

## BAB III

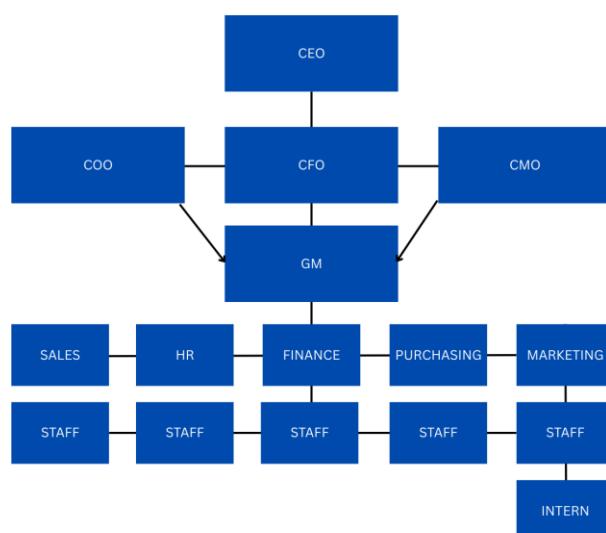
### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Setelah penulis diterima secara resmi pada PT Telaga Kreasi Garmindo, penulis ditetapkan sebagai pegawai magang di dalam divisi *marketing* yaitu, desain grafis yang bertanggung jawab untuk membantu keperluan desain dalam membuat kebutuhan desain untuk perusahaan. Alur kerja yang diterapkan pada perusahaan ini dimulai dari arahan CMO kepada GM (*general manager*) lalu GM (*general manager*) meneruskan *briefing* dari CMO kepada divisi-divisi seperti *marketing*, *finance*, *purchasing*, dan lainnya. Setelah diberikan kepada divisi baru *supervisor* meneruskan kepada pegawai magang. Berikut merupakan kedudukan penulis selama melaksanakan program magang:

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

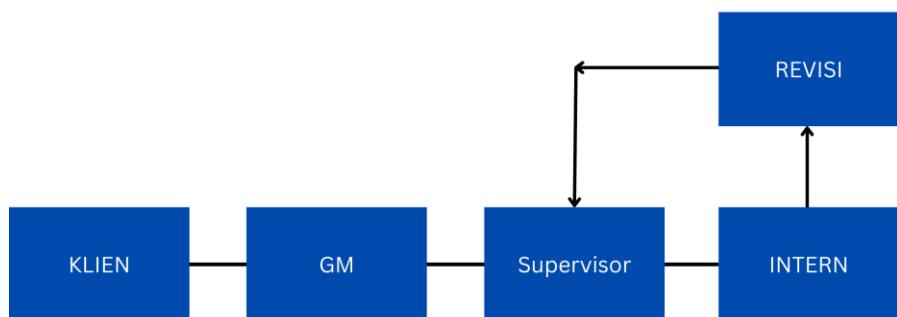
Kedudukan penulis dalam perusahaan PT Telaga Kreasi Garmindo merupakan pegawai magang dalam divisi *marketing*, desain grafis. Dalam struktur perusahaan, penulis berada di bawah divisi *marketing* yang terdiri dari *manager*, *staff*, *legal staff* dan *intern* atau pegawai magang.



Gambar 3.1 Struktur Perusahaan

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan program magang, penulis mendapatkan tugas dari *supervisor* dan terkadang dari CFO langsung. Alur komunikasi berawal dari klien kepada general manager, kemudian diteruskan kepada *supervisor* dan terakhir *supervisor* meneruskan kepada penulis. *General manager* dan *supervisor* akan merangkum apa saja yang harus dikerjakan dalam proyek dan diberikan waktu *deadline* tergantung seberapa besar proyeknya. Berikut ini contoh alur komunikasinya:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis selama menjalankan program magang di PT. Telaga Kreasi Garmindo yaitu, mendesain *lookbook*, mendesain *template instagram story* dan *post* serta membuat *video reels* untuk dipublikasikan melalui sosial media perusahaan. Hasil dari desain tersebut ada yang dipublikasikan setelah dibuat dan di *approve* ada juga yang *pending* menunggu waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan. Berikut merupakan *daily task* yang telah penulis lakukan selama 4 bulan menjalankan program magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

| Minggu | Tanggal         | Proyek                 | Keterangan   |
|--------|-----------------|------------------------|--|
| 1      | 20—25 Juli 2025 | <i>Company Profile</i> | Memasukan aset logo-logo klien dan membuat beberapa bagian katalog |

|    |                               |  |  |
|----|-------------------------------|--|--|
| 2  | 28 Juli -01 Agustus 2025      | <i>Social Media</i>                                  | Membuat desain instagram story dan whatsapp.   |
| 3  | 04-08 Agustus 2025            | <i>Banner dan content plan</i>                       | Membuat <i>banner</i> untuk 17 Agustus dan <i>content plan</i> mingguan.   |
| 4  | 11-15 Agustus 2025            | <i>Content plan</i> dan fotografi                    | Ikut serta dalam fotografi produk dan melanjutkan ide <i>content plan</i> .  |
| 5  | 18-22 Agustus 2025            | <i>Content plan</i>                                  | Mencari referensi desain <i>social media</i> .   |
| 6  | 25-29 Agustus 2025            | <i>Content plan</i>                                  | Mulai mendesain <i>content plan</i> #1 yang berupa instagram post.   |
| 7  | 01-04 September 2025          | <i>Shooting video</i> dan fotografi produk           | Ikut serta menjadi <i>videographer</i> untuk menunjukan proses <i>cutting</i> dan menjahit di bagian produksi.             |
| 8  | 08-12 September 2025          | <i>Lookbook</i>                                      | Mulai mendesain proyek besar <i>lookbook catalog</i> 2025.   |
| 9  | 15-19 September 2025          | Katalog & <i>social media</i>                        | Menunjukan hasil desain kepada <i>supervisor</i> dan melanjutkan desain untuk <i>social media</i> instagram.               |
| 10 | 22-26 September 2025          | <i>Social Media</i>                                  | Mendesain <i>template</i> instagram story dan whatsapp.  |
| 11 | 29 September- 03 Oktober 2025 | Prompting foto produk                                | Menggunakan <i>prompt</i> untuk mendapatkan foto-foto model yang akan ditampilkan pada <i>social media</i> .               |
| 12 | 06-10 Oktober 2025            | Desain <i>template</i>                               | Membuat desain <i>template</i> dan alternatifnya untuk <i>social media</i> .   |
| 13 | 13-17 Oktober                 | Referensi, ide <i>content plan</i>                   | Mencari referensi untuk <i>content plan</i> selanjutnya.   |
| 14 | 20- 4 Oktober 2025            | Revisi konten <i>reels</i> dan <i>instagram post</i> | Revisi hasil <i>video reels cutting</i> dan jahit untuk <i>social media</i> instagram.                                     |
| 15 | 27 - 31 Oktober 2025          | <i>Lookbook</i> , <i>template</i> <i>banner</i>      | Menambahkan beberapa aset foto dan desain ke dalam <i>lookbook</i> dan melanjutkan desain <i>template</i> instagram story. |

|    |                  |  |   |
|----|------------------|--|---|
| 16 | 03-07 November   | Desain <i>template</i> dan <i>lookbook</i>       | Melakukan <i>approval</i> desain <i>template</i> dan <i>lookbook</i> kepada <i>supervisor</i> dan CFO perusahaan.         |
| 17 | 10 November 2025 | Acc <i>template design</i> , dan <i>lookbook</i> | Melakukan revisi dan <i>final approval</i> kepada <i>supervisor</i> dan CFO perusahaan untuk <i>publish</i> hasil desain. |

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis melakukan program kerja magang pada perusahaan PT Telaga Kreasi Garmindo selama 3 bulan, dalam masa magang tersebut penulis sudah mengerjakan beberapa proyek untuk perusahaan. Proyek tersebut antara lain *banner* 17 agustus kemerdekaan Indonesia, *Instagram post*, *video* untuk *Instagram reels*, *template* desain *Instagram story* serta *whatsapp* dan merancang desain *lookbook catalog* 2025 untuk *website* perusahaan. Proyek yang disebutkan memiliki kegunaan masing-masing untuk mempromosikan perusahaan lebih luas pada *social media*, berikut merupakan uraian dari proyek yang sudah penulis lakukan pada PT Telaga Kreasi Garmindo:

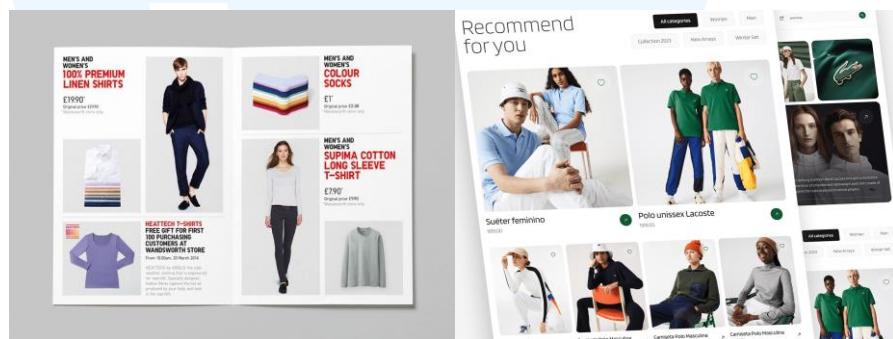
#### 3.3.1 Perancangan *Lookbook Catalog* 2025

Pada pelaksanaan program magang, penulis memilih salah satu proyek utama yaitu perancangan *lookbook catalog* 2025 untuk *website* perusahaan. Penulis memilih proyek ini karena proyek ini merupakan proyek pertama perusahaan untuk membuat *lookbook catalog* di *website*. Tujuan dibuatnya *lookbook* ini untuk menunjukan dan mempromosikan katalog-katalog yang perusahaan pernah buat. *Lookbook* ini juga bertujuan untuk membangun *brand awareness* dari segi daya tarik visual yang konsisten. Sebelumnya, *lookbook catalog* sudah pernah dibikin dalam beberapa halaman. Penulis di *briefing* untuk melanjutkan proyek ini, merapihkan dan menambahkan beberapa halaman. Penulis juga merasa terhormat karena dipercayakan oleh *supervisor* dan atasan untuk melanjutkan desain proyek ini sebaik mungkin yang nantinya akan digunakan pada *website* perusahaan. Proses dimulai dengan pertemuan pertama penulis dengan *supervisor* dan atasan. Penulis di

*briefing* bahwa selama magang di perusahaan ini, penulis akan ditugaskan untuk melanjutkan desain *lookbook* yang sudah di buat oleh perusahaan. Namun ada beberapa tugas lain seperti mendesain *instagram story*, *banner*, *video* dan lainnya.

### 3.3.1.1 Referensi

*Supervisor* memberikan referensi untuk *lookbook catalog* dengan tipe desain minimalis modern menyesuaikan dengan tema pada *website* perusahaan. Supervisor memberikan referensi dari brand terkenal seperti, LaCoste, H&M dan Uniqlo. Karena *lookbook* brand-brand tersebut memiliki desain yang diinginkan oleh perusahaan. Berikut merupakan contoh referensinya:

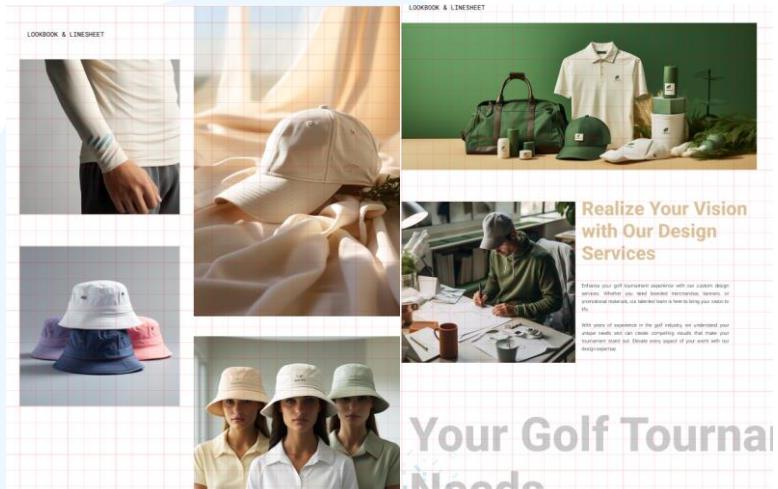


Gambar 3.3 Referensi *Lookbook*

*Supervisor* juga meminta agar tampilan yang dibuat untuk *lookbook* nanti, desainya mirip dengan *lookbook catalog* brand-brand tersebut yang menggunakan dominan *modular grid* dan *column grid* untuk penempatan *layout* teks dan gambar. *Supervisor* dan atasan meminta penulis untuk melanjutkan pembuatan desain *lookbook*-nya menggunakan aplikasi Canva dan Figma karena menurut mereka, aplikasinya mudah digunakan. Ada beberapa aset dan *layout* yang telah jadi di Figma, ada juga yang telah jadi di Canva. Jadi jika suatu saat ada yang harus dirubah dan penulis sudah selesai magang disana, perusahaan bisa mengaksesnya dan mengubahnya dengan mudah. Penulis tidak diharuskan untuk menyelesaikan proyek ini sampai selesai. Namun penulis diminta untuk *layouting* dasar, memasukan

*catalog-catalog* yang sudah dibuat, menentukan pemilihan warna dan mengisi yang masih kosong.

### 3.3.1.2 Layout

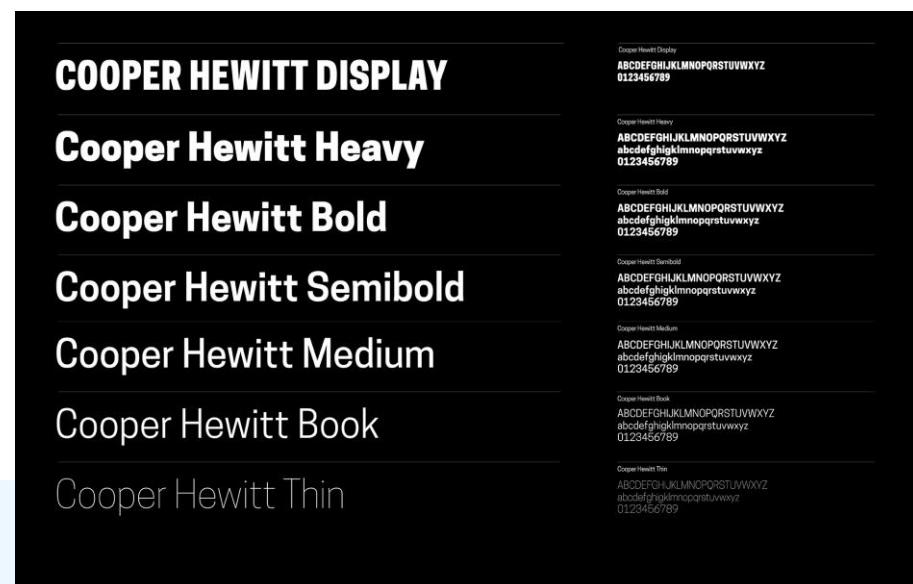


Gambar 3.4 Layout Dasar Lookbook

Setelah mendapatkan arahan dan referensi dengan jelas, penulis mulai menyusun satu per-satu kebutuhan untuk desain. Penulis mulai memasukan aset-aset foto, membuat *layout* dasar, membuat beberapa penanda untuk memisahkan antar aset, dan lainnya di *website* figma yang *project*-nya sudah dibuat oleh perusahaan. Penulis menyusun *layout* sesuai dengan permintaan *supervisor* dan halaman yang sudah dibuat.

### 3.3.1.3 Font Title

Kemudian untuk pemilihan font, CFO dan *supervisor* menyarankan untuk menggunakan font *Cooper Hewitt* sebagai *title* dan *heading*. Font ini dianggap menonjol dan memiliki karakter beda dari font lain menurut CFO perusahaan. Menurut beliau, font ini juga cocok untuk konsep *lookbook* perusahaan yang ingin menunjukkan sisi modern minimalis. Berikut merupakan font *family* dari *Cooper Hewitt*:



Gambar 3.5 Font Family Cooper Hewitt

Font ini juga sering digunakan oleh beberapa perusahaan di bidang fashion sebagai title dari *banner*, *lookbook*, *website* dan lainnya. Font *family* yang digunakan yaitu, *Cooper Hewitt Bold* agar kesan sebagai *title* dan *headings* pada *lookbook*-nya menonjol dan bisa membedakan antara *body text* dan *headings*. Berikut merupakan contoh penggunaan font *Cooper Hewitt* di *Look Book*:

01

## MAIN PAGE



Gambar 3.6 Penggunaan pada *Lookbook*

Sebelumnya, CFO perusahaan sudah pernah memakai font *Poppins*. Tetapi, menurut beliau font *Poppins* kurang menonjol dan kurang cocok sebagai *title* dan *headings*. Oleh karena itu, beliau ingin mengubah pada *lookbook* yang akan di desain ulang ini. Maka dari itu, beliau menyarankan menggunakan font *Cooper Hewitt* karena sudah beliau coba pada *title* dan *headings* di *lookbook*.

### 3.3.1.4 **Font Body Text**

Untuk bagian *body text*, CFO dan *supervisor* menyarankan untuk memakai font Roboto karena memiliki karakteristik yang mudah dibaca, tidak tajam, mengganggu dan termasuk ke dalam tipe font sans serif. Font *family* yang digunakan adalah versi *lightnya*. Karena untuk versi normal memiliki kesan yang “berat” tidak memiliki karakteristik seperti *body text*. Berikut merupakan font Roboto dan penggunaanya dalam *lookbook*:



Gambar 3.7 Font Roboto

### 3.3.1.5 **Color Palette**

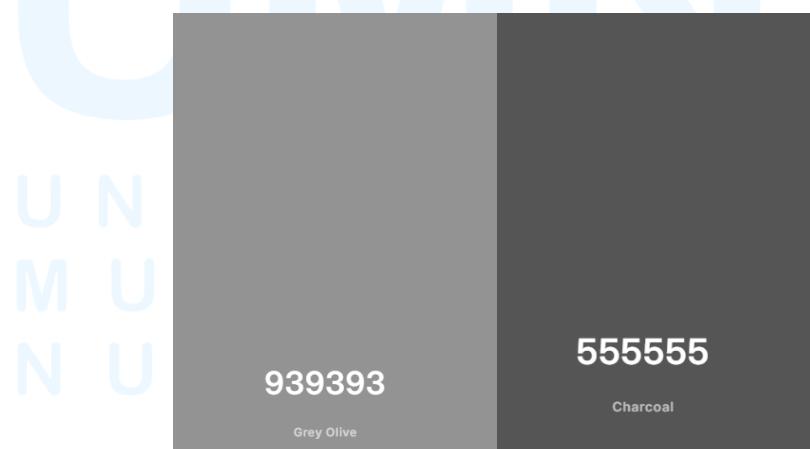
Untuk pemilihan warna sendiri, masih menggunakan warna putih. Karena CFO dan *supervisor* masih belum menentukan akan dikasih *background* dengan tema warna apa. Oleh karena itu,

*supervisor* menyuruh penulis untuk memberikan warna putih saja agar netral dengan aset yang akan digunakan pada *lookbook*. Berikut kode warna *background* yang akan digunakan:



Gambar 3.8 Kode Warna Putih

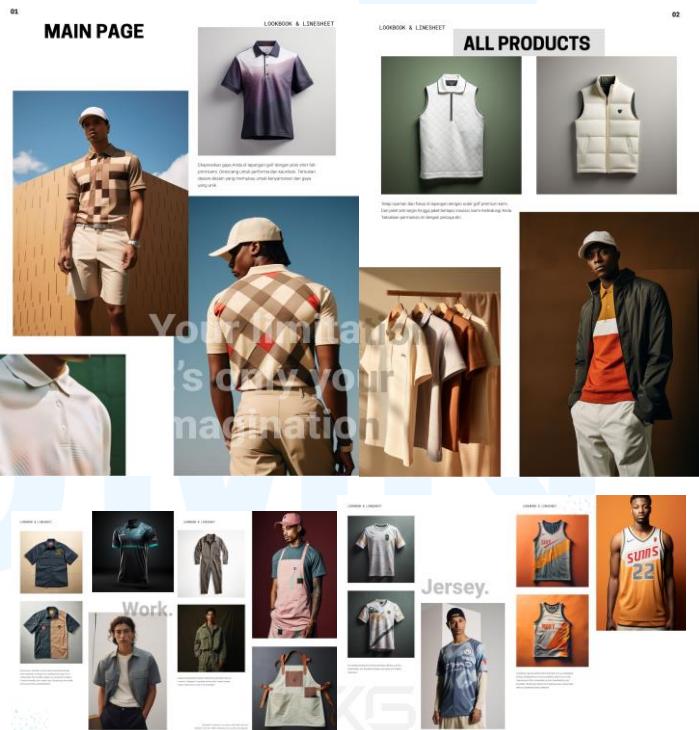
*Supervisor* sempat memberi tahu kepada penulis bahwa akan menggunakan alternatif 2 warna yang berbeda, yaitu: *grey olive* dan *charcoal*. Menurut *supervisor* warna ini juga memberikan kesan netral terhadap aset yang akan digunakan dan tidak menyatu dengan aset tersebut. Tetapi, kedua warna ini belum mendapat *approval* dari CFO perusahaan. Jadi untuk sementara masih menggunakan warna putih. Berikut merupakan kode warnanya:



Gambar 3.9 Alternatif Warna

### 3.3.1.6 *Layout Fix*

Setelah menentukan dan menggunakan warna *background* sesuai arahan dari *supervisor* dan CFO, penulis melanjutkan pengembangan lebih dalam lagi terhadap layout dan desainnya. Penulis juga memasukan beberapa asset sesuai dengan kategori dan memasukanya per-katalog. Misalkan *t-shirt*, maka isinya *t-shirt* semua beserta foto model. Satu halaman diisi dengan satu katalog sesuai dari arahan yang telah diberikan oleh *supervisor*. *Supervisor* meminta *layout* yang mirip dengan *lookbook* pada referensi yang sudah diberikan karena *layout* tersebut mudah untuk dilihat, dibaca, dipahami dan masuk ke dalam konsep modern minimalis yang diinginkan oleh perusahaan.

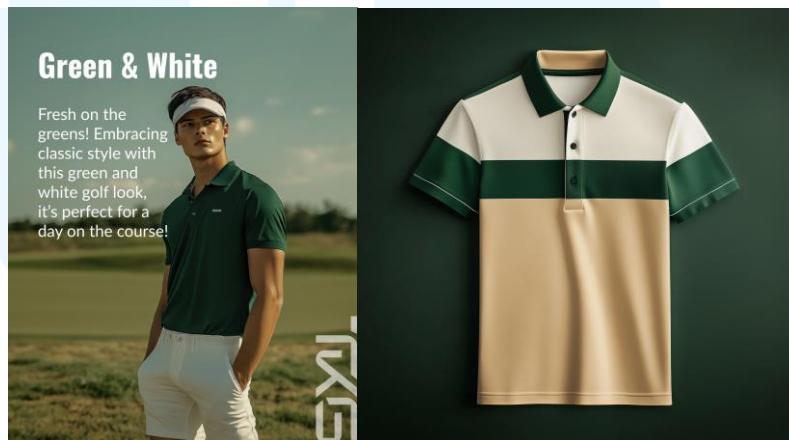


Gambar 3.10 *Layout Fix Lookbook*

### 3.3.1.7 Penggunaan AI

Kemudian untuk foto model, diciptakan menggunakan AI sesuai dari *briefing* yang telah diberikan oleh *supervisor* dan atasan. Dengan tujuan untuk mengurangi *cost* untuk produk, maka penulis

menggunakan AI dari aplikasi discord yaitu, *MidJourney*. Contoh beberapa *prompt* AI yang penulis lakukan yaitu, “*A photography of T-shirt in 3 stripes color, add green, beige and white color. “Clean composition, natural lighting, add lighting like a commercial product”*. “*A photography of male model wearing green t-shirt, white pants and a cap. Golf field on the background, add depth of field, focus on the model, natural lighting, morning sun lighting*. Berikut merupakan hasil *prompt* AI yang telah penulis lakukan:



Gambar 3.11 Contoh Hasil AI

Untuk *prompt* yang digunakan, penulis diajarkan langsung oleh CFO perusahaan agar AI bisa menghasilkan apa yang diinginkan oleh perusahaan dan hasilnya maksimal. Kemudian setelah AI menghasilkan gambar, penulis harus memilih beberapa alternatif yang bagus dan kemudian diasistensikan langsung kepada *supervisor* ataupun CFO. Berikut merupakan contoh alternatif gambar hasil *prompt* AI:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

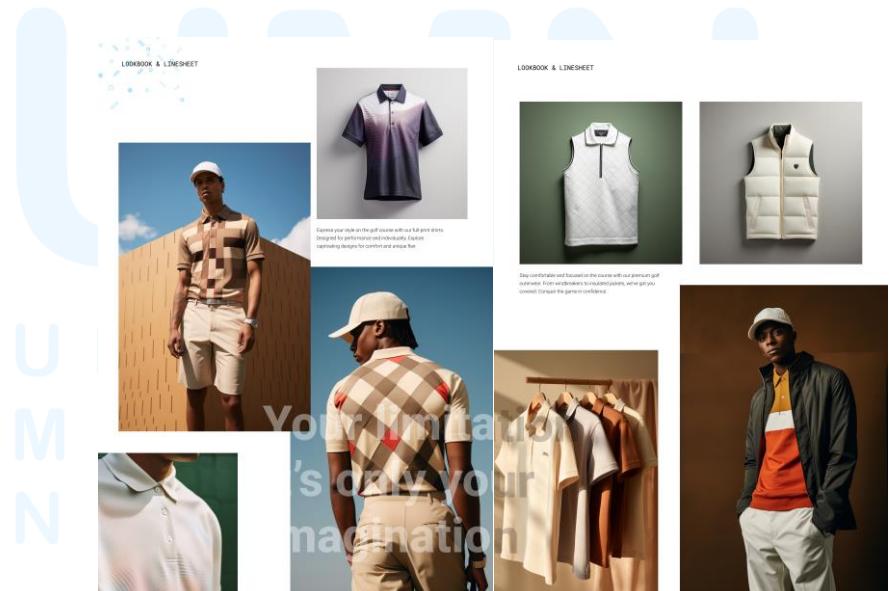


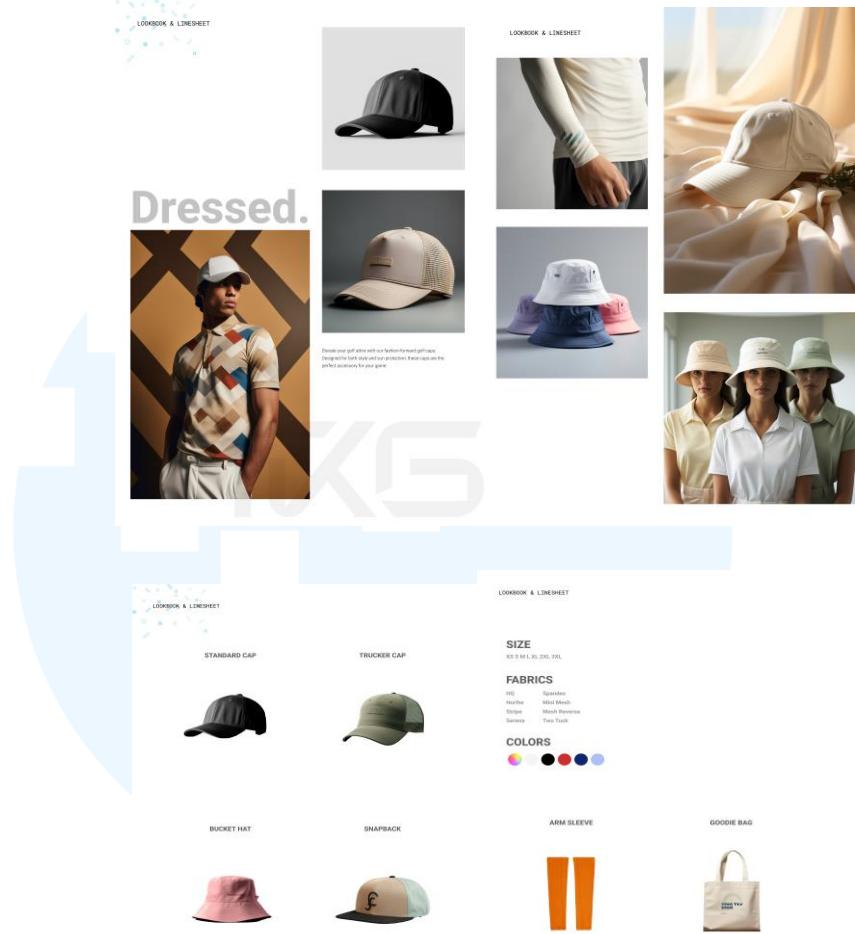
Gambar 3.12 Alternatif Gambar AI

Dari hasil alternatif gambar yang telah di *generate* oleh AI, penulis biasanya akan memilih dua gambar yang akan diasistensikan langsung kepada *supervisor*. Jika gambarnya sudah ok, maka penulis melanjutkan untuk proses *removing background* dan lanjut ke tahap desain.

### 3.3.1.8 Hasil Desain

Penulis membuat desain dalam kurun waktu 3 bulan dengan total halaman yaitu, 18 *pages*. Desain ini telah melewati berbagai macam revisi dari *supervisor* dan CFO perusahaan. Berikut merupakan hasil desain *lookbook* yang telah di *approve* oleh *supervisor* dan CFO perusahaan:





Gambar 3.13 Hasil Desain *Look Book*

6 *pages* yang ditampilkan pada gambar diatas, akan ditampilkan pada halaman utama *website* perusahaan. Penulis membuat 6 *pages* ini 2 minggu setelah memulai program magang karena perusahaan lagi butuh secepatnya untuk menjadi pedoman bagi klien atau *customer*. Selanjutnya penulis melanjutkan sisa desain 12 *pages* yang dibagi dalam waktu 2 bulan.

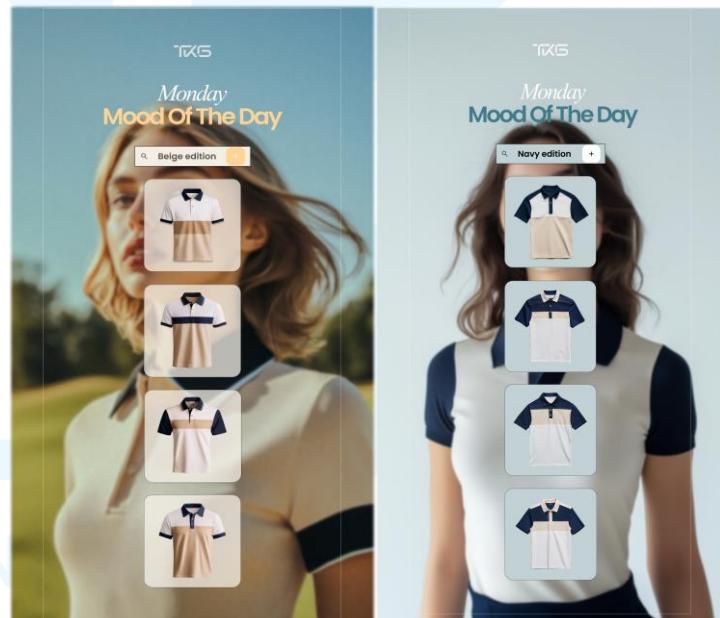
### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain mengerjakan proyek utama *lookbook*, penulis juga memiliki pekerjaan dalam pemasaran digital melalui *social media* perusahaan. Penulis membuat poster mingguan *instagram story* dan *whatsapp*, content plan, ikut

serta dalam fotografi produk, membuat *banner*, *video reels* dan *instagram post*. Ada beberapa perancangan yang tidak sempat penulis buat dari rangkaian sketsa dikarenakan perancangannya sudah berbentuk dalam template yang telah disediakan oleh CFO perusahaan. Penulis tinggal melanjutkan, mengubah variasi desain sesuai konsep dan menambahkan aset-aset yang memang diperlukan. Berikut merupakan poyek yang penulis kerjakan:

### 3.3.2.1 Proyek Instagram Story “Mood Of The Day”

Dari awal masuk menjalankan program magang, penulis diminta untuk membuat desain *template* yang berisi *catalog* baju dan harus diperbarui setiap minggu pada hari senin. Misalkan, minggu ini yang ditampilkan *t-shirt* berwarna coklat maka minggu depan ditampilkan dengan warna yang berbeda, foto model yang berbeda dan tampilan foto produk yang berbeda.



Gambar 3.14 Proyek *Instagram Story*

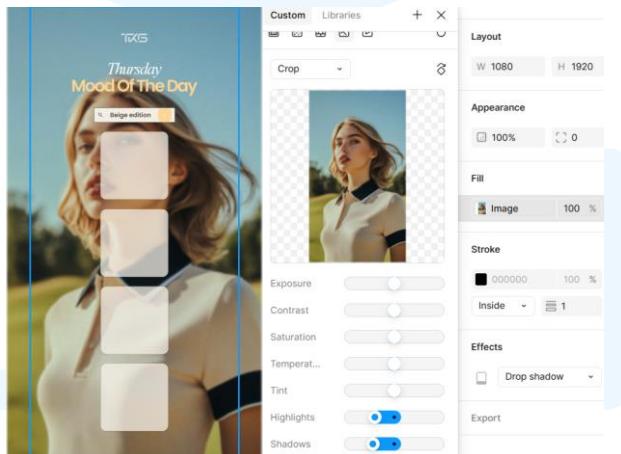
Kemudian penulis juga diharuskan untuk membuat dan mencari *title-nya* sendiri. Penulis mengajukan ide nama untuk *title* yaitu, “Mood Of The Day”, “Special Edition”, “Monday Essentials” dan “Color Collection”. Penulis mengajukan nama *title* tersebut kepada

supervisor dan CFO perusahaan dan kemudian “*mood of the day*” di *approve* untuk menjadi *title* dari *instagram story* yang akan di *upload* mingguan.



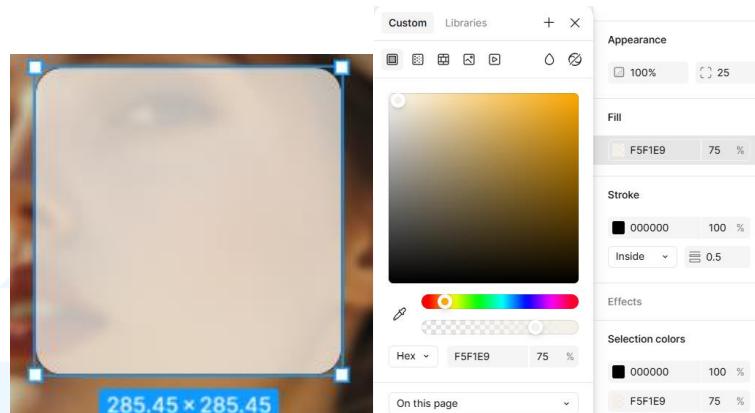
Gambar 3.15 Foto Model Proyek *Instagram Story*

Kemudian foto-foto model tersebut adalah hasil dari penggunaan AI *Midjourney* yang telah melewati proses *approval* kepada *supervisor* dan CFO perusahaan. Foto model tersebut kemudian dipakai pada desain untuk proyek *instagram story* ini.



Gambar 3.16 Proses *Editing* Foto

Penulis kemudian menambahkan *rectangle* warna putih dan mengurangi sisi kanan kirinya. Kemudian menjadikan foto model sebagai *background* dan menambahkan efek *drop shadow* untuk memberikan kesan bayangan yang *natural*. Kemudian penulis juga menurunkan *highlights* dan *shadow* untuk memberikan kesan yang agak gelap.



Gambar 3.17 Proses Membuat Variasi

Langkah selanjutnya, penulis menambahkan *shape* berbentuk kotak dengan ukuran 285.45 sama sisi dan menambahkan corner radius sebesar 25 untuk memberikan efek *rounded rectangle*. Untuk *opacity* kotaknya, penulis turunkan menjadi 75% agar tidak menutupi sepenuhnya foto model di belakang. Proses ini telah melewati beberapa revisi dari *supervisor* untuk menemukan apa yang sesuai oleh perusahaan.

### 3.3.2.2 Proyek *Instagram Post*

Untuk proyek *instagram post*, hampir mirip dengan *instagram story*. Namun isi konten yang dimasukan ke dalam desain adalah konten ajakan, pengertian atau penjelasan dari produk yang ditampilkan. Dalam *instagram post* ini, penulis menggunakan AI untuk *generate image model* yang ditampilkan. Penulis menggunakan AI *Midjourney* dari aplikasi discord. *Prompting* yang penulis lakukan telah diajarkan langsung oleh CFO perusahaan. Penggunaan AI ini, penulis lakukan sesuai arahan dari *supervisor* dan CFO perusahaan.

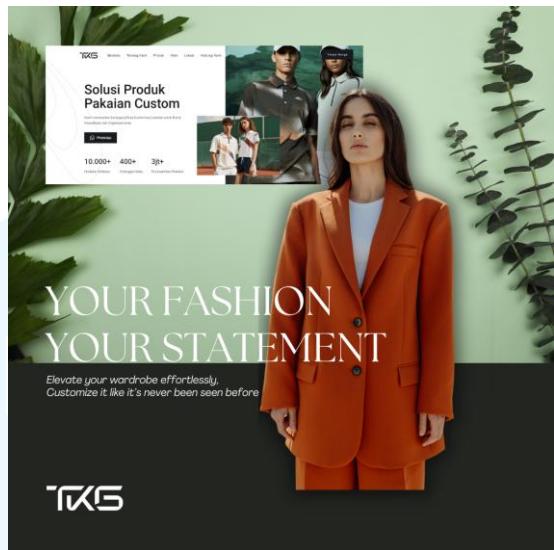


Gambar 3.18 Proyek *Instagram Post*

Setelah gambar di *generate* dan di *approve*, penulis menambahkan teks penjelasan dan *title* yang sesuai dengan gambar. Teks penjelasan dan *title* yang ditambahkan biasanya sudah diberitahu langsung oleh *supervisor*. Jadi, penulis tinggal menambahkan dan meletaknya sesuai dengan estetika gambar dan konsep. Maka dari itu, penentuan dari hasil setiap *generated image* harus melewati *approval* dari CFO perusahaan.

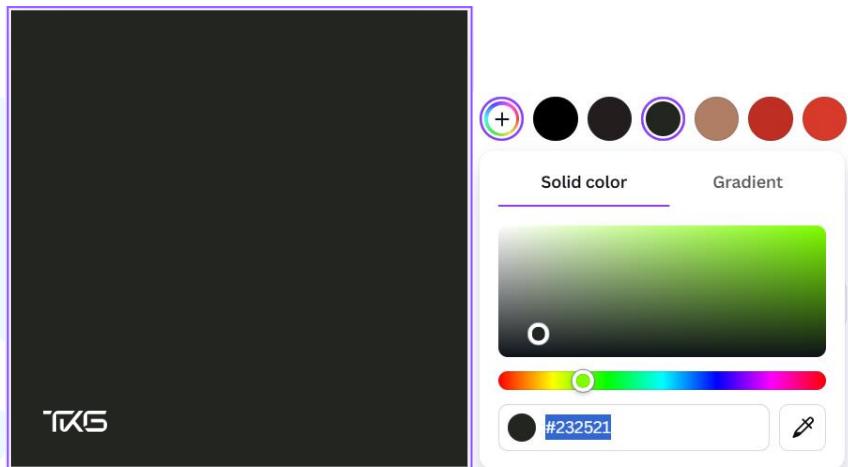
### 3.3.2.3 Proyek *Content Plan*

Content plan ini merupakan rencana konten yang harus ada di setiap bulanya. Pada awalnya *supervisor* membagi *content plan* menjadi 4 bagian. Bagian pertama berisi pemilihan generated AI image, bagian kedua merupakan *instagram post*, bagian ketiga merupakan konten desain pada hari raya tertentu dan konten keempat merupakan *banner* tambahan pada *website* perusahaan.



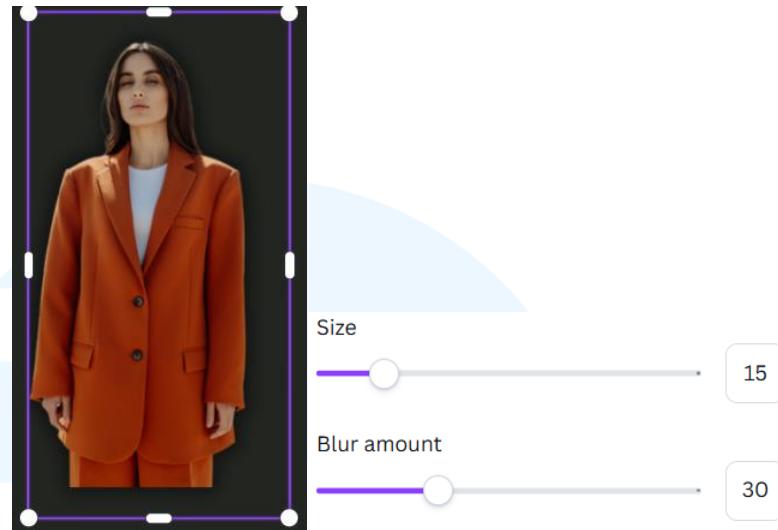
Gambar 3.19 Proyek *Content Plan*

Proyek ini seakan-akan menjadi proyek pelengkap saja yang berisikan *banner* untuk *website* dan tambahan konten pada *instagram post*. Namun karena *supervisor* lebih mengutamakan proyek *instagram story* dan *instagram post*, proyek *content plan* ini agak sedikit ditinggalkan.



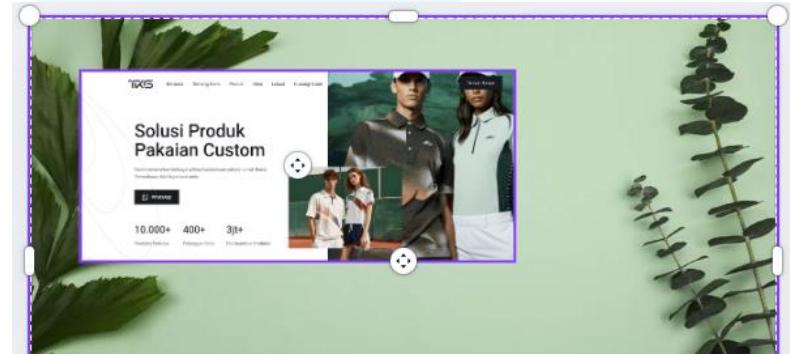
Gambar 3.20 *Editing Background Content Plan*

Pertama penulis menggunakan *template* dari perusahaan pada *website* Canva. Kemudian mengubah warna *background* menjadi *dark gray* dengan kode #232521 agar memberi kesan yang gelap namun tidak menutupi aset lain yang akan diisi.



Gambar 3.21 Proses *Editing* Foto Model

Kemudian penulis menggunakan foto model hasil AI *Midjourney* yang telah di *approve* oleh *supervisor* dan menambahkan efek *shadow* dengan ukuran 15 dan *blur* dengan ukuran 30. Agar menambahkan sedikit bayangan yang menyatu dengan *background*.



Gambar 3.22 Penambahan *Background*

Setelah menambahkan foto model, penulis menggunakan background dari *website* yang telah di *screenshot*. Tujuannya untuk memperkaya dan memperindah *background* dengan warna dan variasi berbeda. *Supervisor* juga menyarankan untuk tidak memakai satu warna *background* saja. Jadi penulis menggunakan ide ini dan telah di *approve* oleh *supervisor* langsung.



Gambar 3.23 Tagline dan Caption

Setelah menambahkan beberapa aset tersebut, penulis juga menambahkan *tagline* dan sedikit penjelasanya dibawah. *Tagline* ini penulis dapatkan langsung dari *supervisor*. Penulis hanya menaruh pada desain yang telah dibuat sesuai dengan *layout*.

#### 3.3.2.4 Proyek *Video Reels*

Untuk proyek *video reels* ini, penulis ikut serta dalam pembuatan *videonya* sebagai *videographer* langsung. *Brief* yang diberikan oleh *supervisor* yaitu, merekam proses jahit dan *cutting* pada bagian produksi, *video* berdurasi sekitar 15-20 detik, dan membuat *video* dengan konsep *cinematic* yang tidak bertele-tele. Tujuan pembuatan *video* ini untuk memperlihatkan proses pembuatan pakaian klien yang tidak bisa dilihat secara langsung.



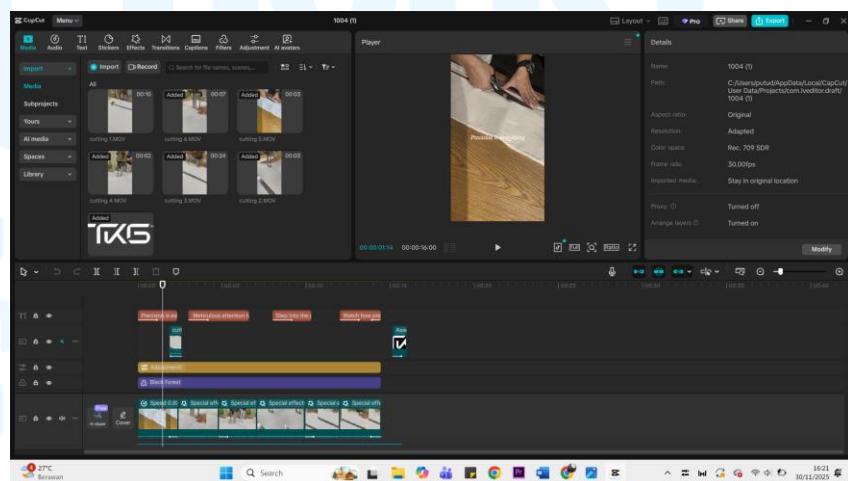
Gambar 3.24 *Video Reels* Uniqlo  
Sumber: <https://www.instagram.com/@uniqlo>

Referensi yang diberikan oleh *supervisor* yaitu, *video reels* dari profil instagram Uniqlo yang menunjukan bagaimana cara pembuatan celana jeans mereka. Pada *video reels* tersebut, ditunjukan semua prosesnya dan berdurasi selama 15 detik dengan konsep *video cinematic*.



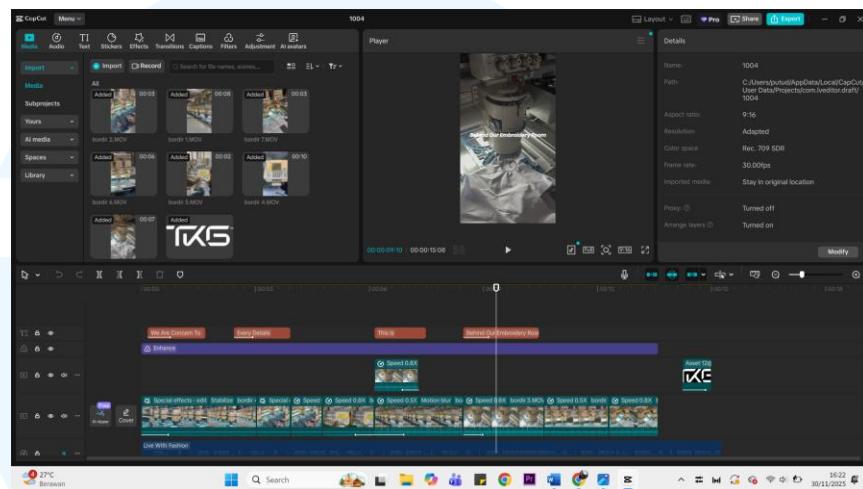
Gambar 3.25 Hasil Proyek *Video Reels*

Penulis merekam videonya menggunakan *smartphone* merk *Apple* dengan tipe *Iphone 15*. Penulis tidak menggunakan *camera* langsung dikarenakan perusahaan tidak mempunyai alatnya dan perusahaan ingin *video* yang *simple* namun cepat selesai.



Gambar 3.26 Proses *Editing* Proyek *Reels Cutting*

Gambar di atas merupakan proses *editing video reels cutting*. Penulis diharuskan untuk menambahkan teks penjelasan, membuat videonya menjadi cinematic, dan menambahkan transisi sesuai dengan konsep *video*.



Gambar 3.27 Proses *Editing* Proyek *Reels* Jahit

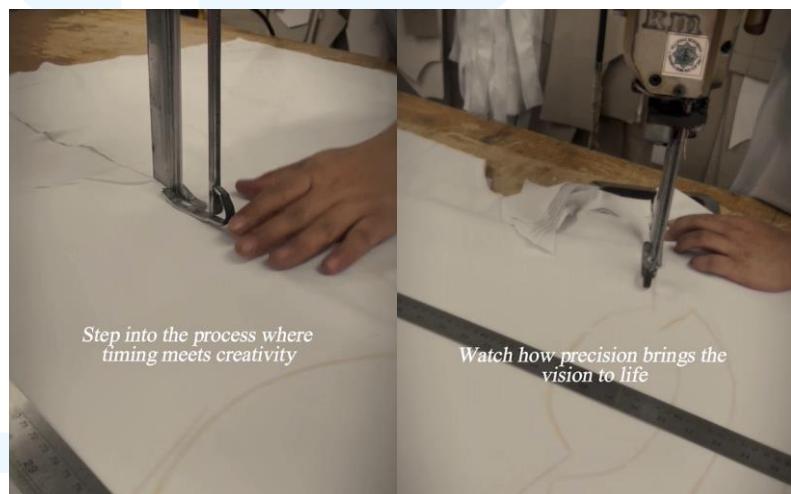
Gambar di atas merupakan proses *editing video* jahit untuk *instagram reels*. Penulis juga menambahkan aset transisi, teks penjelasan, *color grading video* serta menambahkan lagu *non-copyright*. Kedua *video reels* tersebut hanya memiliki durasi sekitar 15 detik. *Supervisor* tidak ingin videonya berdurasi panjang karena mengurangi *poin of interest* dan orang yang menonton akan bosan jika durasi terlalu lama.

Penulis mengerjakan 2 proyek *video reels* ini dalam waktu 2 minggu termasuk dengan proses *editing* dan proses revisi. Revisi dilakukan selama 2 kali kepada *supervisor*. Revisi pertama adalah *color grading* yang kurang *warm* dan *neutra*. Sedangkan revisi terakhir adalah revisi pada pemilihan lagu di *platform* *instagram*. Berikut merupakan hasil *scene by scene* pada proyek *video reels*:



Gambar 3.28 Hasil Scene 1 dan 2

Gambar di atas merupakan *scene 1* dan *scene 2* yang telah direkam dan di *edit* oleh penulis. Penulis menambahkan kata-kata yang mendeskripsikan bahwa proses *cutting* dilakukan secara presisi, detail dan sama rata.



Gambar 3.29 Hasil Scene 3 dan 4

Gambar di atas merupakan *scene 3* dan *scene 4* yang telah direkam dan di *edit* oleh penulis. Penulis menambahkan transisi *transparency cut* agar transisi *scene by scene* terlihat lebih halus.



Gambar 3.30 Hasil *Scene 5* dan *6*

Gambar di atas merupakan *scene 5* dan *scene 6* yang telah direkam dan di *edit* oleh penulis. *Scene 5* merupakan *fade-out to black* atau transisi sebelum penutupan di akhir *video*. *Scene 6* menampilkan logo TKG dengan transisi *fade-in* yang menandakan bahwa *video* sudah selesai.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

PT. Telaga Kreasi Garmindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi pakaian. Karena bergerak di bidang ini, PT. Telaga Kreasi Garmindo mendapatkan banyak klien baik dari perusahaan besar, perusahaan pemerintah atau pun perorangan. PT. Telaga Kreasi Garmindo sering kali mendapatkan masalah seperti, deadline produksi yang bertabrakan, pergantian atau revisi pakaian yang akan diproduksi serta mendapatkan tambahan produksi. Dari banyaknya masalah tersebut, karyawan yang bekerja baik di bidang produksi ataupun di kantor juga dilibatkan dalam masalah tersebut. Namun ada beberapa solusi yang dapat menyelesaikan masalah tersebut dan ada solusi yang sifatnya hanya sementara.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Penulis sering mendapatkan revisi desain yang mendadak untuk klien, dan mendapatkan *deadline* desain yang tiba-tiba dipercepat. Pada awalnya penulis sedikit kesulitan dalam beradaptasi dengan desain yang diinginkan oleh CFO

perusahaan. Ada yang sesuai oleh *supervisor* namun tidak sesuai oleh CFO perusahaan, begitu juga sebaliknya. Dan terkadang dalam penggunaan AI *Midjourney*, penulis bingung dalam melakukan bahasa *prompting* untuk menciptakan hasil *generated image* yang bagus. Karena hasil bahasa *prompting* yang menentukan hasil dari gambar. Namun, beberapa kali penulis juga dibantu oleh *supervisor* dan CFO perusahaan langsung. Penulis dibantu dalam hal revisi desain yang baik dan benar untuk kebutuhan klien, *prompting* penggunaan AI yang benar dan menyusun logo-logo klien.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Solusi dalam penggunaan AI yang baik dan benar, penulis diajarkan langsung oleh CFO perusahaan selama sehari penuh. CFO perusahaan mengajarkan bagaimana AI ini bekerja, membantu dan menghasilkan gambar sesuai yang diinginkan. CFO perusahaan mengajari dari cara bahasa *prompting* sampai ke variasi dan *editing* hasil gambar. Kemudian solusi dalam hal revisi desain untuk klien, *supervisor* memberikan referensi dan desain-desain yang sudah pernah dibuat atau diberikan kepada klien. Jadi, penulis tinggal mengikuti desain sebelumnya dan merubah sesuai dengan apa yang diminta oleh klien. Proses ini sangat membantu penulis karena penulis bisa menemukan ritme bekerja dan memberikan desain tepat waktu.