

## BAB III

### RANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pembuatan

Proses pembuatan majalah ini akan dibagi menjadi tiga tahapan, yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Proses ini dilakukan dengan berdasar pada langkah-langkah yang dibahas pada konsep 2.2.3 terkait produksi majalah (Whittaker, 2017). Tahap pra produksi merupakan tahapan yang mencakup proses riset, penentuan tema, konten, *layout* yang akan digunakan, dan penyusunan rencana kerja atau *timeline* produksi. Tahap produksi merupakan tahapan yang mencakup berbagai proses penulisan, revisi konten, eksekusi desain, hingga *approval*. Sementara itu, tahap pasca produksi mencakup proses *distribution* dan *evaluation* untuk meningkatkan kualitas *e-magazine* selanjutnya.

##### 3.1.1 Pra Produksi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, tahapan pra produksi mencakup proses riset, penentuan tema, konten, *layout*, dan penyusunan rencana kerja atau *timeline* kerja. Berikut uraian detail dari setiap aktivitas yang dilakukan pada tahap pra produksi:

##### A. Riset

Tahapan riset merupakan tahapan pengumpulan segala informasi yang dimiliki oleh perusahaan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut terkait perusahaan dan menghindari kekeliruan informasi yang mungkin terjadi ketika proses produksi dilakukan. Ada beberapa cara yang dilakukan untuk melaksanakan riset, di antaranya adalah sebagai berikut:

##### 1) Wawancara Internal

Sebelum karya diproduksi akan dilakukan wawancara kepada pihak internal OCBC khususnya kepada *Lead Marketing Communication* produk kartu kredit OCBC, Ibu Martina Lova. Tujuannya adalah untuk mendapatkan *insight* menarik tentang Kartu Kredit OCBC yang mampu mendukung proses produksi majalah yang akan dilakukan.

Tak hanya itu, wawancara juga akan dilakukan kepada Ibu Monica untuk mendapatkan *insight* menarik dan permasalahan yang ditemukan dari media promosi yang sering digunakan oleh OCBC. Selain itu, wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait *brand guideline* seperti menggunakan warna, elemen, *font* serta *copy* yang wajib dicantumkan ketika memproduksi materi promosi OCBC.

## 2) *Desktop Research*

Selain wawancara, riset sebelum proses produksi juga dilakukan dengan menggunakan teknik *desktop research*. Secara sederhana, teknik ini merupakan teknik riset yang dilakukan dengan menggunakan Google untuk menemukan berbagai karya sejenis yang akan dijadikan acuan produksi.

Riset juga dilakukan dengan menganalisis *website* dan media sosial OCBC. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan berbagai jenis konten yang dapat dijadikan referensi saat proses penulisan konten nantinya. *Website* dan media sosial OCBC sebenarnya memiliki banyak konten pengetahuan seputar finansial dan bisnis. Namun, konten tersebut jarang dikomunikasikan secara intens kepada para nasabah, yakni melalui *WA Blast*. Oleh karena itu dengan menggunakan *e-magazine*, konten edukasi tersebut dapat dikomunikasikan lebih intens kepada para nasabah sehingga setiap nasabah terpapar *insight* baru soal finansial dan bisnis, bukan hanya promo-promo.

Pada tahapan *desktop research* juga dilakukan peninjauan terhadap beberapa jenis *e-magazine* dari beragam lini bisnis, mulai dari perbankan, pariwisata hingga aviasi. Secara konten, tentu referensi utamanya adalah berdasarkan *e-magazine* dari lini bisnis yang sama. Sedangkan, referensi *e-magazine* lainnya akan dijadikan sebagai acuan untuk bagian desain dan *layouting*.

### 3) Penentuan Target Audiens

Salah satu hal penting yang juga perlu dilakukan dalam riset adalah menentukan audiens yang ingin disasar. Berikut segmentasi dari target audiens yang ingin disasar:

a) Demografis

Usia (*main target*) : 21 - 35 tahun (milenial dan Gen Z)

Usia (*secondary target*) : 35 - > 44 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

SES Level : A-B (jumlah pengeluaran per bulan berkisar antara Rp3.000.000 Rp7.500.000)

b) Geografis

*Main target* : Nasabah di daerah Jabodetabek

*Secondary* : Nasabah di luar daerah Jabodetabek

c) Psikografis

1) Merupakan pengguna kartu kredit dan sering menggunakan layanan *online banking* OCBC/tidak.

2) Nasabah yang melek teknologi dan sering menggunakan media sosial.

3) Nasabah yang suka mencari promo, tapi masih sadar untuk menjaga kesehatan finansialnya.

4) Nasabah yang suka *travelling*, kuliner dan tertarik pada promo *fashion*, atau *beauty*.

### B. Penentuan Tema/Konsep

Aktivitas selanjutnya dalam proses pra produksi adalah penentuan tema/konsep *e-magazine*. Pada tahapan ini akan dilakukan *brainstorming* bersama dengan para *Marketing Communication Specialist* dari tim Kartu Kredit OCBC. Setiap *Marketing Communication Specialist* akan

mengusung beberapa ide, tema dan referensi visual untuk kemudian akan dijadikan sebagai acuan dalam proses pembuatan *e-magazine*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin ide yang berpotensi untuk dikembangkan. Kegiatan *brainstorming* ini tidak akan dilakukan satu kali saja, tapi akan dilakukan setiap ada kesempatan untuk *re-group* dengan para *Marketing Communication Specialist* dari tim Kartu Kredit. Jadi, akan dilakukan *review* rutin secara *online* atau *offline* terhadap setiap progress yang telah dilakukan, khususnya terkait pemilihan *layout*, desain, dan konten yang ingin ditulis. *Brainstorming* juga akan dilakukan ketika *weekly meeting online* yang dilakukan setiap hari Senin untuk memastikan tahapan pra produksi telah dilakukan secara matang sebelum mulai kegiatan produksi. *Scope* pembahasan pada saat *brainstorming* juga tidak akan dibatasi untuk mendapatkan berbagai macam ide yang menarik dan kreatif.

#### A. *Organizing/Layouting*

Bersamaan dengan kegiatan *brainstorming* yang dilakukan selama proses penentuan tema dan konsep, maka akan dilakukan *organizing/layouting* agar proses *brainstorming* menjadi lebih terarah dan terekam dengan jelas. Hasil dari *organizing* inilah yang kemudian akan dijadikan sebagai *brief* kepada pihak agensi untuk dikembangkan menjadi sebuah desain seperti rancangan yang telah ditetapkan. Berikut adalah rencana rubrikasi dari *e-magazine* yang akan diproduksi.

Tabel 3. 1 Rubrikasi Majalah

Rubrik	Deskripsi
<b>Introduction</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Isinya mencakup: cover</li> <li>• Daftar isi</li> <li>• Salam redaksi/harapan OCBC kedepannya/apa yang ingin kita sampaikan kepada para nasabah/tentang pencapaian (prestasi) OCBC/rencana OCBC kedepannya pada saat majalah ini akan dipublikasi/pengantar tentang isi majalah.</li> </ul>
<b>OCBC's Picks</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan pemilihan nama rubrik ini adalah untuk menunjukkan bahwa OCBC secara khusus telah</li> </ul>

	<p>mengkurasi/memilih promo terbaik dan istimewa kepada para nasabah. (<i>value</i> yang ingin dibawa adalah eksklusivitas).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam <i>section</i> ini, isinya akan mencakup tentang promo-promo yang sedang ditawarkan dengan menggunakan kartu kredit OCBC.</li> <li>• Penyajiannya akan dipilah-pilah berdasarkan kategori merchant masing-masing. Jadi, <i>merchant</i> dining akan digabungkan dengan <i>merchant</i> dining lainnya dalam 1 halaman.</li> </ul>
<b>OCBC Bites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubrik ini dipilih karena terinspirasi dari ukuran makanan <i>bite size</i> yang kecil, sederhana dan mudah dicerna. Jadi, setiap informasi yang disajikan dalam rubrik ini akan berupa potongan kecil (<i>bites</i>) dari pengetahuan/informasi penting dan menarik. Hal ini harapannya akan memudahkan nasabah untuk menyerap informasi dengan cepat.</li> <li>• <i>Section</i> ini akan menyajikan berbagai informasi soal kartu kredit OCBC dalam bentuk infografis.</li> <li>• Misalnya: soal cara menaikkan limit cc atau tentang OCBC mobile.</li> <li>• Pilihan topik paling utama adalah yang terkait dengan OCBC terlebih dahulu baru kemudian pilihan topik lainnya adalah topik yang lebih <i>general</i> seputar <i>financial planning</i>.</li> </ul>
<b>Spark of Inspiration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan pemilihan nama rubrik ini adalah untuk menunjukkan bahwa informasi yang terdapat dalam rubrik ini merupakan pojok inspirasi bagi nasabah.</li> <li>• Bagian inilah yang akan menjadi <i>bridging</i> ketika memaparkan promo-promo.</li> <li>• Bagian ini juga tentu akan dikategorikan sesuai dengan jenis merchant yang ada.</li> </ul>
<b>What's New</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berisi tentang <i>event-event</i> selanjutnya yang akan diselenggarakan oleh OCBC</li> <li>• Tujuannya adalah untuk meningkatkan <i>awareness</i> nasabah dan mengajak nasabah untuk datang dan mengunjungi <i>event</i> tersebut.</li> </ul>

Sumber: Olahan Pribadi (2024)

Proses penyusunan rubrik ini didasarkan pada analisis berbagai *e-magazine* yang telah dipilih sebelumnya. Berikut uraian detail dari referensi setiap rubrik dalam *e-magazine* OCBC:

### 1) Rubrik Introduction

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, rubrik ini berisi tentang salam redaksi/harapan OCBC kedepannya/apa yang ingin disampaikan kepada para nasabah/tentang pencapaian (prestasi) OCBC/rencana OCBC kedepannya/pengantar tentang isi majalah.



Gambar 3. 1 Rubrik Introduction dalam Setiap Referensi Majalah

Sumber: Garuda Indonesia (2020), BRI (2021), Kemenparekraf (2023)

Pembentukan rubrik ini didasarkan pada analisis referensi dari majalah Colours milik Garuda Indonesia, majalah Terrasse milik Bank BRI, dan majalah Pesona milik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Ditemukan bahwa setiap majalah tersebut selalu diawali dengan bagian pengenalan/pengantar/*CEO Message* yang berisi tentang harapan perusahaan kepada para *stakeholders*. Dengan berdasar pada hal dan tujuan tersebut, rubrik *introduction* juga turut disajikan dalam majalah yang akan diproduksi oleh OCBC. Secara desain, majalah OCBC juga akan ikut mengadaptasi *layout* dari beberapa majalah ini untuk menghasilkan *looks* yang lebih profesional, korporat, dan tetap modern.

## 2) Rubrik OCBC's Picks

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, rubrik OCBC's Picks merupakan rubrik yang berisi tentang *list* promo dari berbagai kategori yang dipilih khusus untuk dapat dinikmati nasabah OCBC.



Gambar 3. 2 Rubrik Getaway dan Rubrik Citarasa dalam Majalah Terrace

Sumber: BRI (2021)

Pembentukan rubrik ini terinspirasi dari rubrik Gateway dan Rubrik Citarasa yang terdapat dalam Majalah Terrace milik Bank BRI. Rubrik Citarasa berisi tentang rekomendasi restoran yang menawarkan momen *dining* mewah kepada setiap pengunjungnya. Sementara itu, Rubrik Getaway berisi tentang rekomendasi hotel dengan pemandangan indah dan eksotis untuk memanjakan pengingapnya. Dengan mengadopsi rubrik ini, lahirlah rubrik OCBC's Picks yang juga siap memberikan berbagai rekomendasi promo dari berbagai kategori *merchant* kepada para nasabah nantinya. Namun, secara desain nantinya akan disesuaikan kembali dengan *guidelines* dari materi promosi Kartu Kredit OCBC.

### 3) Rubrik OCBC Bites

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, rubrik OCBC Bites berisi tentang informasi-informasi penting dari Kartu Kredit OCBC yang disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana agar nasabah dapat langsung mengerti pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3. 3 Rubrik Travel Bites Majalah Pesona

Sumber: Kemenparekraf (2023)

Pembentukan rubrik ini terinspirasi dari rubrik Travel Bites Majalah Pesona milik Kemenparekraf. Rubrik ini berisi tentang cerita singkat mengenai sebuah rekomendasi restoran yang terdapat di Labuan Bajo. Rekomendasi yang diberikan cukup singkat dan padat sesuai dengan nama rubrik yang disajikan. Dengan mengadopsi rubrik ini, lahirlah rubrik OCBC Bites yang juga memberikan informasi penting seputar Kartu Kredit OCBC dengan pengemasan yang sederhana dan ringkas sama seperti Rubrik Travel Bites. Namun, secara desain, rubrik ini akan disesuaikan kembali dengan gaya desain dari OCBC.

#### 4) Rubrik Spark of Inspiration

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, rubrik Spark of Inspiration berisi tentang beragam konten rekomendasi yang berperan sebagai pojok inspirasi bagi nasabah ketika melakukan sesuatu.



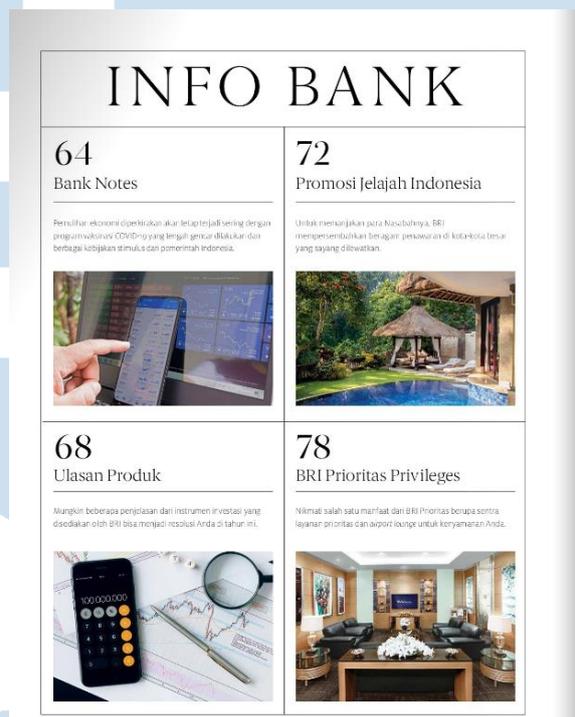
Gambar 3. 4 Rubrik Luxury Escape Majalah Pesona

Sumber: Kemenparekraf (2023)

Pembentukan rubrik ini terinspirasi dari Rubrik Luxury Escape yang menyajikan satu cerita mendalam terkait rekomendasi yang diberikan, mulai dari cerita dibalik lokasi tersebut, sejarah, jenis makanan hingga periode terbaik untuk menginap di daerah tersebut. Dengan berdasar pada rubrik ini, lahirlah rubrik Spark of Inspiration yang juga akan memberikan deskripsi detail terhadap setiap rekomendasi yang diberikan sama seperti rubrik Luxury Escape. Namun, secara desain, rubrik ini akan disesuaikan kembali dengan gaya desain dari OCBC.

## 5) Rubrik What's New

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, rubrik What's New merupakan rubrik yang berisi tentang *highlight* promo/event dari OCBC. Rubrik ini akan disajikan dengan menggunakan satu lembar promo supaya nasabah bisa langsung menangkap promo paling menarik yang ditawarkan OCBC.



Gambar 3. 5 Rubrik Info Bank

Sumber: BRI (2021)

Pembentukan rubrik ini terinspirasi dari Rubrik Info Bank milik BRI yang memberikan *highlight* tentang informasi-informasi penting dalam majalah BRI. Penyajiannya juga cukup ringkas hanya berisi tentang nomor halaman, *headline*, *subheadline*, dan penjelasakan sedikit dari *highlight* yang diberikan. Dengan berdasar pada hal tersebut, lahirlah rubrik What's New yang juga akan secara langsung menyajikan halaman yang mau di *highlight*. Namun, secara desain, rubrik ini akan disesuaikan kembali dengan gaya desain dari OCBC.

Melalui rancangan rubrikasi majalah ini, berikut adalah detail paginasi majalah edisi pertama yang akan diproduksi:

Tabel 3. 2 Paginasi Majalah OCBC

Halaman	Konten
1	Cover Page
2-3	Meet the team
4-5	OCBC Greetings
6-9	Spark of Inspiration Judul: Kenalan Dulu dengan Kartu Wajib Liburan!
10-13	Spark of Inspiration Judul: Optimalkan Kartu Kredit OCBC untuk <i>Travelling</i> Optimal!
14-22	OCBC's Picks – Overseas Deals
23	Museum of Ice Cream: "Cicipi" Wahana Museum yang Manis dan Seru!
24-25	Spark of Inspiration Judul: Cobain <i>One-Day Dining Plan</i> Ini Bareng Orang Kesayangan
26-29	OCBC's Picks – Dining Deals
30-31	Spark of Inspiration Judul: Hi George: Citarasa ala Thailand yang Nggak Boleh Kamu Lewatkan!
32-33	Spark of Inspiration Judul: 6 Tips Jaga Kulit untuk Persiapan Liburan
34-36	OCBC's Picks – Fashion & Beauty Deals
37-38	Spark of Inspiration Judul: ERHA Clinic: Solusi Punya <i>Healthy &amp; Happy Skin</i>
39	Spark of Inspiration Judul: Ajak Si Kecil Liburan? Ini Dia Tips Biar <i>Travelling</i> Nyaman!
40	Spark of Inspiration Judul: Pizza Roll: <i>Snack</i> Favorit Anak yang Sempel tapi Enak
41-42	Spark of Inspiration Judul: <i>Healing</i> di Rumah: Ubah Hunian Jadi Destinasi Liburan!
43	OCBC's Picks: Groceries & Home Furnishing
44-45	OCBC's Picks: Luxury & Jewelry
46	OCBC's Picks: Hotel & Travel
47-48	OCBC's Picks: Others Promo
49	OCBC Bites Judul: Jangan Kegocek Harga Miring Saat <i>Holiday Planning</i> !
50-51	OCBC Bites Judul: Kartu Kredit Hilang Saat Liburan? Tenang, Begini Cara Blokirnya!
52	OCBC Bites Judul: Ubah Cicilan

53	OCBC Bites Judul: Tips Gunakan Kartu Kredit dengan Bijak!
54-56	What's New
57	Last CTA
58	Contact Person (Back Cover)

Sumber: Olahan Pribadi (2024)

Berikut beberapa desain awal dari majalah yang akan diproduksi:



Gambar 3. 6 Draft Awal Desain Awal Karya

Sumber: Olahan Pribadi (2024)

## B. Rencana Kerja

Agar penyusunan karya ini menjadi lebih terorganisir, maka dibuatlah rancangan kerja sebagai pengingat sehingga karya dapat dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Tabel 3. 3 Rancangan Karya

Kegiatan	Agustus 2024				September 2024				Oktober 2024				November 2024				Desember 2024			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Riset, rubrikasi, approval draft I	■	■	■	■																
Revisi draft I					■	■	■	■												
Melengkapi draft + creative brief agensi								■												
Brief agensi + desain								■												
Working in agency + Preview									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Revision										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Approval											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Publikasi																			■	■
Evaluasi																			■	■

Sumber: Olahan Pribadi (2024)

### 3.1.2 Produksi

#### a. Writing, Revision, Editing

Setelah rencana kerja telah disusun, maka langkah selanjutnya adalah mulai menulis artikel-artikel yang telah direncanakan. Dalam majalah ini, gaya penulisan yang ingin dibawa kepada nasabah adalah gaya penulisan yang *stylist*, modern, dan tidak terlalu kaku. Sebab, hal ini didasarkan gaya komunikasi yang terdapat pada setiap materi komunikasi kartu kredit.

Setelah itu, proses penulisan dilanjutkan dengan tahap *proofreading*. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan keseluruhan artikel telah ditulis dengan baik, mengalir dan mudah dimengerti. Selain itu, *proofreading* juga dilakukan untuk mengecek apakah ada kesalahan pengejaan atau tanda baca yang beresiko mengurangi makna pesan yang ingin disampaikan. Bila masih ada kesalahan, maka tulisan akan kembali di revisi sampai menjadi satu cerita yang baik, Namun, bila sudah tidak ada kesalahan, maka artikel akan dilanjutkan untuk tahap *approval*.

### 3.1.3 Pasca Produksi

#### a. *Approval*

Setelah karya melewati tahap penulisan dan *editing*, maka selanjutnya karya tersebut akan dibawa ke tahap *approval* sebelum dapat dikomunikasikan kepada nasabah. Proses ini merupakan *quality control* tahap akhir guna memastikan karya telah layak untuk dipublikasikan dan telah sesuai dengan standar yang diinginkan perusahaan.

#### b. *Distribution*

Setelah tahap *approval* dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah distribusi. *Magazine* yang telah disetujui untuk dipublikasi itu, nantinya akan dibuat turunan *key visual* agar dapat dikomunikasikan kepada nasabah, mulai dari WA Blast hingga Solomail. Setelah semua *key visual* selesai, maka selanjutnya *key visual* itu akan dikomunikasikan dalam media masing-masing.

#### c. *Evaluation*

Setelah proses distribusi selesai, maka langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi karya. Evaluasi akan dilakukan dengan menyebarkan *google form* kepada beberapa responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan target audiens yang disasar untuk mendapatkan berbagai masukan yang penting untuk pengembangan majalah edisi selanjutnya.

### 3.2 Anggaran dan *Resources*

Untuk memproduksi majalah ini, ada biaya yang perlu dikeluarkan supaya proses produksi dapat berjalan lancar. Adapun rencana anggaran dari produksi majalah ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Anggaran Produksi Majalah

No	Keterangan	Jumlah	Harga
2.	Jasa <i>Layouter</i>	2	Rp1.000.000
Total			Rp1.000.000

Sumber: Olahan Pribadi (2024)

Tak hanya dari segi materi, dalam proses produksi, majalah ini tentu membutuhkan berbagai sumber daya untuk mengeksekusi rencana konten yang telah dirancang sebelumnya. Detail dari sumber daya yang berperan dalam produksi majalah ini adalah sebagai berikut:

A. Sumber Daya Manusia

- 1) Agensi yang bertugas untuk mengembangkan konsep yang diberikan oleh tim OCBC.
- 2) Tim Kartu Kredit OCBC yang bertugas untuk memandu agensi dalam segala proses produksi majalah.
- 3) Tim *Partnership* Kartu Kredit OCBC yang bertugas untuk menyediakan promo-promo menarik untuk dimasukkan dalam majalah.

B. Teknologi

- 1) *Software* yang digunakan agensi untuk desain konsep majalah yang diberikan oleh Kartu Kredit OCBC.

### 3.3 Target Luaran/Publikasi

Hasil karya berjumlah 58 halaman ini akan dikomunikasikan dalam bentuk *digital*/PDF kepada setiap nasabah kartu kredit melalui berbagai *channel* seperti WA Blast Network, WA Blast MC (*Marketing Cloud*) dan OCBC mobile. *Channel* publikasi tersebut dipilih karena dianggap merupakan *channel* yang paling dekat dengan nasabah. Dengan begitu, potensi nasabah untuk membuka materi komunikasi yang diberikan tentu akan semakin meningkat. Rencananya, *e-magazine* ini akan dikomunikasikan ketika W2/W3 Desember 2024 agar sesuai dengan momentum nasabah dalam mempersiapkan liburan akhir tahun.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A