

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menjalani magang di SeaBank Indonesia, pentingnya kerjasama yang efektif dan terkoordinasi menjadi hal yang tak terbantahkan untuk memastikan kelancaran dalam menjalankan alur kerja demi mencapai tujuan perusahaan yang ditetapkan. Untuk mencapai hal ini, diperlukan implementasi koordinasi yang terstruktur di seluruh divisi perusahaan, termasuk di dalamnya adalah divisi di mana penulis magang sedang berada. Sebagai individu yang memegang tanggung jawab *marketing* di tim kreatif, penulis memanfaatkan situs aset *image bank* untuk mempercepat proses pengerjaan dengan mengakses foto dan grafis yang diperlukan secara efisien.

##### 3.1.1 Kedudukan

Penulis berperan sebagai magang desainer grafis yang tergabung dalam divisi *marketing*, khususnya dalam tim kreatif. Tanggung jawab utama penulis adalah merancang visual untuk keperluan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Selama periode magang ini, yang berlangsung selama tiga bulan pertama dari bulan 11 Desember 2023 hingga bulan Maret 2024, penulis fokus pada pembuatan karya visual untuk media sosial @seabank.id. Kemudian, dalam bulan-bulan berikutnya, mulai dari awal April hingga selesai kontrak, penulis beralih untuk bertanggung jawab atas pembuatan karya visual yang terkait dengan kampanye perusahaan.

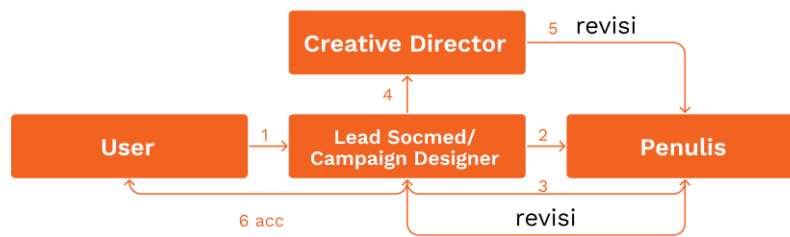
Selain penulis, terdapat 8 anggota tim kreatif lainnya yang juga menjabat sebagai desainer grafis di berbagai bagian divisi tersebut. Meskipun memiliki peran yang sama sebagai desainer grafis, masing-masing anggota tim memiliki tugas yang berbeda sesuai dengan bidang spesialisasi dan fokus pekerjaan mereka. Ini menunjukkan bahwa divisi kreatif perusahaan memiliki struktur organisasi yang terorganisir dengan baik, di mana setiap anggota tim

memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam mendukung tujuan dan kegiatan pemasaran SeaBank.

### 3.1.2 Koordinasi

Ketika bekerja di bagian media sosial SeaBank, langkah pertama yang dilakukan oleh tim media sosial (*requester*) adalah menyusun permintaan untuk pembuatan desain. Seperti yang sudah di sebutkan sebelumnya, media sosial SeaBank memiliki beberapa jenis konten, yaitu WASPADA, *seasonal giveaway*, dan NIC. Setiap bulannya, tim media sosial SeaBank menghasilkan antara 100 hingga 280 konten, dengan semua instruksinya tercatat dalam Google Sheet. Setelah konten selesai dibuat, *Lead Social Media Designer*, Amadea Shabira Devi yang merupakan atasan dari penulis, akan menugaskan pekerjaan berikutnya kepada penulis dan anggota tim kreatif lainnya, termasuk pembuatan desain yang sesuai untuk ukuran feeds, Instagram *story*, dan kiriman X. Sedangkan untuk bagian *campaign*, *lead designernya* adalah Audilia Putri yang memberi tugas kepada penulis.

Selama proses kerja, komunikasi tim sepenuhnya mengandalkan aplikasi internal perusahaan yang bernama SeaTalk. Atasan penulis biasanya memberikan tugas-tugas tersebut satu hari sebelum penulis mulai bekerja pada desain, sehingga pada hari kerja, penulis sudah memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang harus dilakukan. Setelah menyelesaikan desain, penulis mengunggahnya ke Google Drive dan membagikan link kepada atasan melalui SeaTalk untuk ditinjau. Jika desain telah disetujui oleh atasan, penulis kemudian memasukkan *link* Google Drive ke dalam Google Sheet yang telah disediakan. Namun, jika masih ada perubahan yang perlu dilakukan, penulis akan melakukan koreksi terlebih dahulu dan mengkomunikasikannya kembali kepada atasan penulis. Inilah alur koordinasi yang diterapkan dalam proses kerja tim media sosial SeaBank.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai pemegang desainer grafis SeaBank, penulis memiliki tanggung jawab untuk merancang desain media sosial yang telah direncanakan oleh tim media sosial dan kampanye, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pemasaran SeaBank serta memperluas jangkauan target pasar bagi nasabah baru SeaBank.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Periode	Proyek	Keterangan
1.	11 Desember 2023 – 22 Desember 2023	Konten mingguan sosial media Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain konten media sosial: WASPADA, NIC, <i>engagement</i> dan <i>Giveaway</i>.</li> <li>- Menyiapkan aset dan desain sosial media untuk dijadikan <i>motion graphic</i>.</li> </ul>
2.	25 Desember 2023 – 29 Februari 2024	Konten mingguan tema Awali di SeaBank sosial media Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain konten media sosial: WASPADA, NIC, <i>Giveaway</i>, dan <i>Greetings</i>.</li> <li>- Menyiapkan aset dan desain sosial media untuk dijadikan <i>motion graphic</i>.</li> </ul>
3.	1 Maret – 1 April 2024	Konten mingguan tema Ramadan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain konten media sosial menggunakan tema</li> </ul>

		Berbagi Bersama SeaBank sosial media Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok	<i>branding</i> baru Ramadan: Mendesain konten media sosial: WASPADA, NIC, <i>Giveaway</i> , dan <i>Greetings</i> . - Menyiapkan aset dan desain sosial media untuk dijadikan <i>motion graphic</i> .
4.	2 April – 15 Mei 2024	Pindah ke tim <i>campaign</i> untuk mengerjakan <i>key visual, offline</i> (kebutuhan internal) dan masih membantu mengerjakan sosial media SeaBank ( <i>tentative</i> ).	- <i>Key visual banner</i> untuk platform Shopee & SeaBank. - PPT kebutuhan internal SeaBank. - <i>Newsletter</i> email. - Poster email. - SeaBank Podcast. - Konten media sosial <i>Giveaway</i> .

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama kurang lebih 3 bulan penulis melakukan praktik kerja magang, penulis telah berpartisipasi dalam proyek-proyek media sosial dan *campaign* SeaBank Indonesia. Media sosial Seabank terdiri dari Instagram, Twitter, Facebook, dan Tiktok. Mereka memiliki bermacam-macam konten pilar seperti: konten WASPADA, *giveaway*, *story engagement*, NIC (*New Incentivize Content*) dan *greetings*. Sedangkan *campaign* terdiri dari beberapa proyek seperti *offline* dan *key visual banner*. Berikut penjelasan mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama masa magang.

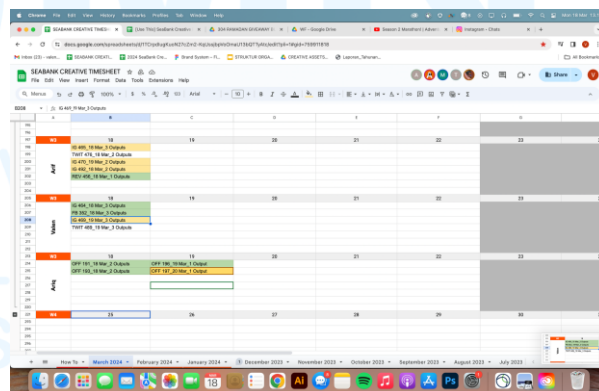
### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

#### 3.3.1.1 Proyek *Giveaway* Tema Spesial Ramadan “Berbagi Bersama SeaBank”

SeaBank Indonesia memiliki beberapa konten pilar, salah satu utamanya yaitu konten *giveaway*. Konten ini merupakan konten utama media sosial SeaBank Indonesia yang diunggah setiap harinya. Setiap konten media sosial akan mengikuti tema bulanan SeaBank, dan yang sedang berjalan saat ini yaitu tema spesial ramadan SeaBank “Berbagi Bersama SeaBank”.

##### 1) *Briefing*

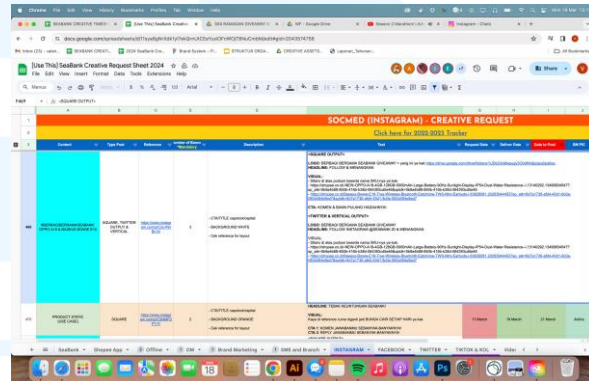
Setiap hari penulis sudah mendapat tugas-tugas dari *lead social media designer* mengenai apa saja yang harus penulis kerjakan di hari itu melalui Google Sheet. Dalam sehari, rata-rata penulis mengerjakan 4 proyek desain dengan 3 sampai 4 ukuran *output* setiap proyeknya. Salah satunya yaitu proyek *giveaway* yang utamanya untuk media sosial Instagram, Facebook dan Twitter. Pada *timesheet* ini penulis memberikan kode seperti aturan yang sudah dibuat sebelumnya, *highlight* warna kuning artinya sedang dikerjakan dan *highlight* warna hijau artinya sudah selesai.



Task	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
01 001_18 Mar_3 Output											
01 011_18 Mar_3 Output											
01 021_18 Mar_3 Output											
01 031_18 Mar_3 Output											
01 041_18 Mar_3 Output											
01 051_18 Mar_3 Output											
01 061_18 Mar_3 Output											
01 071_18 Mar_3 Output											
01 081_18 Mar_3 Output											
01 091_18 Mar_3 Output											
01 101_18 Mar_3 Output											
01 111_18 Mar_3 Output											
01 121_18 Mar_3 Output											
01 131_18 Mar_3 Output											
01 141_18 Mar_3 Output											
01 151_18 Mar_3 Output											
01 161_18 Mar_3 Output											
01 171_18 Mar_3 Output											
01 181_18 Mar_3 Output											
01 191_18 Mar_3 Output											
01 201_18 Mar_3 Output											
01 211_18 Mar_3 Output											
01 221_18 Mar_3 Output											
01 231_18 Mar_3 Output											
01 241_18 Mar_3 Output											
01 251_18 Mar_3 Output											
01 261_18 Mar_3 Output											
01 271_18 Mar_3 Output											
01 281_18 Mar_3 Output											
01 291_18 Mar_3 Output											
01 301_18 Mar_3 Output											

Gambar 3. 2 Google Slide Creative Timesheet

Dari *creative timesheet* tersebut terdapat kode yang bisa di cek *brief* lebih detail di Google Slides *creative request*. Misalnya “IG 469”, artinya Instagram nomor 489. Detail *brief* Instagram 469 dapat dilihat di Gslides *creative request* sebagai berikut.

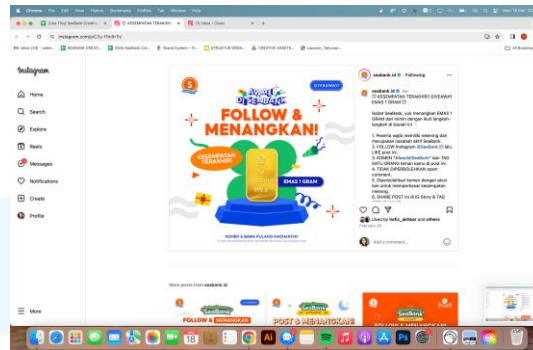


Gambar 3. 3 SeaBank Creative Request

Di dalam *creative request* sudah dijelaskan secara gamblang seperti: nama konten, tipe *post* atau ukuran desain, referensi desain, jumlah *output*, detail *brief*, *deadline* konten, dan PIC (*Person In Charge*) yang mengerjakan konten tersebut. Pada tahap ini penulis mulai memahami *brief* atau arahan yang diminta *requester* atau tim media sosial dalam proyek tersebut.

## 2) *Moodboard* dan *Reference*

Dalam konten *giveaway*, penulis dapat menyimpulkan bahwa isi *brief giveaway* SeaBank dan gaya desain yang diminta kurang lebih selalu sama dan hanya perlu *relayouting*. Berikut adalah contoh referensi desain yang diberikan pada konten IG 469. Referensi desain yang diberikan ini merupakan hasil desain sebelumnya dari tim kreatif lain yang sudah diunggah di media sosial Instagram SeaBank.



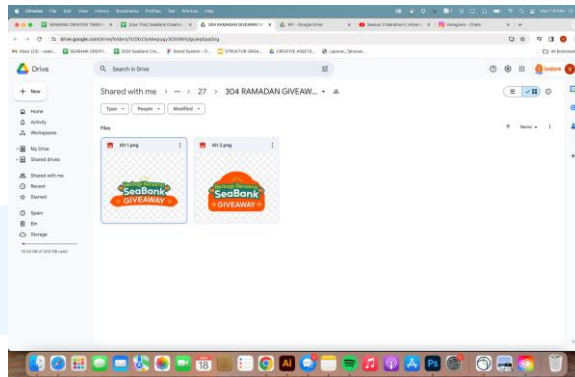
Gambar 3. 4 Referensi Desain IG 469

SeaBank juga sudah memiliki *brand identity* tersendiri beserta aset visualnya seperti logo, ilustrasi, *font*, warna, dan elemen visual. Karena memasuki bulan ramadan, desain SeaBank menggunakan *key visual*. Maka dari itu tim kreatif SeaBank membuat *branding* Ramadan dengan elemen-elemen visual baru seperti ketupat, lentera, bentuk geometris dan lainnya.



Gambar 3. 5 *Visual Guide* Ramadan SeaBank

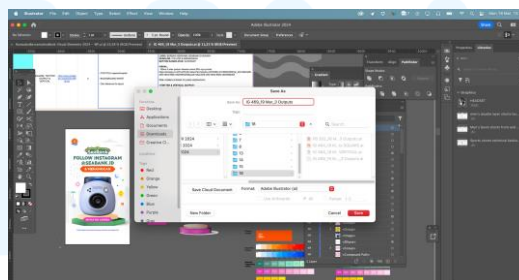
Hal tersebut penulis tidak terlibat dalam pembuatannya dan sudah ditetapkan oleh tim kreatif internal. Untuk logo Berbagi Bersama SeaBank Giveaway juga sudah disiapkan oleh tim kreatif internal seperti berikut. Logo yang dipakai adalah logo alternatif 1.



Gambar 3. 6 Logo BBS Giveaway

### 3) Perancangan dan *Progress Visual*

Di tahap perancangan, untuk mempermudah biasanya penulis menggunakan *working file* sebelumnya yang sejenis dengan konten desain yang diminta. Hal ini juga dilakukan supaya *grid* dan besarnya ukuran logo serta *OJK liner* kurang lebih sama dan seragam. Pada saat membuka *working file* sebelumnya, sebelum mulai mendesain, penulis menyimpan dan memberikan kode nama terlebih dahulu, kemudian memasukkan *screenshot brief* agar penulis dapat memahami secara jelas.

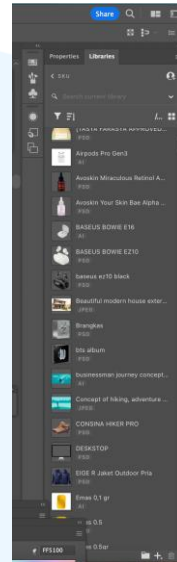


Gambar 3. 7 Proses Awal Sebelum Mulai Mendesain Proyek

Penulis mulai menyusun hierarki konten dan visual sesuai arahan. Dimulai dari atas sampai bawah yaitu logo hingga *OJK liner*. Untuk kebutuhan aset gambar produk SKU, semuanya sudah tersedia di *library* adobe. Aset-aset ini berasal dari tim kreatif lainnya yang telah mengumpulkan di *library* yang sama agar tidak

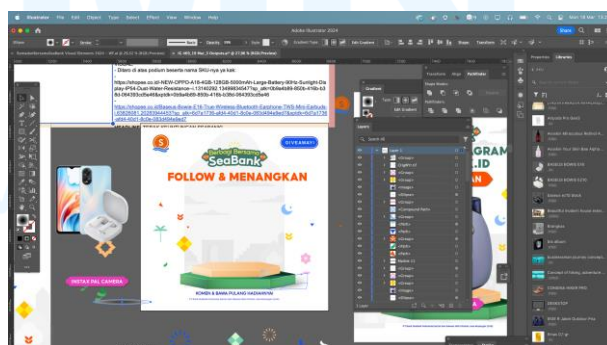


memakan waktu untuk mencari aset gambar yang dibutuhkan.



Gambar 3. 8 Aset Gambar SKU

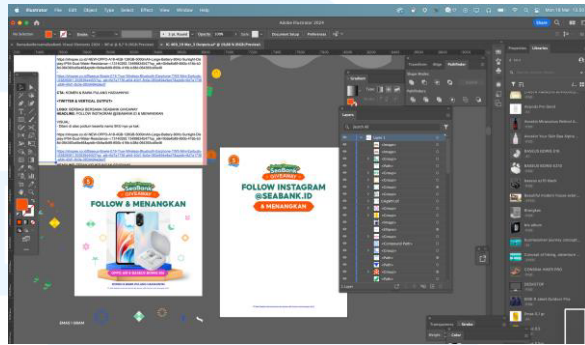
Karena memakai *working file* sebelumnya maka penulis perlu merombak dan banyak aset visual yang tidak terpakai. Di tahap awal, penulis mendesain dari *headline* dan *background* dahulu seperti berikut. Penulis menggambarkan sebuah latar jendela yang memiliki pemandangan kota dan langit dengan nuansa ramadan seperti aset-aset dan *key visual* yang diberikan.



Gambar 3. 9 Tahap merombak dan mendesain background

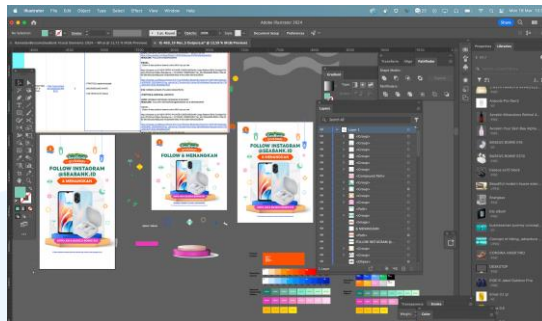
Penulis banyak memainkan warna karena itu salah satu elemen desain yang dapat merubah suasana desain

supaya lebih baru. Warna podium, huruf dan elemen diganti dengan warna biru, kuning, dan pink. Namun penulis akan tetap memberikan warna *orange* SeaBank serta khas ramadan.



Gambar 3. 10 Ukuran Desain Output Lainnya

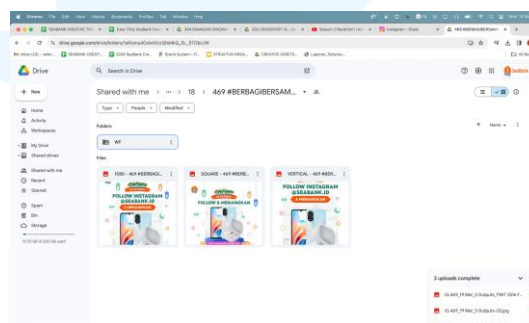
Di tahap terakhir penulis memasukkan aset gambar SKU beserta namanya. Faktor utama yang membuat desain ini hidup adalah dari segi warna dan *shadow*. Maka dari itu penulis memberikan *shadow* di bawah aset gambar SKU, *button* dan podium agar lebih hidup serta memiliki kesatuan karya yang terjalin dengan baik. Setelah desain ukuran *square* jadi, penulis memindahkan dan menyesuaikannya juga ke ukuran lain yaitu vertical (1080x1920px) dan ukuran twitter (1080x1440 px). Keseluruhan hasil dari desain yang penulis rancang memiliki keseimbangan dan ritme yang pas dari warna maupun elemen. Jika sudah selesai semua, penulis melakukan *quality control* pribadi sebelum penulis diperiksa oleh atasan penulis.



Gambar 3. 11 Hasil Desain IG 469

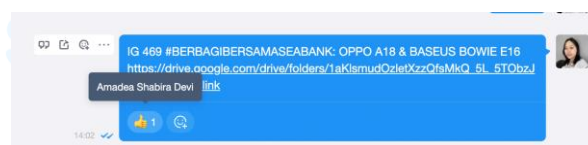
#### 4) *Feedback* dan Evaluasi

Ketika penulis sudah selesai mendesain dan melakukan *quality control* pribadi, penulis akan mengunggahnya di Google Drive pada *folder* yang sudah disiapkan. Kemudian penulis akan mengirimkan link *Gdrive* tersebut di grup GD SM (*Graphic Designer Social Media*) untuk diperiksa oleh atasan penulis.



Gambar 3. 12 Upload Google Drive SM SeaBank

Atasan penulis akan memeriksa dan memberika *reaction* jika sudah di *approve* seperti berikut. Jika sudah di *approved*, penulis akan memasukkan link ke dalam *creative request* IG 469 tadi dan melanjutkan pekerjaan lainnya.



Gambar 3. 13 Contoh Approval Lead SM Designer

### 3.3.1.2 Proyek Konten WASPADA

Konten WASPADA adalah kompilasi pesan himbauan dan materi edukatif yang disusun oleh SeaBank Indonesia guna menghadapi meningkatnya kejadian penipuan yang menggunakan identitas Bank. Dalam kerangka proyek penyusunan konten WASPADA ini, penulis memegang tanggung jawab untuk merancang visualisasi konten yang telah ditetapkan oleh pihak *requester*, baik dari tim media sosial maupun tim penanggulangan penipuan. Rutin setiap minggu, penulis bertugas untuk menyusun desain konten WASPADA guna disebarakan setiap hari Jumat.

#### 1) Briefing

Setiap minggu penulis mendapatkan bagian untuk mengerjakan proyek konten WASPADA, berikut salah satu contoh *brief* yang diberikan yaitu mengenai penipuan yang mengatasnamakan bank.

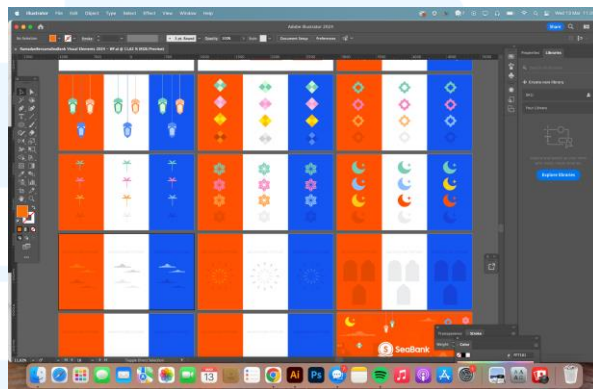


Gambar 3. 14 Brief Creative Request IG 431

Di dalam *brief* yang diberikan tersebut sudah cukup lengkap baik dalam segi konten maupun gambaran visual yang diinginkan tim fraud dan tim sosial media (*requester*). Jadi ide visual dalam proyek WASPADA selalu sudah disiapkan oleh tim *requester* sesuai dengan topik, tugas penulis di proyek ini hanya membantu memvisualisasikan secara teknis dan tata letak.

## 2) Moodboard dan Reference

Di dalam *brief* yang diberikan sudah disediakan moodboard dan referensi yang diinginkan tim *requester*. Untuk *moodboard* biasanya menggunakan warna *background orange* SeaBank dan menggunakan elemen visual ramadan SeaBank seperti berikut.



Gambar 3. 15 Elemen Visual Ramadan SeaBank

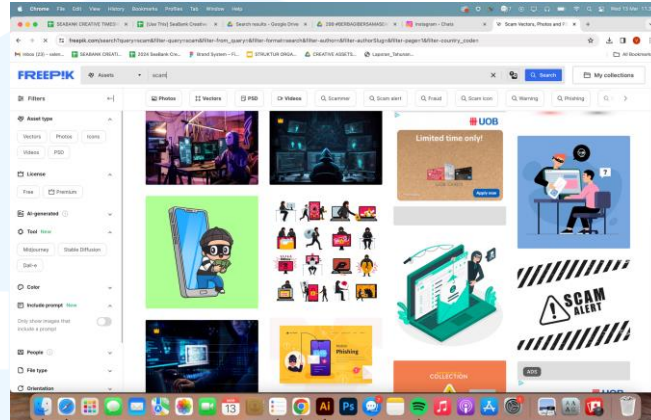
Kemudian logo WASPADA juga sudah disediakan oleh tim kreatif lainnya sebagai template logo konten. Untuk referensi desain juga sudah disediakan tim sosial media seperti berikut.



Gambar 3. 16 Referensi Desain WASPADA IG 431

Hal yang dapat diambil dari referensi di atas adalah dari tata letak dan contoh ilustrasi. Dari referensi ini penulis melakukan *brainstorming* secara lisan ilustrasi apa yang

cocok untuk desain konten ini. penulis juga membuka website Freepik dan Adobe Creative untuk mencari aset dan referensi lagi.



Gambar 3. 17 Inspirasi Ilustrasi yang Akan Digunakan

### 3) Perancangan dan Progress Visual

Dalam proses desainnya terbilang lumayan eksploratif dibandingkan dengan konten *giveaway*. Karena setiap kontennya memiliki topik yang berbeda-beda seperti himabauan penipuan tiket konser, himbauan penipuan paket, himbauan penipuan blokir IMEI, dan sebagainya. Tetapi yang akan penulis bahas saat ini adalah tentang proses visual penipuan belanja *online*.

Konsep pada *cover* desain yang dirancang ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penipuan yang mengaku dari bank, maka dari itu penulis memberikan tulisan *headline*, ilustrasi dan *button* dengan gaya ramadan yang memiliki kontrasnya masing-masing. Untuk elemen visual SeaBank hanya sebagai hiasan dan konsistensi visual media sosial SeaBank. Penulis menggunakan aset ilustrasi dari platform Freepik, dan menyesuaikan warna ramadan, tema spesial SeaBank bulan ini.



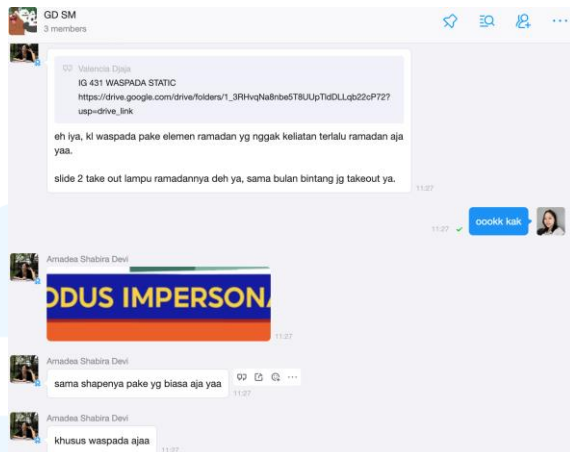
Gambar 3. 18 Hasil Desain WASPADA IG 431 Sebelum Revisi

Pada *slide 2* juga dihiasi dengan elemen ramadan SeaBank seperti lentera, bulan, bunga, dan ketupat untuk menyesuaikan konsistensi media sosial SeaBank. Pada *slide 2* adanya peringatan ‘Catat ciri-cirinya!’ sehingga penulis membuat aset seolah-olah itu kertas catatan yang di tempel di dinding serta hiasan isolasi di kiri. Penulis memberikan warna tulisan hitam dan ukuran teks lebih besar agar keterbacaannya lebih mudah dan jelas.

Kemudian pada *slide 3* merupakan langkah-langkah yang dianjurkan SeaBank ketika menjadi korban penipuan. Kalimat ini selalu dipakai di konten WASPADA dan selalu diletakan di *slide* akhir. Yang penulis lakukan adalah dengan memberikan hiasan ramadan dan juga memastikan bahwa tulisan tersebut tetap dapat dibaca audiens.

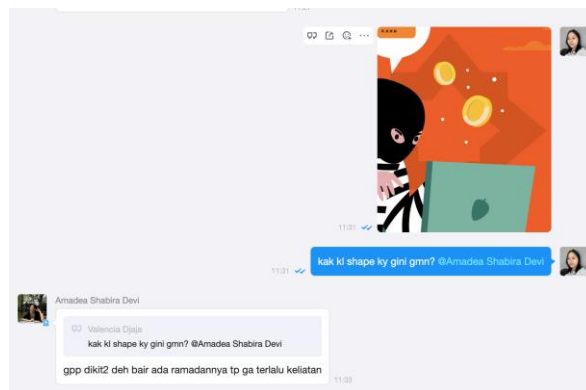
#### 4) *Feedback* dan Evaluasi

Setelah penulis mendesain proyek konten WASPADA tersebut, penulis mengunggahnya di Google Drive SeaBank dan memberikan *link* drive tersebut ke atasan penulis yaitu *lead social media designer* SeaBank melalui SeaTalk untuk dicek atau *quality control*. Pada desain ini *lead social media designer* memberikan *feedback* seperti berikut.



Gambar 3. 19 Feedback 1

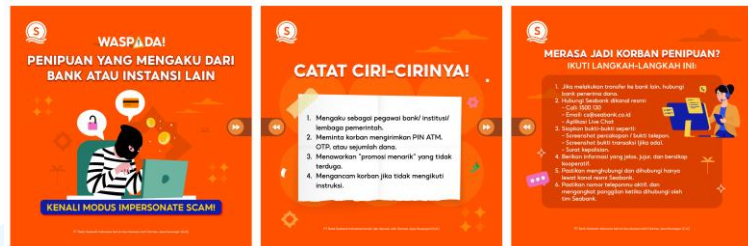
Menurut dari hasil *feedback* atasan penulis, khususnya untuk konten WASPADA tetap mengikuti tema spesial SeaBank tetapi jangan secara terang-terangan. Penulis menangkap maksud atasan penulis karena secara elemen dan konten juga tidak terlalu relevan jika terlalu diberi hiasan ramadan. Penulis juga sempat berkomunikasi dengan atasan penulis seperti berikut.



Gambar 3. 20 Feedback 2

Penulis menanyakan apakah boleh jika tetap ada unsur elemen ramadan. Respon atasan penulis yaitu memperbolehkan asal tidak terlalu ramai. Dari situ penulis melakukan revisi sebagai berikut dan langsung di *approve* oleh atasan penulis.





Gambar 3. 21 Hasil Revisi

### 3.3.1.3 Proyek GIPHY Ramadan

Proyek GIF ramadan dibuat secara musiman untuk mempromosikan konten ramadan dan menaikkan keterlibatan audiens. desain yang ada di dalam GIF berupa ilustrasi khas SeaBank dan teks yang mendukung. Proyek ini melibatkan beberapa langkah seperti penjelasan berikut ini.

#### 1) *Briefing*

Sebelum proses pembuatan, atasan penulis yaitu *lead social media designer* melakukan *briefing* singkat di platform SeaTalk bahwa terdapat *request* stiker/gif ramadan. Ada 10 stiker, masing-masing ada mendapat 3 tugas. Tugas penulis dan tim kreatif bagian media sosial hanya mendesain dan menyiapkan aset, kemudian terdapat tim *motion* sendiri yang akan menganimasikan gif ramadan tersebut.



Gambar 3. 22 Briefing Singkat Pembuatan GIF

Atasan penulis juga memberikan aset ilustrasi dan gaya teks agar hasil desain yang dikerjakan penulis dan tim

kreatif lainnya seragam. Aset ini akan digunakan penulis untuk mendesain gif nantinya.



Gambar 3. 23 Brief Visual Assets

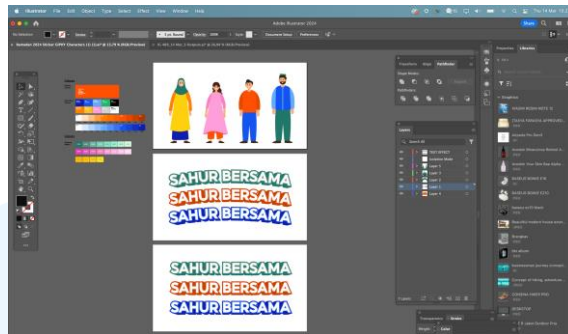
Lalu berikut adalah *briefing* lengkap yang diberikan kepada penulis untuk dikerjakan. Penulis mendapat bagian nomor 4-6, yaitu: Tetap Sahur Walau Ngantuk Berat, Jangan Lupa Sholat! dan Waktunya *Giveaway*.

488	Visual Assets	GIF	10	- Element: #KhasGIPHYSeaBank - Element Suggestion: boleh dipake juga ya kak	<ol style="list-style-type: none"><li>1. HEADLINE: Maafin Nya Ya. - Element Suggestion: Pake Karakter yang tangannya kaya gimn...</li><li>2. HEADLINE: Mohon Maaf Lahir &amp; Batin - Element Suggestion: tentukan bisa menang logo BBS</li><li>3. HEADLINE: Waktunya Beribadah! - Element Suggestion: ada elemen jam dan ketetapan lagi buka puasa barang kayak khong gann gitu lucu kali ya kak</li><li>4. HEADLINE: Tetap Sahur Walau Ngantuk Berat! - Element Suggestion: ada string ngantuk di tengah mukan kut ya kak bisa ada elemen zzz</li><li>5. HEADLINE: Jangan Lupa Sholat! - Element Suggestion: ada ajakan + jam kali ya kak</li><li>6. HEADLINE: Waktunya Giveaway! - Element Suggestion: Kaya RA Giveaway Time pas branding tapi boleh selain elemen2 random kaya karakter gta kali ya kak</li><li>7. HEADLINE: Stay THR Dong! - Element Suggestion: amplop THR apa kali ya kak</li><li>8. HEADLINE: Dapur THR? Jangan Lupa Dibungkus! - Element Suggestion: ada kemasan atau bisa jadi simbol penggunaan kemasan bali ya kak</li><li>9. HEADLINE: Yuh Mudo! - Element Suggestion: bisa ada beberapa mode transportasi, kayak kapal, pesawat, mobil, atau kereta ya kak</li><li>10. HEADLINE: Ngabuhin Ya! - Element Suggestion: ya bisa bisa gpp up dari HP gitu kali ya kak, jadi bentuknya kaya chat ngabun ngabuhin!</li></ol>
-----	---------------	-----	----	--	---

Gambar 3. 24 Brief Creative Request Lengkap

## 2) Moodboard & Reference

Berikut adalah aset visual yang diberikan. Di dalamnya berupa ilustrasi karakter mengenakan pakaian muslim, *color palette* ramadan SeaBank, dan gaya tipografi. Aset ini digunakan untuk mendukung pembuatan GIF.

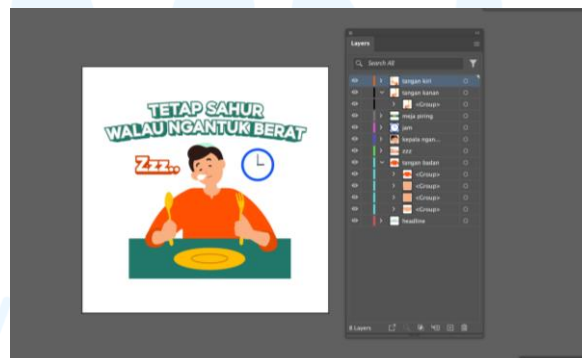


Gambar 3. 25 Aset Visual untuk Pembuatan GIF

Penulis mendapat inspirasi dari aset visual dan judul GIF yang diberikan. Tidak menggunakan sketsa tertulis dan sebagainya, penulis langsung mengeksekusikannya di *software* Adobe Illustrator.

### 3) Perancangan dan *Progress* Visual

Pertama penulis mengerjakan nomor 4: “Tetap Sahur Walau Ngantuk Berat”, *requester* menuliskan *brief* desain karakter mengantuk di meja, ada tulis “Zzz” dan jam. Maka berikut hasil eksekusi desain penulis sebelum di revisi. Penulis juga sudah memisahkan setiap *layer* desain untuk dibuat *motion* oleh tim kreatif lainnya.



Gambar 3. 26 Hasil Desain GIF 4 Sebelum Revisi

Lalu berikut terdapat GIF nomor 5 yang berisi “Jangan Lupa Sholat!”, sesuai dengan permintaan *requester* untuk menambahkan sajadah dan jam sebagai elemen desain GIF tersebut. berikut adalah hasil desain penulis.



Gambar 3. 27 Hasil Desain GIF 5

Bagian tugas penulis yang terakhir yaitu GIF nomor 6 yang berisi “Waktunya Giveaway”, *requester* meminta untuk diilustrasikan sesuai *brief*, yaitu teks yang keluar dari box hadiah, di hiasi dengan elemen ramadan SeaBank, maka berikut hasil desain penulis sesuai dengan permintaan *requester* atau tim media sosial SeaBank.

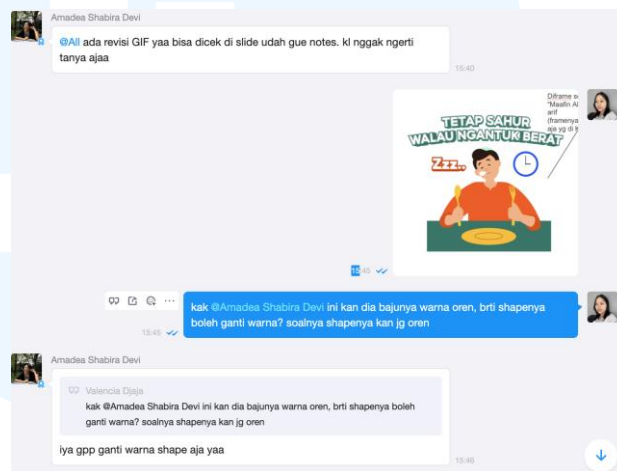


Gambar 3. 28 Hasil Desain GIF 6

#### 4) *Feedback* dan Evaluasi

Setelah selesai mendesain, penulis memasukkan *working file* di *folder* Google Drive yang sudah disediakan dan *output .png* di Google Slides yang tertera di *group chat*. Setelah diperiksa oleh *lead social media designers*, beliau mengirimkan hasil desain tersebut ke *creative*

*director* untuk diperiksa dan diberikan evaluasi lagi. Di tahap ini penulis mendapat *feedback* untuk merevisi GIF nomor 5, yaitu ilustrasinya diberikan *shape* ramadan SeaBank berwarna *orange* seperti GIF lainnya. Tujuannya supaya memiliki proporsi yang lebih rapi dan seimbang. Di momen ini penulis sempat berkomunikasi dengan atasan penulis yaitu *lead social media designer* seperti berikut.



Gambar 3. 29 Revisi GIF 5

Penulis menanyakan apakah boleh mengganti warna aset visual yang berikan atau tidak. Setelah respon dari atasan penulis tersebut tersebut, penulis langsung merevisi desain GIF 5 dan hasilnya sebagai berikut.



Gambar 3. 30 Hasil Revisi GIF 5

Setelah penulis melakukan revisi, penulis mengunggah ulang *working file* dan *output .png* lalu menginfokan kepada atasan penulis bahwa selesai di revisi. Hasil revisi untuk GIF 5 telah di *approved* atasan penulis termasuk *creative director*. Tugas bagian penulis selesai dan mendapat *feedback* positif dari *creative director* sebagai berikut.



Gambar 3. 31 Feedback Creative Director

#### 3.3.1.4 Proyek *Key Visual* SeaBank App

##### 1) *Briefing*

Per tanggal 2 April 2024, penulis dipindah posisi untuk bergabung di tim *campaign* dengan ditukar oleh pemegang lain. Tujuannya agar anak magang dapat menguasai bidang lain dan memiliki eksplorasi dalam bekerja di SeaBank. Pada tim *campaign*, pekerjaan yang dilakukan setiap bulan salah satunya adalah membuat *key visual banner* untuk SeaBank. *Key visual* ini memiliki 3 alternatif yang dipegang oleh 3 desainer, masing-masing satu alternatif. Berikut salah satu *brief* proyek *key visual banner* untuk aplikasi SeaBank bulan Mei 2024 yang penulis dapatkan.

Request No	Deadline	Project Title	Brand Area	Campaign Name	Brand Working Plan	Description
100	4 Apr	[Pilot] LP - TD Uplift April (General Theme)	LP	General	1. H2.001 LP - TD Uplift April (General Theme) - 100% 2. H2.002 LP - TD Uplift April (General Theme) - 100%	H2.001 study help page 0481 ya, Brand pool
101	4 Apr	[Pilot] LP - Bank Transfer (1M) (General Theme)	LP	Transaction & Deposit	1. H2.003 LP - Bank Transfer (1M) (General Theme) - 100% 2. H2.004 LP - Bank Transfer (1M) (General Theme) - 100%	H2.003 study help page 0482 ya, Brand pool
102	17 Apr	KV 0483 April	KV	Transaction & Deposit	1. H2.005 KV 0483 April - 100% 2. H2.006 KV 0483 April - 100%	H2.005 study help page 0483 ya, Brand pool
103	17 Apr	KV High Ten 10 May	KV	Transaction & Deposit	1. H2.007 KV High Ten 10 May - 100% 2. H2.008 KV High Ten 10 May - 100%	H2.007 study help page 0484 ya, Brand pool
104	17 Apr	KV Referral May	KV	Transaction & Deposit	1. H2.009 KV Referral May - 100% 2. H2.010 KV Referral May - 100%	H2.009 study help page 0485 ya, Brand pool
105	17 Apr	KV Sabar Deposit 8%	KV	Deposit	1. H2.011 KV Sabar Deposit 8% - 100% 2. H2.012 KV Sabar Deposit 8% - 100%	H2.011 study help page 0486 ya, Brand pool
106	17 Apr	[Pilot] LP CADA	LP	Account and Billing	1. H2.013 LP CADA - 100% 2. H2.014 LP CADA - 100%	H2.013 study help page 0487 ya, Brand pool
107	18 Apr	LP Sabar Deposit 8%	LP	Deposit	1. H2.015 LP Sabar Deposit 8% - 100% 2. H2.016 LP Sabar Deposit 8% - 100%	H2.015 study help page 0488 ya, Brand pool

Gambar 3. 32 Creative Sheet SB Section

## 2) Moodboard & Reference

Pada *creative sheet* tersebut terdapat detail *link brief* seperti di bawah ini. Isi *brief* tersebut adalah desain banner sebelumnya yang berhasil mendapatkan *engagement* tinggi dan keterangan arahan dan *link folder* banner tersebut. penulis mendapat referensi dari desain *banner* sebelumnya dan memperhatikan setiap detailnya. Mulai dari komposisi, tipografi, dan tata letak elemen di dalamnya. Warna *guideline* pada *stream referral* ini adalah orange utama atau orange turunan SeaBank. Kemudian pada pemakaian ilustrasi harus merujuk pada *guideline* SeaBank terutama postur tubuh dan raut muka ilustrasi tersebut.

**KV Referral May**

UNDANG TEMAN  
BONUS 35RB

Hi kak,  
Kindly help to create Referral  
KV for May

Prev :  
<https://drive.google.com/drive/folders/1IG8umFTIQTh2zPmE82eMu89w65U>

\*kindly get back to general theme  
Thank You!

Private & Confidential

Gambar 3. 33 Detail Brief

### 3) Perancangan dan *Progress Visual*

Dari referensi desain *banner* sebelumnya yang memiliki *engagement* tinggi, penulis mulai mencari aset di freepik yang sekiranya relevan dengan *banner* referral. Penulis menggunakan kata kunci; *referral* dan *invite friend*, dari kedua kata kunci tersebut penulis menemukan ilustrasi tangan yang sedang memegang ponsel. Hal itu membuka ide kreatif penulis dengan menambahkannya *pop up* “35RB” di ponsel tersebut, dan di sisi kanan kirinya terdapat *bubble* para pengguna sedang melihat ponselnya.

Untuk mendukung perancangan *banner* ini, penulis menambahkan elemen uang berbentuk koin, yang artinya pengguna akan mendapat komisi jika mengajak temannya membuka rekening SeaBank. Ilustrasi pengguna di *banner* ini diambil dari *guideline* SeaBank sebagai ciri khasnya.



Gambar 3. 34 Working File Banner SB

Saat penulis merasa cukup pada desainnya, penulis memasukan desain banner itu ke *mockup* aplikasi sebagai gambaran. Kedua *output* berikut penulis unggah di Google Drive pada folder yang sudah disiapkan tim SeaBank. Karena penulis yang pertama selesai



mengerjakan proyek ini, penulis menambahkan proyek ini sebagai alternatif 1.

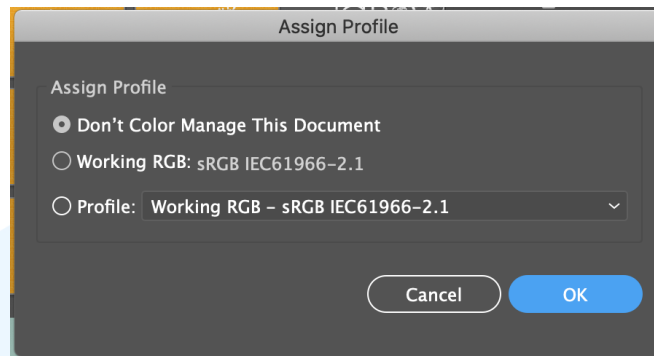
#### 4) *Feedback & Evaluasi*

Ketika semua alternatif desain yang dibuatkan oleh tim desain SeaBank lainnya sudah selesai, hasil proyek tersebut akan diperiksa oleh Creative Director SeaBank. Berikut adalah input yang penulis dapatkan, yaitu “Alt 1, cek ulang warna background nya #FF5100”. Dari input tersebut penulis langsung memperbaiki di Adobe Illustrator.



Gambar 3. 35 Feedback Creative Director

Ini merupakan salah satu kendala dan kesalahan penulis yang sering penulis alami yaitu *setting color management* di Adobe Illustrator penulis sering berubah dengan sendirinya ke ‘Assign Profile; Profile, jadi penulis harus sering-sering mengecek di bagian ‘Assign Profile’ dan megubahnya ke ‘Working RGB’ agar warna yang dihasilkan ketika di *export* adalah warna yang diinginkan.



Gambar 3. 36 Setting Color Management

Selesai direvisi dan menginfokannya ke group QC, alternatif tersebut diperiksa dan dipilih oleh tim *campaign* SeaBank untuk menjadi *banner key visual* di aplikasi SeaBank. Pada akhirnya desain *banner referral* penulis terpilih dan sudah terbit di aplikasi SeaBank selama bulan Mei 2024.

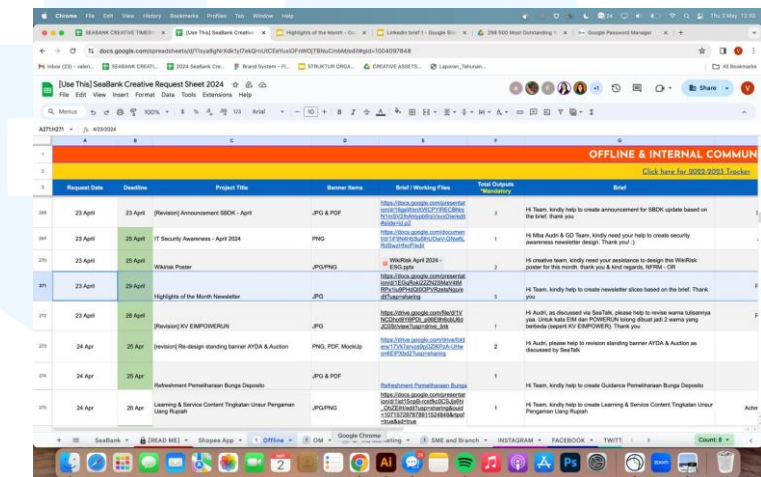


Gambar 3. 37 Banner Referral

### 3.3.1.5 Proyek Email NewsLetter

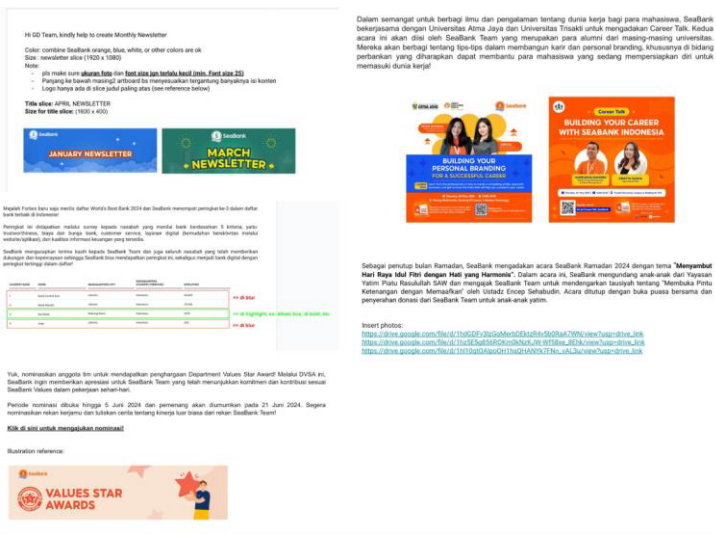
#### 1) Briefing

Selain *campaign*, penulis juga mendapat kesempatan untuk eksplor di bagian *offline*. Di *stream offline*, proyek desainnya berupa keperluan-keperluan internal SeaBank. Selama ini penulis pernah mengerjakan proyek seperti: pengumuman IT, *slides* PPT, postingan LinkedIn, hiasan kantor SeaBank, dan *email newsletter* seperti yang akan penulis bahas di proyek ini.



Gambar 3. 38 Brief Sheet Offline Section

Pada *link detail brief* tersebut berisi konten materi yang akan visualisasikan seperti di bawah ini. detail *brief* yang diberikan sudah spesifik seperti yang diinginkan *user*, contohnya dalam *brief* diberikan konten dan gambaran visual, kemudia foto-foto yang akan dipakai sudah juga sudah disiapkan di link yang tertera di *slides* tersebut. Hal ini sangat memudahkan penulis dalam mendesain.



Gambar 3. 39 Detail Brief Newsletter

2) *Moodboard & Reference*

Pada tim *offline creative* SeaBank biasanya *user* sudah memberikan contoh *design email newsletter* sebelumnya. Contoh tersebut akan menjadi referensi penulis untuk mengerjakan proyek ini. Untuk *moodboard* yang diinginkan adalah tetap menggunakan warna orange dan biru SeaBank, menggunakan *font* ‘Shopee 2021’ dan suasana yang *cheerful* tetapi tetap formal dan terstruktur.



Gambar 3. 40 Contoh Desain Newsletter Sebelumnya

### 3) Perancangan dan *Progress Visual*

Pada saat mulai pengerjaan, penulis membaca isi *newsletter* terlebih dulu supaya memiliki gambaran desain seperti apa yang akan dibuat. Setelah penulis pahami isi *newsletter* berikut, *newsletter* ini membahas berbagai macam informasi seperti: pencapaian SeaBank dalam menempati peringkat ke-3 dalam daftar bank terbaik di Indonesia, himbauan untuk menominasikan tim untuk mendapat penghargaan Department Values Star Award, acara *Career Talk* di berbagai universitas, dan acara ramadan SeaBank bersama Yayasan yatim piatu rasulullah SAW.

Dari isi *newsletter* tersebut, penulis mendapat ide visual panggung penghargaan yang terdapat tirainya di sisi kanan kiri. Warna yang dipilih adalah orange SeaBank dengan teknik gradasi dan warna sekundernya adalah kuning SeaBank. Kemudian elemen yang dipakai adalah elemen bintang SeaBank. Penulis mengusahakan agar desain tetap enak dilihat meskipun banyak elemen sebagai *background*.



Gambar 3. 41 Desain April Newsletter

Teruntuk slide 2 karena terlalu banyak informasi, penulis tidak menambahkan elemen lagi hanya dengan penggunaan warna saja. Ilustrasi orang memegang bintang merupakan *request* langsung dari *user*, penulis menggunakan ilustrasi orang dari *guideline* SeaBank untuk menjaga konsistensinya.

#### 4) *Feedback & Evaluasi*

Selesai mengerjakan desain proyek ini, penulis mengunggahnya ke dalam folder yang sudah disiapkan, dan membagikan link ke group *campaign* untuk di *quality check* oleh *lead campaign design*. Feedback yang didapatkan hanya 1 yaitu foto dalam *design* memiliki kualitas yang buruk. Ini merupakan pembelajaran dari penulis untuk mengekspor JPG bagi *design* yang memiliki gambar/foto agar kualitas *outputnya* tetap baik. Karena sebelumnya penulis mengeskpor PNG dan kualitas *output* yang dihasilkan kurang baik.



Gambar 3. 42 Feedback Proyek Newsletter

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik kerja magang di SeaBank Indonesia, penulis menghadapi beberapa kendala terutama terkait kurangnya panduan visual yang jelas dari manual standar grafis yang disediakan. Salah satu aspek yang menjadi permasalahan adalah ketidakjelasan terkait *grid* dan ukuran tipografi yang harus diterapkan pada setiap ukuran *artboard* yang berbeda. Hal ini mengakibatkan penulis mengalami kesulitan saat melakukan proses *layouting* pada awal bergabung dengan tim. Tanpa adanya sistem *grid* yang jelas pada berbagai ukuran *artboard*, desain yang dibuat menjadi kurang konsisten dan tidak seragam secara keseluruhan, sehingga mempengaruhi kualitas visual dan kesan keseluruhan dari karya desain tersebut.

Selain itu kendala yang dialami penulis adalah ketika menerima *request* dari *user*. Seringkali di beberapa konten proyek *offline*, *user* memberikan *brief* yang belum lengkap atau masih dalam proses sehingga penulis harus mengerjakan 2 kali untuk revisi dan tidak bisa dikerjakan dalam sehari langsung jadi. Biasanya jika terjadi kasus seperti ini, penulis berhak untuk memilih tidak melanjutkan kerjaan diluar jam kerja dan hal ini didukung oleh *Creative Director* penulis.

### 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Setiap 2 bulan sekali, tim kreatif SeaBank mendapat kesempatan menyampaikan kendala yang dialami secara 1 *on 1* kepada *creative director*. Pada momen itulah penulis menyampaikan hambatan yang dihadapi sebelumnya, yaitu dengan mengkomunikasikannya kepada *supervisor* atau *creative director* di SeaBank. Tanggapan dari *supervisor* terkait kejelasan sistem desain grafis SeaBank masih dalam tahap progress. Dalam situasi ini, tindakan yang dapat dilakukan oleh penulis adalah dengan menyesuaikan ukuran dari file kerja sebelumnya agar sesuai dengan kebutuhan proyek yang sedang berlangsung. Kemudian untuk menanggapi *user* yang sering memberikan *brief* belum lengkap, *Creative Director* memberi solusi

mengkomunikasikannya ke *user* untuk melengkapi *brief* terlebih dahulu agar alur kerja lebih nyaman.

Dalam konteks ini, pentingnya komunikasi antara penulis dan *supervisor* menjadi sangat jelas. Penulis perlu menyampaikan kendala yang dihadapi dengan jelas dan tepat waktu, sementara *supervisor* membutuhkan pemahaman yang baik tentang progres pekerjaan yang sedang dilakukan. Dengan demikian, proses penyelesaian masalah dapat dilakukan secara efektif sehingga proyek dapat dilanjutkan sesuai rencana yang ditetapkan.

