial edisi Ramadhan.
9	17 – 21 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing KCG Facility</i> - <i>Photo Editing Pedro Senayan City</i> - <i>Photo Editing Event Bukber KCG 2025</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan <i>photo editing KCG Facility</i> untuk keperluan media publikasi. 2. Mengerjakan <i>photo editing monthly store</i> Pedro Senayan City (edisi ramadhan) 3. Melakukan <i>photo editing event</i> Bukber KCG 2025
10	24 – 27 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Learning Journey</i> - <i>Photo Editing Pedro GI & PIC</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain <i>Learning Journey</i> untuk keperluan KCG Mobile 2. Mengerjakan <i>photo editing monthly editing store</i> Pedro

		<ul style="list-style-type: none"> - Sertifikat OBP - Photo Editing KCG Bukber 2025 	<p>Grand Indonesia dan Palembang Icon Mall</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Mengerjakan sertifikat OBP untuk peserta 4. Melanjutkan <i>photo editing</i> KCG Bukber 2025
11	7 – 11 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing</i> Pedro GI & PIM - <i>Photo Editing KOL AX Stratch & Win</i> - <i>Guideline KCG Event</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melanjutkan <i>photo store editing (monthly)</i> Pedro di Grand Indonesia dan Pondok Indah Mall 2. Mengerjakan <i>photo editing</i> KOL brand <i>AX Stratch & Win</i> di Grand Indonesia. 3. Mengerjakan <i>guideline</i> dan <i>editing system</i> KCG Event.
12	14 – 17 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Asset visual learning <i>Powerful Briefing</i> - <i>Photo Editing KOL EA7 Golf Turnament</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat aset visual untuk keperluan <i>video learning Powerful Briefing</i> 2. Mengerjakan <i>photo editing</i> EA7 X Payakumbuh pada <i>Golf Turnament</i> (2 KOL dan Pop-up Store)
13	21 – 25 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing KOL EA7 Golf Turnament</i> - <i>Photo Editing Monthly Pedro 6 Store</i> - <i>Photo Editing Pedro Launching Summer 2025</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melanjutkan <i>photo editing KOL EA7 Golf Turnament</i> X Payakumbuh. 2. Mengerjakan <i>monthly store editing</i> Pedro 6 store 3. Mengerjakan <i>editing photo event</i> Pedro <i>Launching Summer 2025</i>
14	28 April – 2 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Editing Charles & Keith Launching Summer 2025</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan <i>photo editing</i> Charles & Keith <i>Launching Summer 2025</i>

15	5 – 9 Mei 2025	- <i>Guideline Format Potrait All Brand, KCG Event & Sertifikat</i>	1. Membuat <i>guideline</i> ke dalam bentuk format <i>potrait All brand, KCG Event</i> dan Sertifikat OBP <i>Mentorship</i> .
16	13 – 16 Mei 2025	- Sertifikat OBP Batch 11 - <i>Guideline Format Potrait All Brand, KCG Event, & Sertifikat</i>	1. Mengerjakan sertifikat OBP Batch 11 2. Melanjutkan <i>re-format guideline</i> dalam bentuk <i>potrait</i> pada <i>all brand, KCG event</i> serta sertifikat <i>OBP Mentorship</i> .
17	19 - 23 Mei 2025	- Sertifikat OBP Batch 12 - <i>Photo Editing Pomelo Konten Video</i> - <i>Photo Editing PEDRO konten media sosial.</i>	1. Mengerjakan sertifikat OBP Batch 12 2. Melanjutkan <i>photo editing</i> Pomelo untuk konten video 3. Mengerjakan <i>photo editing</i> Pedro untuk konten media sosial <i>stop motion</i> .
4.	26 – 30 Mei 2025	- Sertifikat OBP Batch 13 - <i>Photo Editing store PEDRO</i> - <i>Learning Journey</i>	1. Mengerjakan Sertifikat OBP Batch 13 2. Mengerjakan <i>photo editing store</i> PEDRO Monthly 3. Mengerjakan <i>Learning Journey</i> untuk panduan peserta OBP Store.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan setiap proyek yang diberikan, penulis juga melakukan tahapan – tahapan yang dilakukan, mulai dari perolehan brief, ide hingga finalisasi. Hal ini diterapkan pada setiap proyek mulai dari *editing photo store*, pembuatan aset animasi dan poster banner yang ditujukan pada aplikasi KCG Mobile. Tahapan awal yang dilakukan oleh penulis, yaitu memperoleh penjelasan *brief* dari *user* yang

kemudian akan dilanjutkan pada proses *brainstorming* yang dilakukan dengan proses mencari referensi, *storyboard* dan *color grading*. Kemudian setelah melewati *brainstorming*, lanjut ke dalam proses *editing* yang karya akhirnya akan memperoleh *feedback* dari *supervisor* penulis. Tahapan berikut diterapkan oleh penulis terhadap keberlangsungan lima proyek desain untuk menyelesaikan proyek serta meningkatkan pemahaman terhadap alur kerja profesional di industri *fashion retail*.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Pada pelaksanaan tugas utama magang, terdapat dua proyek yang dipilih oleh penulis untuk dijadikan proyek utama, yaitu Poster KCG Wellness dan editing photo *pop-up store & KOL* EA7 pada Turnamen Golf EA7 X Payakumbuh. *Poster dan Banner Wellness* dipilih menjadi tugas utama karena salah satu proyek yang pengerjaannya secara pribadi. Proyek ini dianggap sebagai pekerjaan yang paling merepresentasikan kemampuan individu dalam merancang desain yang berdampak. Dalam pengerjaan proyek juga menjadi suatu media eksplorasi gaya visual dan pemilihan elemen desain yang sesuai dengan tema kesehatan yang mengandung unsur citra perusahaan. Pada tahap akhirnya, proyek ini akan dilampirkan pada aplikasi KCG Mobile sebagai banner aplikasi yang dapat diakses dan dibaca oleh seluruh karyawan PT. KCG. Proyek KCG Mobile merupakan salah satu proyek yang ditujukan untuk menonjolkan nilai kepedulian yang dianut oleh PT. KCG pada karyawannya.

Proyek utama kedua merupakan proyek *editing Pop Up Store* EA7 yang berlokasi di Central Park. Dalam proyek ini, tidak hanya fokus terhadap *editing pop-up store*, melainkan juga melakukan *editing* terhadap *KOL* dari EA7 dari Alasan proyek ini diambil sebagai proyek utama kedua karena salah satu proyek berkesan yang membuat penulis secara skill *editing* foto yang belum pernah dipelajari sebelumnya. Penyuntingan foto ini dilakukan dengan tujuan sebagai bahan publikasi, baik dari PT. KCG serta media yang meliput *Pop-up store* EA7.

1. Poster dan Banner *Wellness Healthy Period* di aplikasi KCG Mobile
Perancangan poster KCG Mobile juga melewati tahapan *design thinking* yang dimulai dengan pemaparan *brief* dari *user*, *brainstorming*, editing, serta diakhiri dengan feedback maupun revisi jika perlu. Dalam perancangan poster, visual diarahkan untuk mencerminkan identitas brand KCG Mobile yang sesuai dengan citranya.

1.1 Tahapan Briefing

Pada awal sebelum pengerjaan perancangan proyek poster KCG Mobile, penulis memperoleh *brief* dari *supervisor* mengenai proyek perancangan helpdesk poster pada aplikasi KCG Mobile.



Gambar 3.2 Brief Awal Project KCG Wellness Healthy Food Period

Berdasarkan brief yang diberikan, penulis diminta untuk membuat banner dan poster KCG *Wellness Healthy Food Period*. Proyek KCG Mobile berikut merupakan konten yang diproduksi dari departemen *Learning & Department* dengan tujuan agar menghimbau seluruh *staff* untuk tetap hidup sehat.



Gambar 3.3 Brief Project KCG Wellness Healthy Food Period

Terdapat juga lampiran berisi konten yang ingin disajikan, namun penulis perlu memikirkan desain poster dan banner yang tidak menyerupai referensi, sehingga dilakukan proses *brainstorming* untuk menghasilkan konsep yang lebih *original* dan sesuai dengan tujuan dari proyek.

1.2 Tahapan *Brainstorming*

Tahapan kedua merupakan tahapan *brainstorming* yang merupakan tahapan dimana penulis melakukan pencarian dan pengumpulan referensi dari berbagai sumber yang cocok untuk dijadikan *insight* dalam proses *design* nantinya. Selain itu, penentuan warna dan tipografi juga dilakukan oleh penulis, yaitu dengan menggunakan *color pallete* yang dimiliki oleh PT. KCG dan *typeface* yang menjadi identitas dari perusahaan, yaitu Montserrat. Berikut merupakan referensi, *color pallete* dan *typeface* yang dipilih untuk merepresentasikan tema poster serta identitas PT. KCG.



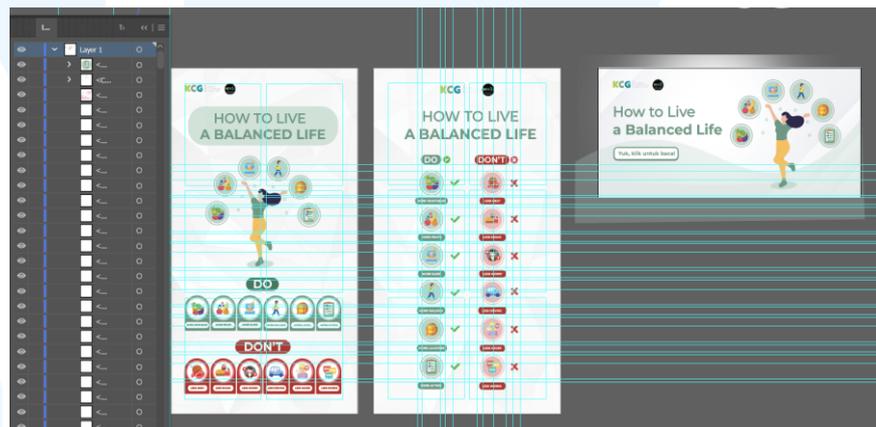
Gambar 3.4 Referensi Visual Project KCG Wellness Healthy Food Period

Berdasarkan referensi yang telah dikumpulkan, penulis kemudian melakukan penggabungan gaya visual yang dijadikan

sebagai ide desain yang baru. Proses ini dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian antara elemen visual dan pesan yang ingin disampaikan, sehingga menghasilkan desain yang tidak hanya estetik tetapi juga komunikatif kepada target yang ingin ditujukan.

1.3 Tahapan *Design*

Tahapan berikut merupakan tahapan penulis melakukan eksekusi ide – ide yang telah dikumpulkan melalui proses *brainstorming*. Berdasarkan *insight* yang telah diperoleh, penulis secara langsung melakukan proses sketsa dari poster dan banner secara digital dengan membuat dua alternatif poster dan banner untuk dilaporkan kepada *supervisor*.



Gambar 3.5 *Progress Design* Poster dan Banner KCG Mobile

Sesuai dengan brief yang telah disampaikan, penulis merancang desain poster dan banner yang juga disesuaikan dengan *brand guideline* dari PT. KCG. Hal ini bertujuan agar menonjolkan citra dan ciri khas dari perusahaan dan juga sebagai bukti kepedulian perusahaan kepada karyawan. Kedua alternatif poster menampilkan perbedaan *layout* dalam segi visual. *Layout* adalah proses merancang dan menata elemen-elemen grafis seperti teks, gambar, maupun tabel agar membentuk tampilan visual yang informatif, estetik, dan mampu menarik perhatian audiens (Tondreau, 2019)

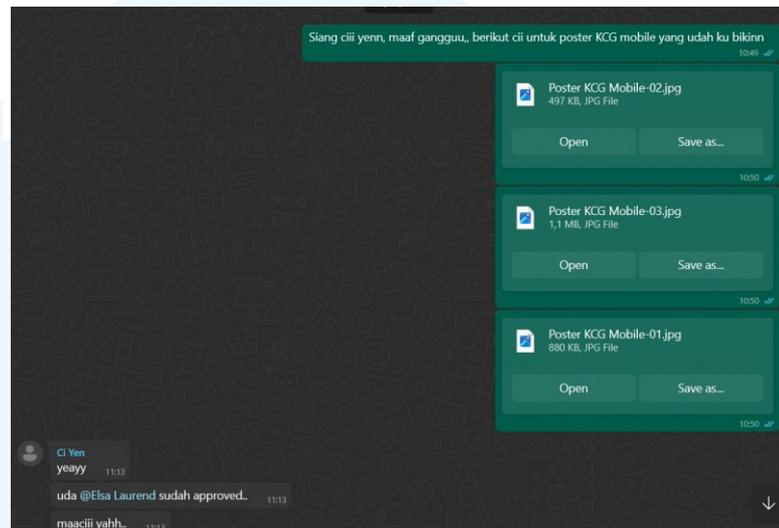
Terdapat juga ilustrasi yang bertujuan untuk menyokong keberadaan teks dan pemahaman dari target audiens. Menurut Museum Ilustrasi Nasional Rhode Island, USA, ilustrasi merupakan proses perpaduan antar ungkapan pribadi dan elemen visual dalam upaya penyampaian ide, gagasan maupun suatu pemikiran (Witabora, 2012; Mujibudzikri, 2021). Ilustrasi bertindak sebagai memperjelas suatu informasi dengan gaya bahasa visual sehingga mempermudah proses komunikasi.

Dalam proyek perancangan poster dan banner KCG Mobile, pada alternatif yang pertama, penulis menggunakan ilustrasi perempuan yang menunjukkan tubuh *fit* dan pose yang bahagia dengan terdapat beraneka jenis tips secara visual untuk hidup yang lebih seimbang. Pada bagian bawah dilengkapi dengan beberapa elemen visual yang bertujuan untuk memperjelas informasi yang hendak disampaikan mengenai *balanced life*. Sedangkan untuk alternatif yang kedua, penulis hanya menampilkan penjelasan secara visual mengenai setiap informasi yang hendak disampaikan, seperti makan – makanan sehat, tidur cukup, aktif dalam kesehariannya, dan informasi lainnya.

Pada penggunaan warna, penulis memilih dua warna utama dalam upaya penjelasan informasi, yaitu merah dan hijau. Pada dasarnya, warna sendiri memiliki filosofi tersendiri. Menurut buku *Color Design Workbook*, warna merah memiliki sisi positif, yaitu kebahagiaan dan semangat, sementara sisi negatif dari warna berikut merupakan hal yang bertentangan, kemarahan, dan pertarungan. Sedangkan warna hijau yang digunakan sendiri, merupakan makna dari pertumbuhan, kesuksesan, kejujuran dan segala sesuatu yang dianggap memiliki unsur positif. (Adams & Stone, 2017)

1.4 Tahapan *Feedback & Revisi*

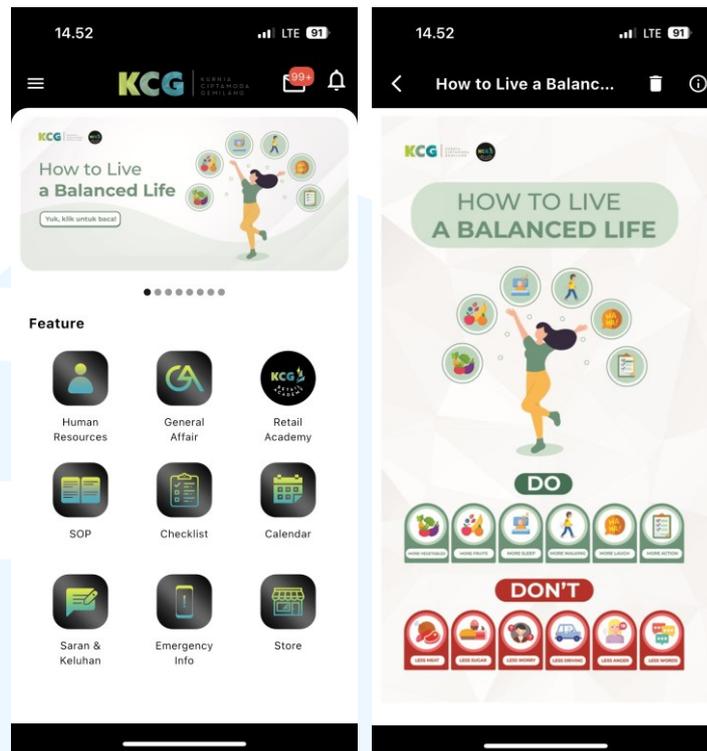
Tahapan akhir setelah pengerjaan proyek, penulis mengirim setiap alternatif karya yang telah dirancang untuk memperoleh *feedback* maupun revisi jika perlu.



Gambar 3.6 *Feedback* dari *Supervisor* atas *Project KCG Mobile*

Dalam proyek ini, penulis tidak melakukan revisi dan memperoleh *feedback* bahwa hasil karya desain yang dirancang telah sesuai dan pemilihan alternatif poster yang dilakukan *approval* oleh *supervisor* disisipkan pada KCG Mobile.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.7 Hasil Poster & Banner KCG Mobile

Berikut merupakan hasil dari poster design yang diaplikasikan pada KCG Mobile teruntuk seluruh staff PT. KCG.

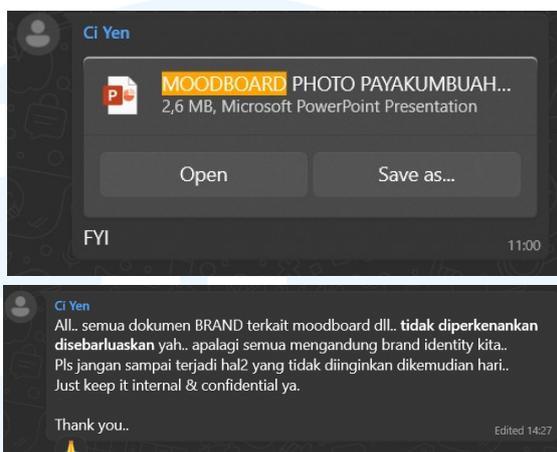
2. *Golf Tournament Event EA7 X Payakumbuh*

Proyek utama kedua merupakan proyek *Golf Tournament EA7 X Payakumbuh*. Event berikut adalah salah satu upaya dari *marketing EA7* untuk memperoleh *engagement* maupun *brand aware* terhadap produk yang dijual oleh *brand* tersebut. Kolaborasi ini juga melibatkan dua orang KOL yang bertujuan agar dapat meningkatkan *engagement* melalui konten fotografi yang disajikan.

1. Tahapan Briefing

Pada tahapan awal, penulis memperoleh *briefing* yang disampaikan oleh *supervisor*. Berdasarkan foto yang telah diperoleh, penulis diminta untuk memilah foto yang dianggap cocok untuk dipublikasi pada media dan menampilkan ciri khas serta identitas dari brand EA7. Penyampaian *brief* untuk dipilih dan diedit. Sesuai dengan ketentuan *brand*, penulis

diminta untuk mengutamakan *pop-up store area*, logo EA7, bendera golf, backdrop, GWP EA7, lapangan golf, styling KOL EA7, KOL saat bermain golf, kegiatan golf, penyerahan hadiah dan foto bersama.



Gambar 3.8 Brief Awal Project Photo Editing EA7 X Payakumbuh

Moodboard yang telah dikirimkan oleh *supervisor* bertujuan untuk mempermudah penulis dalam penyortiran dan lanjut dalam proses *editing foto*.

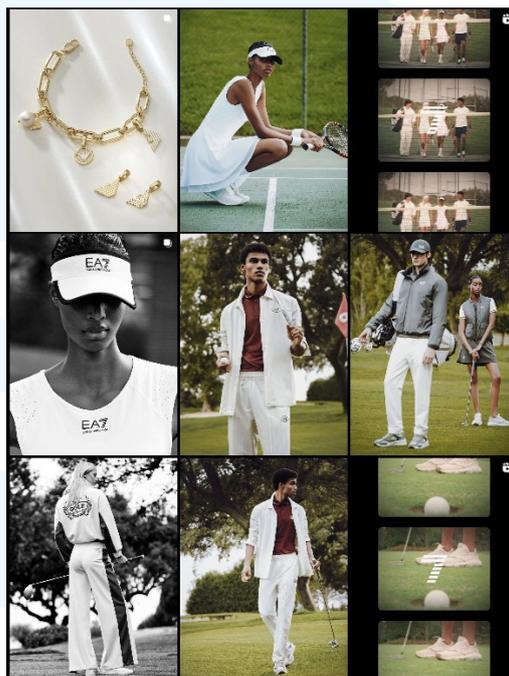
2. Tahapan *Brainstorming*

Tahapan *brainstorming* dimulai dengan langkah awal, yaitu penyortiran foto yang dianggap sesuai dengan *moodboard* yang telah diberikan oleh *supervisor* sebagai bahan *briefing* pada proyek Golf Turnamen Payakumbuh X EA7. Pada tahapan ini, penulis melakukan pencatatan kode foto yang telah diperoleh dari tim *production* dan yang diambil merupakan foto dengan format RAW. Setelah memilih foto, penulis melanjutkan pemberian *color grading* pada keseluruhan foto yang telah disortir.



Gambar 3.9 Tahapan Penyortiran Foto EA7 X Payakumbuh

Keseluruhan foto yang disortir mengacu pada *moodboard* yang telah diberikan oleh *supervisor* pada tahapan *brief* sebelumnya serta terdapat beberapa tambahan foto yang menurut penulis cocok untuk dipublikasikan.



Gambar 3.10 Referensi Visual Photo Editing EA7 X Payakumbuh

Setelah menentukan foto, penulis berupaya untuk mencari referensi preset yang sesuai dengan brand EA7. Sehingga, penulis juga kembali melihat akun media sosial *principle* brand EA7 untuk memperoleh referensi mengenai *colour preset*.

3. Tahapan *Editing*

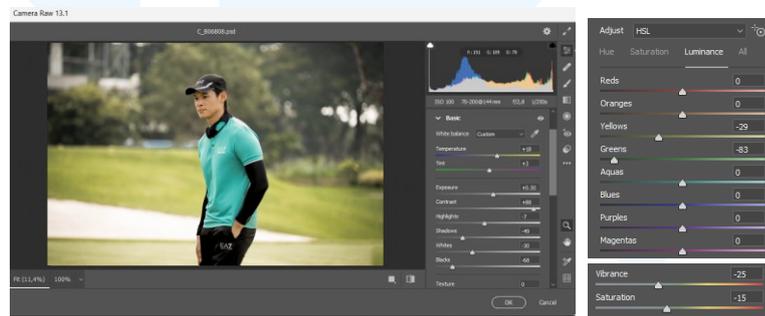
Serupa dengan proyek sebelumnya, proses *editing* juga melewati proses perancangan alternatif *colour preset* yang diaplikasikan kepada foto yang telah disortir pada tahapan sebelumnya. Oleh karena itu, pada awalnya penulis memberikan dua alternatif yang diasistensikan kepada *supervisor* dengan tujuan agar mempermudah proses *editing* untuk diaplikasikan secara langsung pada foto lainnya. Proses *editing* foto dilakukan pada platform Adobe Photoshop dengan menggunakan fitur

“Camera Raw Filter” sebagai sarana untuk membuat *preset* yang akan diaplikasikan dan disesuaikan pada foto lainnya.



Gambar 3.11 Proses Photo Editing EA7 X Payakumbuh

Setelah membuat tampilan *layer* menjadi *smart object*, penulis langsung membuat konfigurasi dari *color preset* yang diaplikasikan kepada foto KOL EA7 yang sedang diedit.



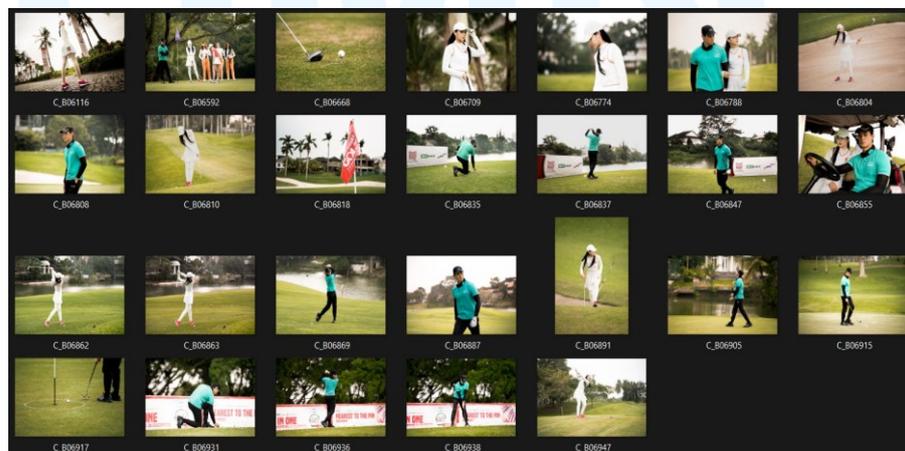
Gambar 3.12 Tahapan Konfigurasi Photo Editing EA7 X Payakumbuh

Secara garis besar, proses *color grading* bertujuan agar foto-foto yang diambil dapat menonjolkan ciri khas brand EA7. Terdapat juga request dari *supervisor* dan tim EA7 yang menginginkan foto dengan kualitas yang tinggi, sehingga sebisa mungkin penulis sebagai *editor* untuk tidak mengurangi resolusi dari foto dan juga tidak mengubah warna produk yang ingin ditonjolkan. Proses *editing* foto menggunakan fitur *camera raw filter* yang ada di *platform* Adobe Photoshop. Dalam proses *color grading*, penulis memerlukan pemahaman mengenai penerapan kontras pada warna untuk menonjolkan ciri khas dari suatu

brand, seperti pada proyek photo editing berikut yang memiliki latar lapangan golf yang didominasi dengan warna hijau.

Warna adalah wujud atau kesan mata dari pantulan pada benda. Teori Landa (2014) mengungkapkan bahwa warna yang dapat dilihat oleh manusia merupakan asal dari pantulan cahaya (Setiani, 2023, h.7). Selain fokus terhadap warna, penulis juga perlu mengatur kontras terhadap setiap *output photo editing* yang dihasilkan. Menurut teori Landa (2014), kontras merupakan upaya perpaduan warna yang menghasilkan warna yang lebih mencolok untuk menonjolkan objek yang menjadi titik fokus (Setiani, 2023, h.38). Warna yang kontras dalam *photo editing* EA7 Golf Turnament berikut ditampilkan dengan produk yang berwarna *turquoise* pada KOL pria dan pakaian putih pada KOL wanita yang menjadi titik fokus dari target audiens.

Selain itu, penulis juga memerhatikan keseimbangan dalam setiap foto yang diperoleh, sehingga terdapat penyuntingan terhadap *photo cropping*. Hal ini didasari pada teori keseimbangan yang menyebutkan bahwa komposisi suatu desain yang tidak berat sebelah dan menunjukkan seimbang (Landa, 2014). Sehingga melalui proses penyuntingan foto yang diperoleh dari tim *production*, penulis berupaya agar menghasilkan output foto yang seimbang dan tersampaikan makna dan tujuan pada audiens.

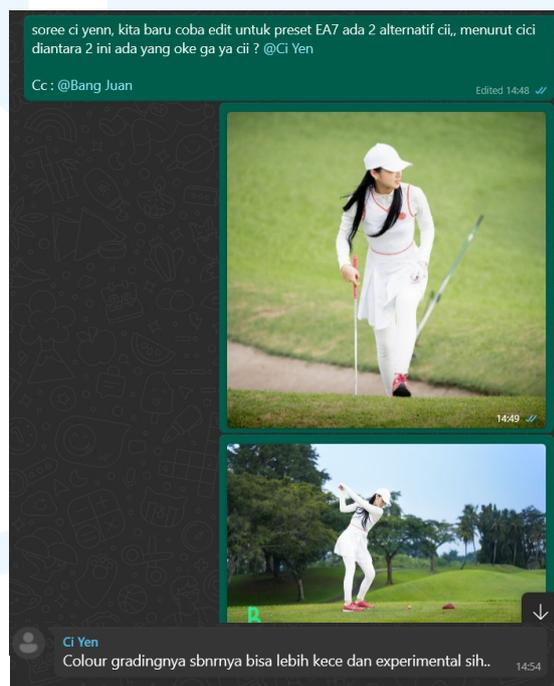


Gambar 3.13 Hasil *Photo Editing* EA7 X Payakumbuh

Setelah memperoleh *preset* dari penyuntingan foto pertama, penulis melakukan *save colour preset* untuk pengaplikasiannya. Namun, terdapat beberapa tantangan jika hasil foto yang terlalu gelap atau *backlight*, penulis perlu melakukan *remove background* pada *object* utama dengan latar *object* agar hasil editan tidak terlalu gelap maupun terlalu terang pada satu sisi.

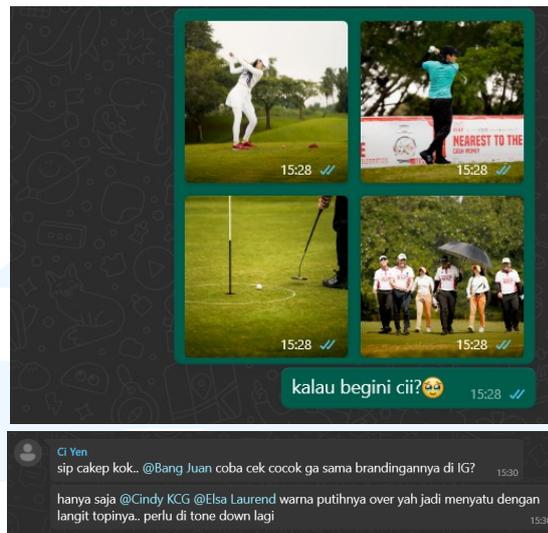
4. Tahapan *Feedback & Revisi*

Tahapan final dari proses penyuntingan foto merupakan tahapan memperoleh *feedback* dari *supervisor* yang bertujuan untuk mengetahui standar *editing* pada *brand* EA7. Oleh karena itu, pertama-tama penulis melampirkan dua alternatif editan foto yang bertujuan untuk meminta pendapat dari *supervisor* mengenai hasil dari editan tersebut.



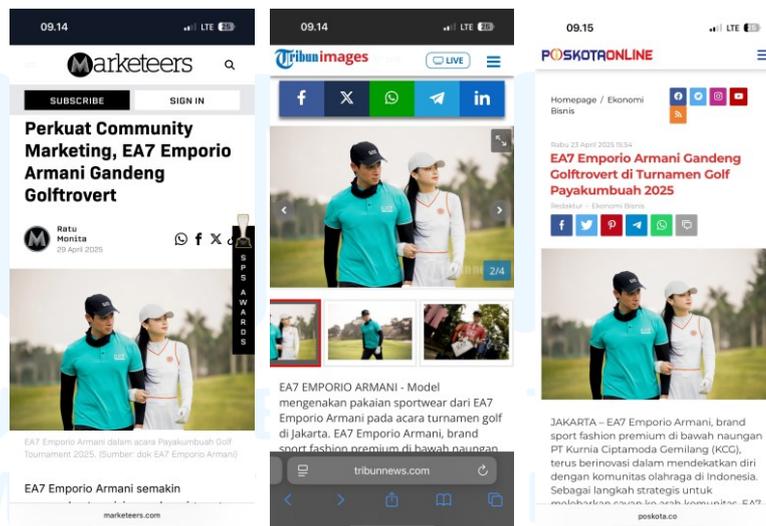
Gambar 3.14 *Feedback dan Revisi* dari *Supervisor*

Namun, jika diamati dari respon *supervisor*, kedua foto belum memberikan kesan yang sesuai dengan citra maupun tema yang diangkat dari EA7, sehingga *supervisor* memutuskan agar penulis melakukan pembuatan *preset* baru yang seharusnya sesuai dengan referensi yang telah dipilih sebelumnya.



Gambar 3.15 *Feedback & Revisi Kedua dari Supervisor*

Setelah melakukan asistensi tahapan kedua mengenai *colour preset* baru yang dirancang, penulis memperoleh *approval* dari *supervisor* dan sedikit revisi dikarenakan salah satu dari foto yang dikirimkan masih terlihat *over exposure*. Oleh karena itu, penulis melakukan revisi dan melanjutkan proses *editing* foto untuk foto lainnya yang telah disortir sebelumnya.



Gambar 3.16 Implementasi *Photo Editing* EA7 X Payakumbuh di Media

Foto dari *Golf Turnamen EA7 X Payakumbuh* yang diedit oleh penulis juga dipublikasikan ke media massa, yaitu *Tribun News*, *Marketeers*, dan *Poskotaonline*. Pemilihan media untuk media massa pun

juga memiliki ketentuan pada format foto yang diutamakan *landscape* dan mengutamakan KOL yang terlihat lebih natural ketika dipotret.

3.4 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Setelah menyelesaikan tugas utama dalam internship, penulis juga mengerjakan tugas tambahan magang lainnya. Beberapa proyek yang ditangani oleh penulis antara lain, proyek pembuatan aset animasi *Powerful Briefing*, *editing opening photo store* Pedro di Jakarta Premium Outlet, dan *editing pop-up store* EA7 di Central Park. Serupa dengan proyek utama, *editing photo store* Pedro dan *pop up store* EA7, penulis dalam prosesnya juga merancang *grading* dan menyunting foto.

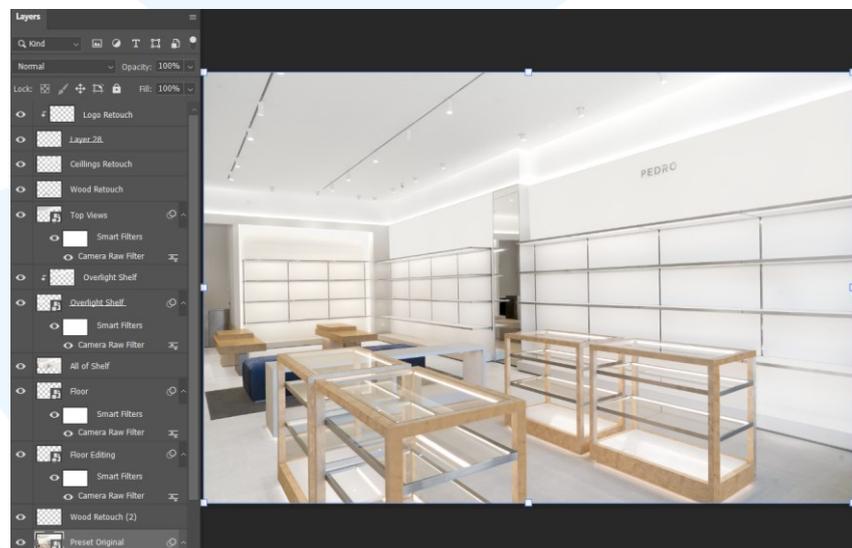
Sedangkan untuk proyek pembuatan aset animasi juga diselesaikan oleh penulis yang bertujuan untuk menyokong keberadaan dari *video learning* yang terlalu monoton untuk diberikan ke *trainee*, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih cepat ditanggapi. Sebagian besar proyek yang diselesaikan oleh penulis merupakan proyek yang bersifat lebih universal, bisa berasal dari *brand*, *departement* penulis sendiri maupun perusahaan (KCG Company). Sehingga *portfolio* yang diperoleh penulis berisikan *jobdesc* yang beraneka ragam sesuai dengan keperluan yang disebut dengan *content request*.

3.4.1 Proyek *Editing Photo Store* Pedro di Jakarta Premium Outlet

Proyek tambahan pertama yang penulis lakukan di PT. KCG, yaitu *editing photo grand opening store* Pedro di Jakarta Premium Outlet. Penulis melakukan penyuntingan terhadap foto terlebih dahulu, seperti melakukan *photo cropping*, meluruskan foto, meratakan *lighting*, karpet dan sofa serta menghapus objek yang mengganggu, seperti *CCTV*, *water sprinkle*, *exit sign*, dan lainnya. Kemudian setelah dilakukannya penyuntingan, penulis merancang *colour preset* untuk meningkatkan pencahayaan, kontras, dan ketajaman foto yang diperoleh dari tim *Production*.

Dalam proyek *editing photo store* kali ini, penulis memperoleh bagian *editing* yang Minimalis Grand Opening Pedro Store di Jakarta Premium Outlet dari user. Terdapat beberapa *request* yang perlu diperhatikan, seperti tidak secara spesifik warna karpet maupun sofa. Beda dengan proses proyek sebelumnya, pada *brand* Pedro, penulis tidak harus melakukan filterisasi terhadap foto yang telah diambil oleh tim *Production*. *Photo store* sendiri telah difilter oleh tim Pedro, sehingga penulis bersama tim lainnya hanya perlu melakukan *editing*.

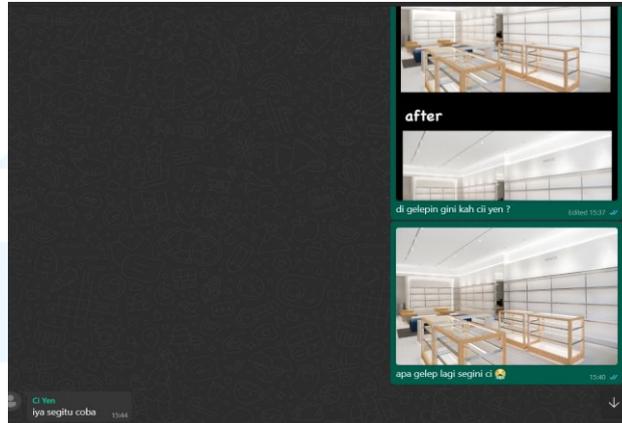
Proses *colour grading* pada foto store Pedro Minimalist memiliki ketentuan sesuai dengan *guideline* yang dimiliki oleh perusahaan. Peraturan *editing tone* tidak boleh terlalu *yellowish/bluish*, tidak boleh *under/over exposure* serta tidak boleh mengubah warna produk. Oleh karena itu, dalam proses *editing store* kebanyakan hanya fokus terhadap pengaturan *exposure, highlight, shadow, contrast, black, detail* dan tidak menggunakan *colour mixer* jika tidak diperlukan.



Gambar 3.17 Proses Photo Editing Photo Store Minimalist Pedro JPO

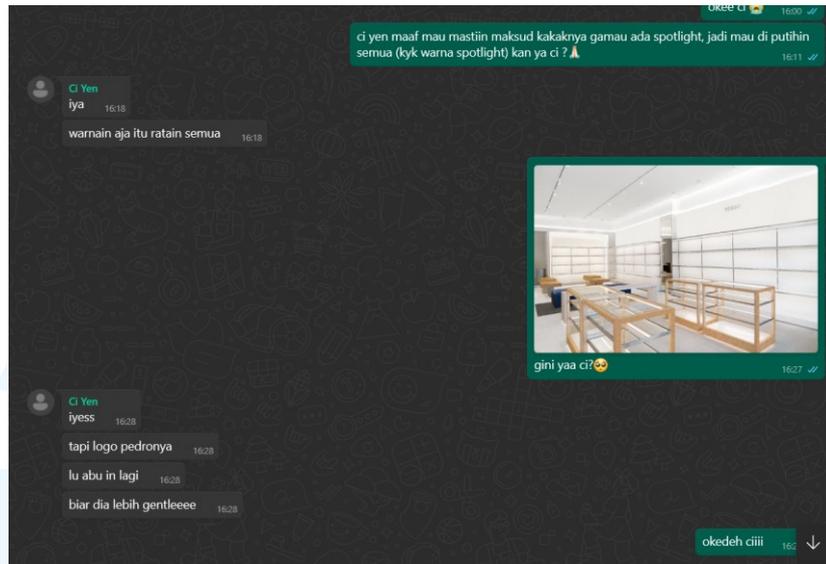
Tahapan final dari proses *colour grading* pada *photo store* adalah penulis menanyakan kepada *supervisor* yang akan dilanjutkan ke tim Pedro untuk memberikan revisi ataupun *feedback* sehingga penulis tinggal menyesuaikan pada foto lainnya. Pada tahapan ini, penulis juga

melakukan beberapa kali *feedback* dikarenakan kesalahpahaman terhadap informasi yang penulis peroleh dari tim Pedro.



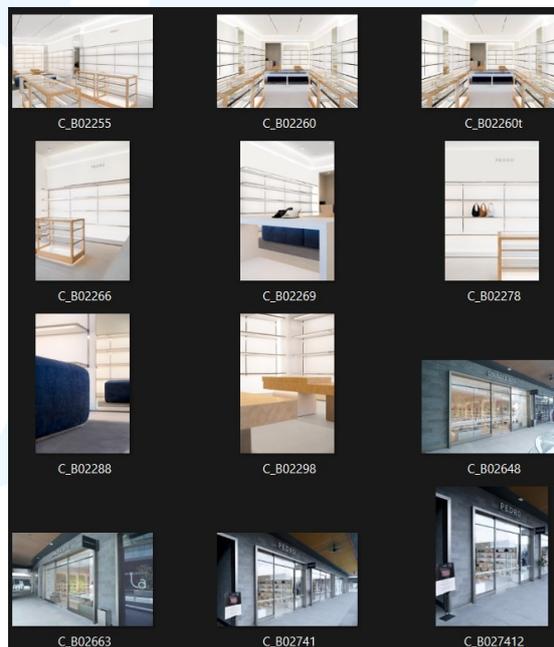
Gambar 3.18 *Feedback Photo Editing Pedro Minimalist*

Namun, pada akhirnya penulis melakukan revisi sesuai dengan feedback yang diperoleh dari atasan, yaitu *retouch ceilings* menjadi warna yang putih terang dan rata (tanpa *spotlight*) dan juga melakukan *retouch* pada logo Pedro. Dikarenakan *photo editing opening store* yang tidak membutuhkan kualifikasi editing yang berlebihan, penulis dalam proyek lebih memerhatikan terhadap prinsip keseimbangan pada proses penyuntingan foto. Keseimbangan pada photo editing berikut memiliki definisi yang menunjukkan komposisi foto yang stabil baik pada warna, komposisi maupun tata letak (Landa,2014; Setiani, 2023). Selain itu, penulis juga memerhatikan prinsip *clarity* yang terdapat pada tipografi penulisan brand PEDRO pada *ceilings* bagian atas dengan menggunakan *retouching*. *Clarity* sendiri juga merupakan prinsip tipografi yang memengaruhi keterbacaan (Darmawanto, 2019) Oleh karena itu, penulis juga melakukan penyuntingan terhadap kekontrasan pada warna logo sehingga dapat terbaca oleh audiens.



Gambar 3.19 *Feedback Kedua Photo Editing Pedro Minimalist*

Setelah proses revisi dan *feedback* di *approve* oleh *supervisor*, penulis langsung melanjutkan *photo editing* terhadap *angle* foto lainnya yang disesuaikan dengan *gudieline* dari *brand* Pedro.



Gambar 3.20 *Hasil Photo Editing Pedro Minimalist JPO*

Berikut tampilan store Pedro yang sesuai dengan ketentuan guideline brand, mulai dari sisi pengambilan *angle*, *editing*, *color grading* dan peralatan yang digunakan. Hasil karya berikut akan dirangkum dan

dijadikan pada satu *catalog book brand* Pedro yang karyanya akan dilaporkan kepada *principle*.

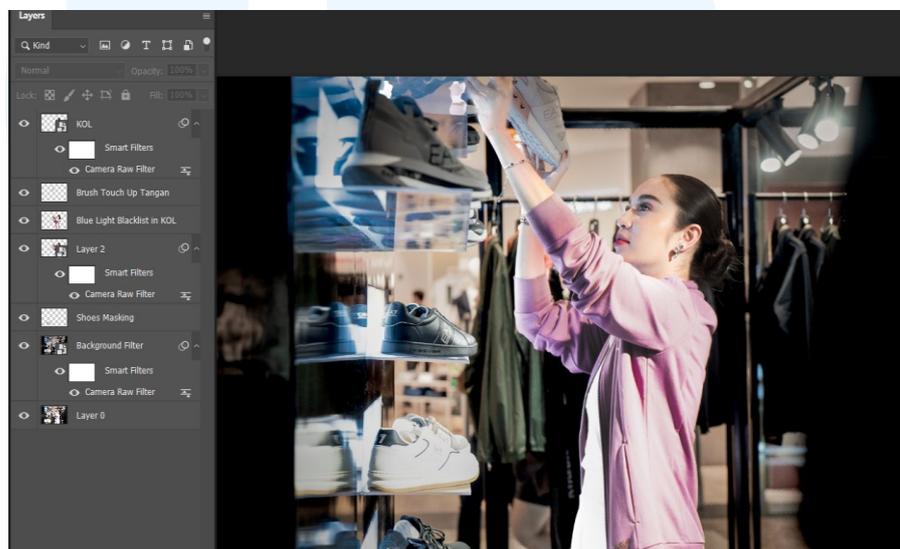
3.4.2 Proyek *Editing Pop-Up Store* EA7 di Central Park Mall

Pop-up store merupakan *store* yang bersifat sementara dan sesuai dengan *event* yang diselenggarakan oleh brand EA7 untuk meningkatkan *awareness* terhadap brand. Pada bulan Maret 2025, EA7 menyelenggarakan *pop-up store* yang bertempat di Mall Central Park, Jakarta Barat. Tidak hanya fokus terhadap *pop-up store*, *brand* juga mengundang beberapa KOL, seperti Arbani Yaziz, Elina Joerg, dan Jeje Soekarno. *Pop-up store* ini juga bertujuan untuk menampilkan koleksi *Fall/Winter 2024* dengan konsep *Tennis Athleisure* dari produk EA7. Hal ini dikarenakan EA7 merupakan salah satu *brand fashion* yang *positioningnya sporty & active wear* sehingga konsumen produk akan merasakan kenyamanan, *elegan dan stylish*.

Dalam melakukan *editing pop-up store* EA7 yang bertempat di Central Park ini, penulis juga disampaikan terkait dengan *brief* secara komunikasi langsung untuk fokus terhadap menghilangkan objek manusia dan peralatan yang cukup mengganggu fokus. Hal ini dikarenakan foto yang diedit oleh penulis akan digunakan sebagai publikasi di media massa, sehingga memerlukan perhatian terhadap hal-hal detail yang terperinci. Sama seperti proyek sebelumnya, penulis melakukan penyortiran foto yang dilakukan dengan tim *graphic design* lainnya. Setelah melakukan sortir foto, penulis kemudian secara langsung masuk ke dalam tahapan *editing*, seperti menghilangkan objek yang mengganggu, meluruskan foto jika miring, serta *retouch* terhadap KOL.

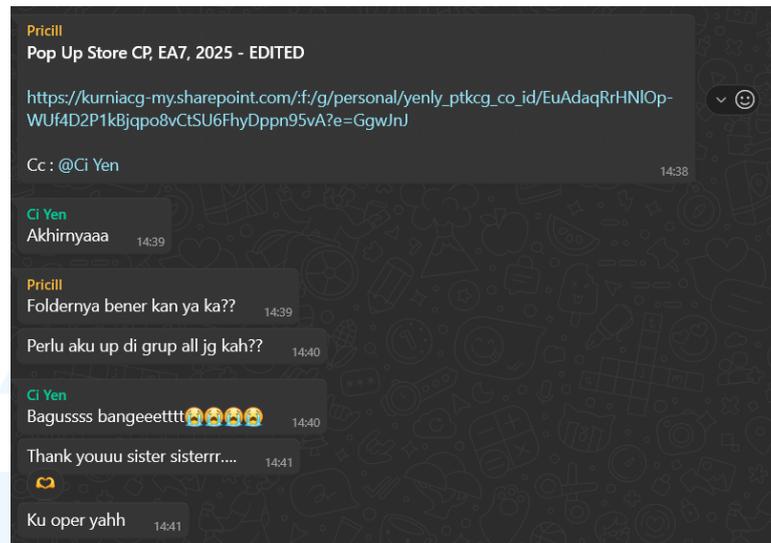
Penyuntingan foto EA7 Pop Up Store di Mal Central Park ini memiliki tantangan bagi penulis untuk memerhatikan kontras dari foto yang mengupayakan agar foto berikut dapat menghasilkan *mood* yang sesuai dengan *USP brand*, yaitu *casual sporty* namun terlihat eksklusif. Penciptaan *mood* pada foto memanfaatkan permainan kontras pada foto yang terdiri dari gelap terang cahaya untuk menentukan titik fokus *subject*

dan *product* dari EA7 sendiri. Kontras sendiri dapat muncul dari perpaduan warna-warna yang posisinya saling berseberangan pada lingkaran warna, atau dari tiga warna yang membentuk segitiga seperti merah, kuning, dan biru, serta dari empat warna seperti kuning, biru kehijauan, ungu, dan merah (Putra & Manesah, 2024). Hal ini sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam foto yang hasil keseluruhannya juga mencakup warna dominan biru, kuning, merah, dan orange yang merupakan golongan warna kontras.



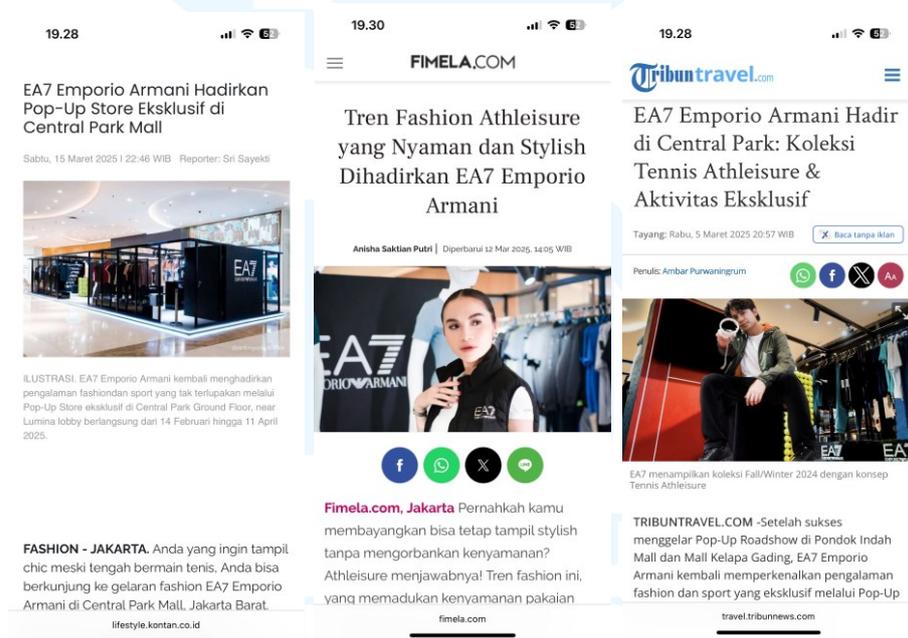
Gambar 3.21 Proses Photo Editing KOL EA7 di Central Park

Dalam proses *editing* KOL, penulis memerlukan ketelitian terhadap setiap detail yang mengganggu, seperti pantulan cahaya yang mengganggu. Oleh karena itu, penulis melakukan *retouching* foto secara *extra* untuk menghasilkan foto yang rapi dan sesuai dengan *guideline* yang berlaku pada brand EA7. Setelah melanjutkan proses *editing* secara keseluruhan foto, penulis dan tim melakukan pengumpulan *file* melalui *onedrive* perusahaan kepada *supervisor*. Penulis memperoleh *feedback* yang baik atas proyek *editing* foto yang telah dikerjakan.



Gambar 3.22 *Feedback* dari *Supervisor* Photo Editing EA7 Central Park

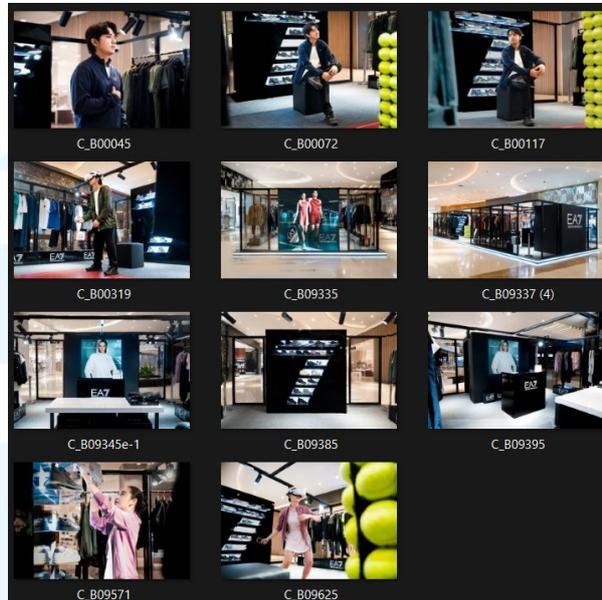
Proyek yang dikerjakan oleh penulis juga diliput dalam beberapa artikel berita yang memuat mengenai *pop-up store* EA7, seperti *lifestylekontan.com*, *tribunnews.com*, dan *fimela.com*.



Gambar 3.23 Implementasi *Photo Editing* EA7 X Payakumbuh di Media

Foto yang digunakan dalam media masa merupakan hasil dari editan penulis beserta dengan tim *graphic design* lainnya. Dan terdapat

juga beberapa hasil dari foto yang diedit oleh penulis pribadi, yaitu sekitar 11 foto.



Gambar 3.24 Hasil Photo Editing EA7 di Central Park

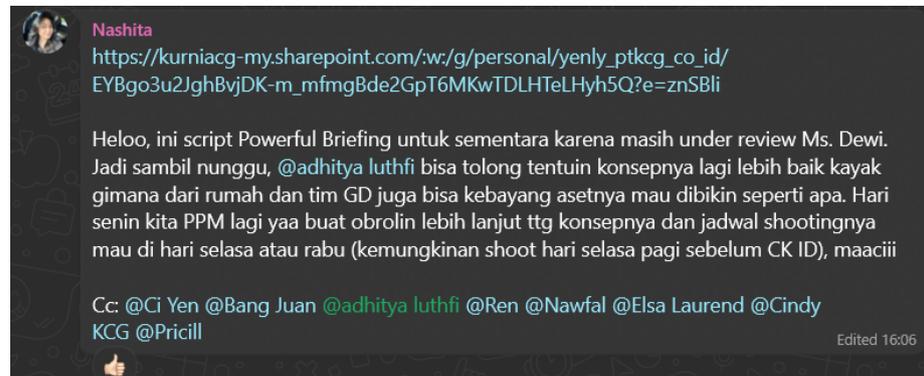
Berikut merupakan keseluruhan foto yang diedit oleh penulis dengan memanfaatkan *software* Adobe Photoshop dengan memerhatikan fokus *object* dan produk brand dengan memanfaatkan teori prinsip kontras dalam pengaplikasian *color grading*.

3.4.3 Proyek Perancangan Aset Animasi *Powerful Briefing*

Proyek perancangan aset animasi *Powerful Briefing* merupakan tugas utama yang penulis peroleh dari departemen *Learning and Development*. Aset animasi ini nantinya akan menjadi bagian dari *interactivity* pada *video learning* sehingga konten yang disajikan tidak terkesan terlalu monoton. Tujuan pembuatan video *Powerful Briefing* merupakan pembelajaran yang diberikan kepada *Supervisor Sales Asisstant* yang bertugas setara dengan *store manager* dan bertanggung jawab terhadap *Sales Assistant* dibawahnya.

Powerful Briefing berfungsi untuk membimbing *Supervisor Sales Assistant* dalam memimpin *briefing* harian secara efektif, dengan membangun semangat tim, menyampaikan target dan pencapaian, mengatasi hambatan, mendelegasikan tugas, serta menciptakan

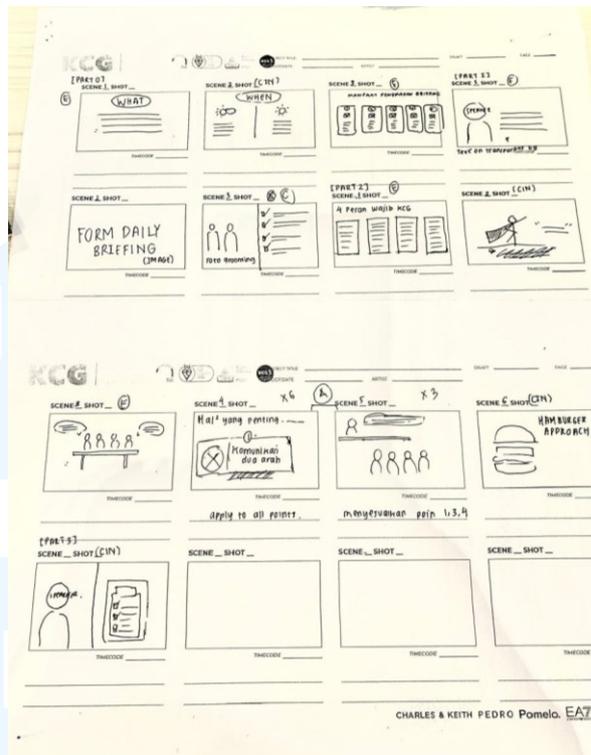
komunikasi dua arah yang positif dan membangun, sehingga *briefing* menjadi alat untuk mencapai target dan mengembangkan tim secara menyeluruh.



Gambar 3.25 *Brief Script Video Learning Powerful Briefing*

Sebelum memulai perancangan aset animasi, penulis perlu membaca *script* dari *scriptwriter* untuk mencocokkan *part video* yang bisa diaplikasikan dengan animasi. Setelah membaca, penulis melakukan pencatatan *part* dan memikirkan referensi animasi yang ingin dibuat dan sesuai dengan *video* yang akan ditampilkan. Secara *brief*, penulis diminta untuk membuat animasi yang sederhana, sehingga keseluruhan ide yang telah diperoleh, penulis tuangkan dalam bentuk *storyboard* bersama tim.

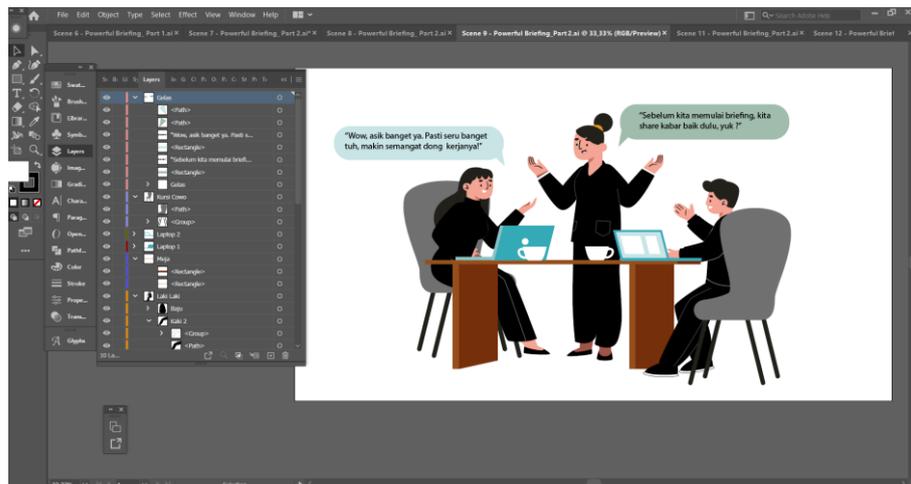
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.26 Storyboard Video Learning Powerful Briefing

Pembuatan *storyboard* ini kemudian nantinya akan didigitalisasi yang akhirnya akan dianimasikan oleh *editor* di tim *Production*. Dalam konten video *Powerful Briefing* terbagi menjadi 4 *part* utama, yang terdiri dari *part 0* (*introduction*), *part 1*, *part 2*, dan berakhir pada *part 3*. *Part 0* dari video *learning* merupakan tahapan dimana perkenalan mengenai *Powerful Briefing*. Sementara pada *part 2* dan *3* merupakan tahapan inti dari video *Powerful Briefing*. Terdapat juga penutupan mengenai video yang berisi kesimpulan mengenai video pembelajaran berikut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.27 Proses Pengerjaan Digitalisasi Aset Video Learning

Setelah membuat *storyboard*, penulis melanjutkan proses digitalisasi aset *video learning* yang diaplikasikan pada Adobe Illustrator. Selain membuat aset, penulis juga merapikan *layer* dari hasil ilustrasi agar dapat memudahkan proses editor dalam memproses *motion graphic editing*.

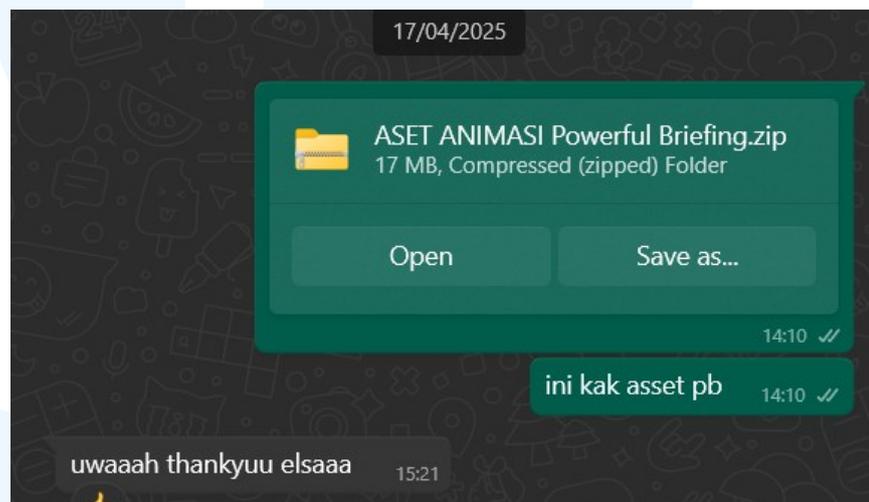


Gambar 3.28 Hasil Digitalisasi Aset Animasi *Video Learning Powerful Briefing*

Pada hasil karya final, penulis juga melakukan penerahan *file* Adobe Illustrator serta aset animasi yang telah dibuat oleh penulis bersama dengan tim lainnya untuk diserahkan kepada tim *production*. Menurut Museum Ilustrasi Nasional Rhode Island, USA, penggunaan suatu ilustrasi yang lebih menekankan interaktif pada karya *video* edukasi mempermudah penyampaian ide, gagasan maupun suatu pemikiran (Witabora, 2012; Mujibudzikri, 2021). Selain memanfaatkan ilustrasi, penulis juga

memanfaatkan permainan warna yang mampu menarik perhatian audiens dan memperjelas pesan secara visual.

Warna yang digunakan merupakan warna *identity* PT. KCG yang terdiri dari warna biru aqua, hijau muda dan juga hijau tua. Berdasarkan teori psikologi warna dalam buku *Color Design Workbook*, terdapat makna pada warna biru yang memiliki arti kekayaan pengetahuan dan kecerdasan. Sedangkan warna hijau memiliki arti yang berhubungan dengan development yang terus bertumbuh dan berkembang dalam mencapai visi dan misi (Adams & Stone, 2017). Pada tahapan akhir, proses penyerahan karya yang telah dibuat, diserahkan melalui whatsapp dengan *format file* yang digabungkan dalam satu *file zip*.



Gambar 3.29 Penyerahan Aset Animasi *Powerful Briefing* ke Tim Production

Proses ini dilanjutkan dengan pembuatan *motion graphic* yang akan diselipkan pada beberapa pertengahan video sesuai dengan konteks yang telah disusun oleh *scripwriter*. Oleh karena itu, penulis juga telah membagi file dalam beberapa bagian dan membuat penamaan yang sesuai dengan format yang telah dibuat pada *storyboard* sebelumnya.

3.5 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang di PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang juga terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis sebagai mahasiswa yang memiliki pengalaman magang pertama. Kendala yang dihadapi penulis berasal dari pihak

internal (penulis sendiri) maupun pihak eksternal (perusahaan). Namun, dari setiap kendala yang dihadapi oleh penulis juga diatasi dengan beberapa solusi.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama berlangsungnya proyek *internship* di PT. KCG, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis, salah satunya adalah jarak tempuh. Penulis membutuhkan perjalanan dengan kurang lebih satu setengah jam untuk ke lokasi magang dengan menggunakan transportasi umum. Selain itu, terdapat juga permasalahan penulis dalam kurangnya suatu inisiatif dalam bekerja sehingga terkesan kurang aktif dan tidak menunjukkan antusiasme. Hal ini dikarenakan magang berikut merupakan pengalaman pertama penulis. Terdapat juga permasalahan pada manajemen waktu saat memiliki proyek yang banyak secara bersamaan dengan tenggat waktu yang cukup singkat. Hal ini dikarenakan penulis yang belum terlalu handal dalam sebagian proyek yang merupakan *editing* foto, sehingga dalam pengerjaannya penulis beberapa kali sering terhambat karena keterbatasan pengetahuan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, penulis mengatasi kendala jarak tempuh yang cukup jauh dengan mengatur waktu keberangkatan lebih awal agar tidak terburu-buru dan tetap tiba tepat waktu di lokasi magang. Selain itu, penulis juga bisa mempertimbangkan alternatif transportasi yang lebih efisien atau mencoba merencanakan perjalanan secara lebih strategis agar perjalanan terasa lebih ringan, misalnya dengan memanfaatkan waktu di perjalanan untuk membaca materi terkait magang atau merencanakan pekerjaan hari itu. Terkait kurangnya inisiatif dalam bekerja, penting bagi penulis untuk mulai membiasakan diri bersikap aktif, seperti menawarkan bantuan ketika melihat rekan kerja membutuhkan atau mengajukan pertanyaan ketika ada tugas yang belum dipahami. Hal ini dapat membangun kepercayaan diri dan menunjukkan antusias, terlebih karena pengalaman magang ini merupakan langkah awal penulis mengenal dunia kerja secara langsung.

Sementara dalam hal manajemen waktu, penulis perlu mulai mengatur skala prioritas dan membuat *to-do list* harian untuk membagi waktu pengerjaan proyek secara lebih terorganisir. Selain itu, mengenali batas kemampuan dan memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk tiap tugas juga penting agar semua pekerjaan bisa selesai tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas. Untuk mengatasi hambatan teknis dalam mengerjakan proyek *editing* foto, penulis sebaiknya memanfaatkan waktu di luar jam kerja untuk memperdalam keterampilan melalui tutorial *online* atau berdiskusi dengan rekan kerja yang lebih berpengalaman. Dengan begitu, penulis dapat meningkatkan kemampuan secara bertahap dan menjadi lebih percaya diri dalam menyelesaikan proyek serupa ke depannya.

