

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan di departement *Group Strategic Marketing Communication (GSMC)* dengan posisi sebagai *Content Creator*. Selama periode pelaksanaan program magang, penulis berada dibawah naungan supervise Trinzi Mulamawitri selaku Specialist, Digital Marketing & Creative dari Bank DBS Indonesia. Penulis juga dibimbing dengan Ellen dan Iqbal selaku senior dalam tim konten. Program kerja magang ini dilaksanakan dari 15 Januari 2025 hingga 14 Juli 2025 sebagaimana kesepakatan yang tertulis pada kontrak.

Perjalanan magang penulis dimulai dari proses pencarian lowongan kerja melalui platform LinkedIn. Setelah menelusuri berbagai posisi yang relevan, penulis menemukan sebuah lowongan magang sebagai *Content Creator Intern* yang dipublikasikan oleh PT Intrias Mandiri Sejahtera, sebuah perusahaan *outsourcing*. Penulis merasa tertarik untuk melamar posisi tersebut karena lowongan ini sesuai dengan minat, bakat, dan latar belakang pendidikan penulis sebagai mahasiswa jurusan *Strategic Communication*.

Setelah mengirimkan lamaran, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengikuti tahap wawancara bersama pihak PT Intrias Mandiri Sejahtera. Melalui proses seleksi tersebut, penulis dinyatakan lolos dan selanjutnya ditempatkan untuk menjalani magang di PT Bank DBS Indonesia. Sebelum resmi memulai kegiatan magang di Bank DBS, penulis harus mengikuti proses *user interview* serta menyelesaikan penugasan awal yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Sebagai bagian dari proses administrasi, penulis diwajibkan hadir terlebih dahulu di kantor PT Intrias Mandiri Sejahtera untuk menandatangani dokumen-dokumen terkait kontrak magang. Setelah seluruh dokumen dilengkapi, penulis pun diperbolehkan untuk mulai bekerja di kantor PT Bank DBS Indonesia.

Hari pertama magang secara resmi dimulai pada tanggal 15 Januari 2025. Pada hari tersebut, penulis diarahkan untuk mengisi beberapa modul pelatihan mengenai peraturan dan kebijakan yang berlaku di dunia perbankan. Selain itu, penulis juga mendapatkan arahan langsung dari supervisor terkait alur kerja, peraturan internal, serta sistem pelaporan progres kerja. Pada hari yang sama, penulis menerima penugasan pertama, yaitu membuat konten *external communication* untuk media sosial Instagram resmi Bank DBS Indonesia. Penugasan ini menjadi awal dari proses pembelajaran dan kontribusi penulis selama menjalani masa magang di lingkungan industri perbankan.

Pada hari kedua pelaksanaan magang, penulis mendapatkan kesempatan untuk bekerja dari rumah (*Work From Home*). Selama kegiatan WFH ini, penulis dibimbing untuk mempelajari sistem *foldering management* yang digunakan oleh tim, serta diarahkan untuk melanjutkan modul pelatihan yang telah disediakan sebelumnya. Selain itu, penulis juga memperoleh informasi bahwa setiap mahasiswa magang mendapatkan jatah WFH sebanyak satu kali dalam seminggu, yang dapat dimanfaatkan sesuai kesepakatan bersama tim.

Dalam struktur kerja harian, penulis mengikuti sejumlah agenda rutin yang telah ditetapkan oleh tim GSMC (*Group Strategic Marketing & Communications*). Setiap hari Senin, penulis mengikuti *Content Team Weekly Sync*, yakni meeting mingguan yang bertujuan untuk mendistribusikan pembagian tugas pembuatan konten kepada seluruh anggota tim. Pada hari Selasa, penulis turut serta dalam *Work in Progress (WIP)* meeting bersama agensi Olround yang membahas performa statistik media sosial Bank DBS Indonesia serta mengevaluasi konten-konten yang telah dipublikasikan. Selanjutnya, setiap hari Jumat terdapat *WIP meeting* bersama seluruh anggota departemen GSMC yang dipimpin oleh Head of GSMC, Mona Monika, untuk melakukan pembaruan progres kerja sekaligus menerima masukan strategis dari pimpinan departemen.

Sebagai bagian dari tim GSMC yang berfungsi sebagai departemen pendukung (*support department*), penulis bersama tim bertugas menangani berbagai

permintaan konten dari divisi lain, contohnya dari IBG (*Institutional Banking Group*) maupun CBG (*Consumer Banking Group*). Proses pengerjaan konten dimulai dari tahap permintaan yang diajukan oleh divisi terkait. Selanjutnya, dilakukan pembagian tugas pengerjaan kepada masing-masing anggota tim. Setelah itu, penulis terlibat dalam proses pembuatan konten sesuai *brief* yang telah diterima. Tidak hanya sebatas eksekusi, penulis juga turut berkontribusi dalam penyusunan ide dan konsep kreatif dari konten yang akan dibuat. Setelah konten selesai dibuat, hasilnya akan diajukan terlebih dahulu kepada Trinzi Mulamawitri selaku supervisor penulis untuk dilakukan proses *approval*. Dalam beberapa kasus, konten juga memerlukan persetujuan tambahan dari divisi pemohon sebelum dapat dipublikasikan secara resmi pada media sosial Bank DBS Indonesia.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani masa magang sebagai content creator, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mendukung proses pembuatan konten di berbagai platform komunikasi digital perusahaan. Tugas ini mencakup tahapan pra-produksi seperti concepting, scriptwriting, hingga tahap produksi seperti shooting dan editing. Penulis juga turut terlibat dalam proses penulisan naskah serta membantu dalam penyusunan copywriting, meskipun terdapat tim khusus yang menangani aspek tersebut. Keterlibatan penulis dalam berbagai aspek produksi ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja kreatif dalam industri komunikasi perusahaan, khususnya di sektor perbankan.

Selain pembuatan konten rutin, penulis juga dipercaya untuk memanfaatkan kemampuan di bidang fotografi dan videografi dalam mendokumentasikan berbagai kegiatan penting perusahaan. Beberapa kegiatan tersebut antara lain event DBS Townhall, Asian Conference Insight, serta aktivitas komunikasi eksternal lainnya. Kepercayaan yang diberikan dalam mendokumentasikan momen-momen penting ini menunjukkan bahwa penulis turut berkontribusi pada aspek visual komunikasi perusahaan, tidak hanya dalam produksi konten digital tetapi juga dalam mendukung kebutuhan dokumentasi internal dan eksternal perusahaan.

Tidak hanya terbatas pada produksi visual, penulis juga berkesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses produksi podcast, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi. Hal ini mencakup persiapan konsep, penyusunan alur pembahasan, pengambilan gambar atau suara, hingga proses editing dan finalisasi materi. Melalui berbagai pengalaman tersebut, penulis memperoleh pembelajaran yang komprehensif, baik secara teknis maupun non-teknis, mengenai bagaimana komunikasi dan konten kreatif dijalankan dalam lingkungan profesional, khususnya di industri perbankan yang menuntut ketepatan pesan dan kualitas produksi yang tinggi.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani masa magang di Bank DBS Indonesia, penulis memperoleh berbagai tanggung jawab yang dijalankan dalam peran sebagai Content Creator Intern, antara lain sebagai berikut:

Tugas	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Keterangan
Tugas Utama	<i>Pre Production</i>	<i>Concepting</i> (Penyusunan Ide & Konsep Kreatif)	Pada tahap penyusunan ide dan konsep kreatif (<i>concepting</i>), tim bekerja sama untuk mengembangkan gagasan konten berdasarkan brief yang telah diterima dari divisi terkait. Proses ini diawali dengan diskusi dan <i>brainstorming</i> guna menggali berbagai kemungkinan pendekatan kreatif yang dapat digunakan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan konsep konten yang tidak hanya menarik secara visual maupun naratif, tetapi juga relevan dengan target audiens serta selaras dengan

			identitas dan nilai-nilai brand perusahaan.
		Research	Pada tahap <i>research</i> , penulis melakukan riset mengenai konten apa yang sedang naik daun di media sosial baik itu meliputi gaya editing, topik konten, dan bahasa yang digunakan. Riset dilakukan secara <i>online</i> pada situs seperti Instagram, Pinterest, Youtube, dan lainnya.
	Production	Fotografi	Dalam bidang fotografi, penulis bertugas mendokumentasikan berbagai kegiatan internal maupun eksternal perusahaan, seperti acara Townhall, <i>Asian Conference Insight</i> , <i>Iftar Gathering</i> , dan kegiatan lainnya. Selain untuk keperluan dokumentasi, hasil foto juga digunakan sebagai materi visual pendukung konten media sosial, sehingga pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan aspek estetika, komposisi, serta kesesuaian dengan identitas visual perusahaan.
		Videografi	Dalam bidang videografi, penulis bertanggung jawab merekam video untuk berbagai kebutuhan seperti

			konten digital, dokumentasi acara, hingga produksi podcast. Proses pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan komposisi, pencahayaan, dan angle yang sesuai agar hasil video mampu menyampaikan pesan dengan jelas serta tetap selaras dengan standar visual perusahaan.
	Post Production	Editing	Dalam proses editing, penulis mengolah foto dan video menggunakan software seperti Adobe Premiere, Lightroom, dan lainnya untuk memastikan hasil akhir yang berkualitas. Setiap materi yang diedit disesuaikan dengan brand guidelines perusahaan, baik dari segi tone warna, gaya visual, hingga format, agar konsisten dengan identitas visual Bank DBS Indonesia.
		Copywriting	Pada tahap <i>copywriting</i> untuk konten media sosial, penulis bertanggung jawab dalam merancang teks atau caption yang akan menyampaikan pesan utama dari konten secara jelas, menarik, dan persuasif. Selain itu, <i>copywriting</i> harus relevan dengan konteks konten yang sedang

			dijalankan, serta selaras dengan <i>guideline</i> perusahaan. Pemilihan kata yang tepat, struktur kalimat yang singkat namun kuat, serta penyisipan <i>call-to-action</i> (CTA) menjadi elemen penting agar pesan dapat diterima dengan efektif dan mendorong interaksi audiens di platform digital.
		Clearance	Setelah memproduksi sebuah konten, penulis diwajibkan melakukan <i>clearance</i> atau mendapatkan izin untuk bisa menaikkan konten tersebut di media sosial.
		Revision	Pada tahap ini, ketika <i>clearance</i> belum mendapatkan izin atau persetujuan maka penulis wajib melakukan revisi sesuai dengan permintaan.
Tugas Tambahan		Graphic Design	Dalam bidang desain grafis, penulis membuat berbagai materi visual seperti EDM (<i>Electronic Direct Mail</i>), sertifikat, dan kartu ucapan hari raya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Proses desain dilakukan menggunakan Adobe Photoshop dan Illustrator, serta didukung oleh pemanfaatan teknologi AI seperti ChatGPT, Sora,

			Midjourney, dan Adobe Generative AI untuk mempercepat proses kreatif dan meningkatkan kualitas output desain.
		Podcast Assistance	Dalam tugas sebagai asisten produksi podcast, penulis membantu seluruh rangkaian proses mulai dari persiapan dan setup peralatan hingga tahap pasca-produksi. Penulis juga bertanggung jawab memastikan kehadiran host dan tim produksi tepat waktu serta melakukan <i>proofreading</i> . Selain itu, penulis membuat konten <i>bitesize</i> dari materi podcast yang telah direkam untuk mempermudah distribusi dan konsumsi oleh audiens.
		Pemilihan dan Pendataan Pemenang Giveaway	Dalam pengelolaan proyek giveaway “Follow to Win” di media sosial, penulis bertugas melakukan seleksi pemenang secara adil dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk mendata dan mencatat pemenang sebagai bagian dari pelaporan kegiatan giveaway tersebut.

Tabel 3. 1 Tugas Utama Content Creator Intern

Sumber: Catatan penulis (2025)

Aktivitas	Januari		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli	
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Concepting																								
Copywriting																								
Fotografi																								
Videografi																								
Editing																								
Graphic Design																								
Podcast Assistance																								
Pemilihan dan Pendataan Pemenang Giveaway																								

Tabel 3. 2 Timeline Content Creator Intern

Sumber: Catatan penulis (2025)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Di era digital saat ini, penggunaan media sosial menjadi salah satu elemen krusial bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan dan membangun hubungan dengan audiens secara langsung. Munculnya berbagai aplikasi berbasis internet, terutama media sosial, membuat pemasaran digital semakin berkembang pesat. Sekarang, orang bisa berinteraksi secara online dengan mudah lewat platform media sosial (Abdillah, 2022). Hal ini membuka peluang besar bagi perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital yang efektif. Melalui strategi pemasaran digital, perusahaan dapat menyampaikan pesan, nilai, dan identitas brand mereka secara konsisten kepada target audiens.

Salah satu aspek dalam pemasaran melalui media sosial adalah meningkatkan *brand awareness*. *brand awareness* atau kesadaran merek mengacu pada sejauh mana konsumen mengenali atau mengingat suatu merek dalam kaitannya dengan kategori produk tertentu (Saputra, 2024). Semakin tinggi tingkat pengenalan ini, semakin besar kemungkinan konsumen akan memilih produk dari merek tersebut dibandingkan merek lainnya. Dengan pendekatan strategi media sosial yang efektif, perusahaan dapat memperkuat kesadaran merek melalui pembuatan konten yang

menarik, interaktif, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar dari berbagai platform sosial media. Upaya ini memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan audiens dan membangun koneksi yang lebih erat dengan konsumen.

Content creator merupakan profesi yang bertugas menghasilkan berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, video, audio, atau kombinasi dari beberapa elemen tersebut (Luthfiah, 2020). Dalam hal ini, penulis berperan sebagai content creator intern di PT Bank DBS Indonesia yang bertugas untuk menghasilkan berbagai konten kreatif guna mendukung aktivitas komunikasi dan promosi perusahaan di media sosial. Melalui peran ini, penulis tidak hanya menciptakan konten visual dan audio-visual, tetapi juga memastikan bahwa setiap konten selaras dengan strategi pemasaran digital dan identitas merek perusahaan. Dalam penerapannya, *content marketing* berperan sebagai penghubung antara brand dan audiens. Melalui penyajian konten yang autentik serta informatif, brand dapat membangun rasa percaya dan loyalitas dari konsumen (Karunia, 2025). Konten yang diproduksi dilakukan melalui 3 tahap yakni *3 stages of production* (*pre production, production, dan post production*).



Gambar 1.2 Three Stages of Production
Gambar 3. 1 Concepting konten

GSMC CREATIVE BRIEF

This document details the key information for briefing for creative request.

Requester:	Netherland	Date Issued:	14 June 2025
Unit:	External Content	Format:	Image
Project:	Bank DBS Indonesia meraih penghargaan The Asset Triple A Awards	Expected due date:	18 June 2025
Channel:	Instagram		

BACKGROUND

Put relevant information about campaign/project & other issues that may be relevant.

Bank DBS Indonesia kembali meraih penghargaan bergengsi dari ajang Triple A Treasury Awards dan Triple A Sustainable Investing Awards yang diselenggarakan oleh The Asset. Penghargaan Treasury diberikan untuk kategori Best Cash Management Bank, serta solusi lain terbaik yakni Distribution/Procurement – Best Payments and Collections Solution untuk PT Bonetta Citra Prima. Sementara itu, dalam ajang Sustainable Investing Awards, Bank DBS Indonesia dinobatkan sebagai Best Custody Specialist – Insurance serta menerima penghargaan untuk Best Corporate Trust Mandate dalam kategori Renewable Energy (EV) dan Waste-to-Energy.

TARGET AUDIENCE

Who are they?

Followers of the @dbsbankid Instagram account

Creative Description

What do you want to convey from the creative that we should know? i.e. key message, logo, copy, specific scene, etc.

- Page 1: Bank DBS Indonesia meraih penghargaan The Asset Triple A Treasury dan Sustainable Investing Awards
- Page 2: [Instagram](#) (reference slide 2)

Penghargaan Treasury diberikan untuk kategori Best Cash Management Bank, serta solusi klien terbaik yakni Distribution/Procurement – Best Payments and Collections Solution untuk PT Bonetta Citra Prima

Sebagai mitra terpercaya, DBS berhasil meraih:

Penghargaan Sustainable Investing Awards, Bank DBS Indonesia dinobatkan sebagai Best Custody Specialist – Insurance serta menerima penghargaan untuk Best Corporate Trust Mandate dalam kategori Renewable Energy (EV) dan Waste-to-Energy

- Page 3: Bank DBS Indonesia berperan sebagai satu-satunya penyedia layanan kustodian dan layanan agen pinjaman sindikasi, Bank DBS Indonesia juga terus menjadi pelopor dalam menghadirkan solusi keuangan yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan nasabah

Baca lebih lanjut di: [newroom](#)

Deliverable Detail

i.e. content size, duration etc.

Image or logo sent thru teams

Reference

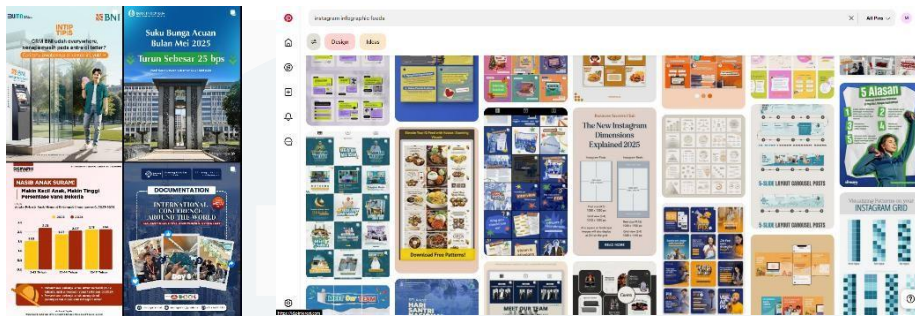
[Instagram](#)

CMB Niaga | CMB Niaga kembali meraih prestasi di tingkat internasional dengan meraih penghargaan dalam Asian Management Excellence Awards 2025 — | [Instagram](#)

Gambar 3. 2 Brief konten

Pada tahap **pre-production**, salah satu tugas utama yang dilakukan penulis adalah menyusun ide dan konsep kreatif (*concepting*) untuk berbagai kebutuhan konten digital Bank DBS Indonesia. Proses ini diawali dengan menerima brief dari divisi terkait, seperti dari divisi *Consumer Banking Groups* atau dari tim *Marketing and Branding*, yang kemudian dijadikan dasar untuk pengembangan ide. Bersama tim konten, penulis mengikuti sesi diskusi dan *brainstorming* untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan kreatif yang memungkinkan. Dalam setiap sesi, penulis turut memberikan masukan baik dari sisi *storytelling* maupun visual agar konsep yang dihasilkan dapat menyampaikan pesan brand dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Proses *concepting* ini tidak hanya berfokus pada estetika visual, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian narasi dengan nilai-nilai brand Bank DBS Indonesia, seperti inovatif, terpercaya, dan berorientasi pada dampak sosial. Misalnya, saat mengembangkan konsep untuk program *People of Purpose (PoP)*, penulis dan tim mempertimbangkan bagaimana konten tersebut dapat menggugah audiens secara emosional sekaligus memperkuat posisinya sebagai mitra keuangan yang peduli dan progresif.



Gambar 3.3 Riset konten

Gambar 3. 3 Riset Konten

Tahap berikutnya yang juga menjadi bagian dari pra-produksi adalah **riset konten**. Dalam hal ini, penulis bertanggung jawab untuk melakukan pencarian dan analisis terhadap tren konten yang sedang populer di berbagai platform media sosial antarlain Instagram, Pinterest, YouTube, dan TikTok. Riset ini mencakup gaya editing video, *tone of voice* dalam *copywriting*, hingga tema-tema konten yang sedang ramai dibicarakan di pada public. Temuan dari proses riset ini kemudian digunakan untuk memperkaya ide dan eksekusi konten agar lebih relevan dan menarik di mata audiens digital masa kini.



Gambar 3. 4 Riset Konten

Sebagai contoh, dalam proyek pembuatan konten reels untuk acara *sustainability talks*, penulis mengamati bahwa konten berbasis *storytelling*

dengan sentuhan cenderung mendapatkan *engagement* lebih tinggi di Instagram karena mampu membangun koneksi emosional yang kuat dengan audiens. *Storytelling* efektif dalam menyampaikan pesan karena lebih mudah diingat, membangkitkan empati, serta mendorong interaksi seperti komentar dan pembagian konten. Format video pendek di Instagram, seperti *Reels*, sangat mendukung gaya penyampaian ini, memungkinkan brand seperti Bank DBS Indonesia untuk menyampaikan nilai-nilai seperti keberlanjutan secara lebih personal dan menyentuh, sehingga meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan (Alonso, 2024).

Oleh karena itu, hasil riset ini menjadi dasar dalam menyusun treatment video dan gaya visual yang akan digunakan. Dengan menyelaraskan tren digital dengan pesan brand, penulis berupaya memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tidak hanya relevan secara sosial, tetapi juga memiliki daya tarik visual yang tinggi dan mendukung tujuan komunikasi Bank DBS Indonesia secara menyeluruh.



Gambar 3.5 Produksi Film HeartWorks Bank DBS

Setelah tahap pra-produksi selesai dilaksanakan, penulis melanjutkan proses ke fase **production**, yaitu tahap di mana berbagai rencana yang telah disusun mulai dieksekusi dalam bentuk pengambilan gambar, baik foto maupun video. Pada fase ini, penulis melakukan proses *shooting* berdasarkan storyline yang telah dibuat sebelumnya, mencakup penyesuaian pencahayaan, penempatan perangkat, serta pengaturan alat perekam sesuai dengan kebutuhan konten.

Dalam bidang videografi, penulis terlibat dalam pengambilan gambar untuk berbagai kebutuhan seperti konten digital dan dokumentasi acara perusahaan. Selama proses ini, memperhatikan aspek teknis seperti komposisi, pencahayaan, serta pemilihan *angle* yang tepat agar hasil akhir selaras dengan standar visual perusahaan dan mampu menyampaikan pesan dengan efektif (Tri Wahyuti, 2022).



Gambar 3. 6 Dokumentasi Asian Insight Conference 2025

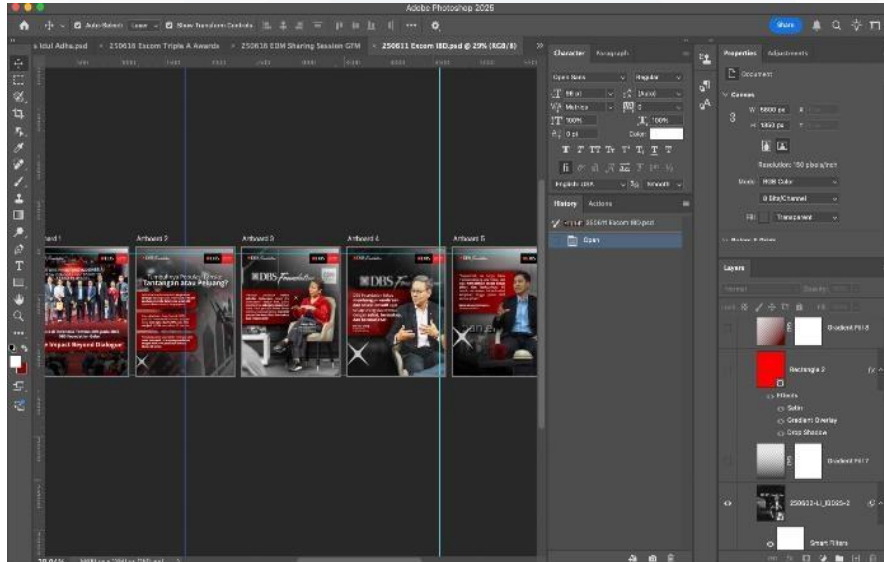


Gambar 3. 7 Dokumentasi Persiapan Konten Retirement Piyush Gupta

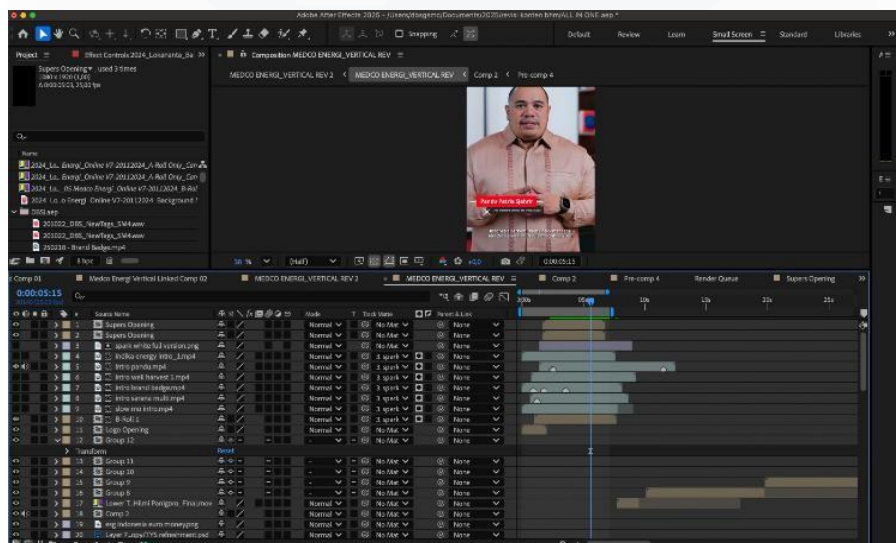
Selain itu, dalam bidang fotografi, penulis juga bertugas mendokumentasikan berbagai kegiatan internal maupun eksternal perusahaan, seperti acara *Townhall*, *Asian Insight Conference*, hingga *Iftar Gathering*. Hasil foto tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga digunakan sebagai materi visual untuk media sosial, sehingga proses pengambilan gambar dilakukan dengan mempertimbangkan estetika, framing, dan konsistensi dengan identitas visual Bank DBS Indonesia.



Gambar 3. 8 Editing konten video visit company



Gambar 3. 9 Editing konten external communication



Gambar 3. 10 Editing video

Setelah melalui tahapan pra-produksi dan produksi, proses pembuatan konten dilanjutkan ke fase akhir yaitu **post-production** atau pascaproduksi. Tahap ini menjadi ruang penting bagi eksplorasi kreatif dalam menyempurnakan materi visual maupun naratif yang telah direkam. Di fase ini, penulis bertanggung jawab untuk melakukan berbagai proses seperti *editing*, penyusunan *caption* dalam hal *copywriting*, hingga proses *approval (clearance)* dan revisi.



Gambar 3. 11 Editing greeting tahun baru Islam

Dalam hal *editing*, penulis mengolah foto dan video menggunakan berbagai perangkat lunak seperti Adobe Premiere Pro, Lightroom, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, Adobe Illustrator, Canva dan CapCut serta didukung oleh bantuan AI yakni seperti ChatGPT, Sora, dan Midjourney tergantung pada kebutuhan dan karakteristik konten. Penyesuaian dilakukan terhadap tone warna, transisi visual, penambahan elemen grafis, dan suara agar hasil akhir memiliki kualitas yang sesuai dengan standar visual Bank DBS Indonesia. Penulis memastikan bahwa konten yang dihasilkan tetap konsisten dengan *brand guidelines* perusahaan baik dari segi gaya visual maupun emosional yang ingin disampaikan kepada audiens.

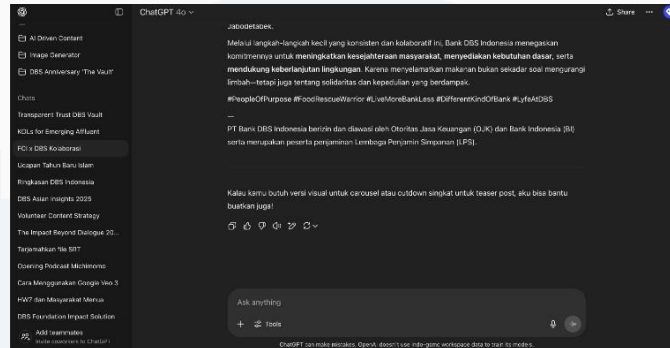
Sebagai bagian dari proses kreatif, penulis tidak hanya fokus pada pengolahan visual melalui editing, namun juga mempertimbangkan aspek desain yang lebih mendalam, seperti penyusunan tata letak (*layout*) dalam setiap

unggahan Instagram Bank DBS Indonesia. Dalam tahap ini, prinsip hirarki desain menjadi krusial untuk memastikan pesan yang disampaikan terserap dengan jelas oleh audiens. Warna merah khas Bank DBS, ukuran elemen visual, serta penempatan teks dan grafis dipilih secara seksama untuk menjaga konsistensi identitas brand dan meningkatkan efektivitas komunikasi visual.

Menurut (Pearson, 2025) salah satu elemen penting dalam menciptakan hirarki visual adalah ukuran dan skala. Elemen yang lebih besar secara otomatis menarik perhatian terlebih dahulu, sehingga sering digunakan untuk menyorot *headline* atau pesan utama. Selain itu, warna dan kontras juga memainkan peran penting penggunaan warna merah yang mencolok dan berkarakter khas Bank DBS menjadi penanda kuat dalam menyampaikan identitas visual perusahaan. Kontras yang tepat membantu audiens menangkap fokus utama dengan cepat dan efisien.

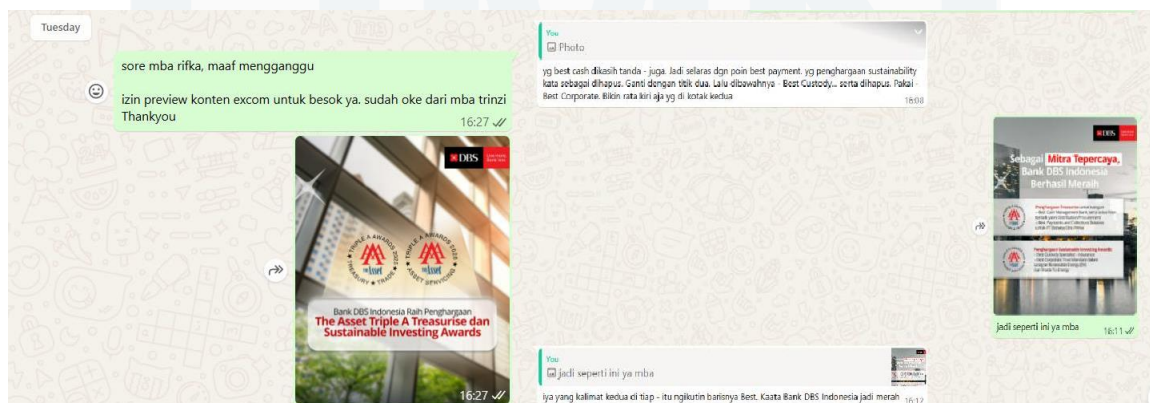
Elemen lainnya seperti *font*, ruang kosong, pola kedekatan antar elemen, dan prinsip *rule of third* juga diimplementasikan dalam desain konten. Tipografi digunakan secara strategis untuk menonjolkan informasi penting, Pola membaca memandu audiens secara alami, dan kedekatan antar elemen membantu mengelompokkan informasi yang saling berkaitan. *Rule of third* pun dimanfaatkan agar komposisi visual terasa lebih dinamis dan profesional.

Sebagai kesimpulan, penerapan hirarki visual sangat penting dalam produksi konten karena membantu audiens memahami informasi secara terstruktur dan logis. Tanpa struktur visual yang jelas, desain bisa menjadi membingungkan, membuat audiens kesulitan menentukan fokus utama, dan pada akhirnya mengurangi efektivitas pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3. 12 Copywriting caption

Selain mengolah aspek visual, penulis juga bertanggung jawab dalam proses *copywriting*, khususnya untuk *caption* media sosial. Penulisan ini dilakukan dengan memperhatikan pesan yang ingin disampaikan, kemenarikan struktur kalimat, serta kesesuaian gaya bahasa dengan karakter brand. Tidak lupa Di Bank DBS Indonesia terdapat acuan utama dalam penulisan yaitu BHM (*brand health monitoring*) yang berisikan hal-hal atau kata-kata yang wajib dimasukan dalam *copywriting* seperti, mitra terpercaya, inovasi, berkontribusi, dan *purpose driven*. Penulis menyusun *caption* yang singkat namun efektif, menyisipkan unsur *call-to-action (CTA)* agar mampu mendorong interaksi audiens, serta menyesuaikan gaya bahasa dengan konteks konten yang diproduksi.



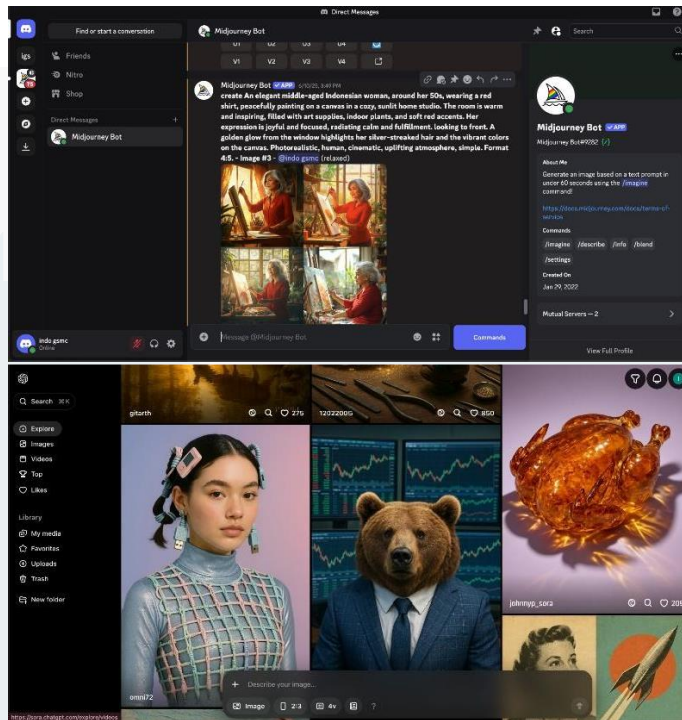
Gambar 3. 13 Proses clearance

Setelah konten selesai diedit dan dilengkapi dengan *copywriting*, penulis melakukan proses *clearance* yaitu mengajukan hasil akhir konten untuk ditinjau oleh atasan atau tim terkait sebelum diunggah ke media sosial. Jika terdapat masukan atau permintaan perubahan, penulis juga melakukan revisi terhadap bagian-bagian yang dianggap belum sesuai, baik dari sisi visual maupun teks. Proses revisi ini dilakukan secara kolaboratif dan berulang sampai konten dinyatakan layak tayang. Dengan tahapan pascaproduksi yang menyeluruh dan detail ini, penulis berupaya memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga komunikatif, relevan, dan mencerminkan identitas Bank DBS Indonesia dengan baik.



Gambar 3. 14 Editing EDM GFM Sharin Session

Selain menjalankan tugas utama dalam proses produksi konten, penulis juga mendapatkan sejumlah tugas tambahan yang mendukung aktivitas komunikasi visual dan digital di lingkungan kerja. Salah satu tanggung jawab tersebut adalah di bidang desain grafis, di mana penulis membuat berbagai materi visual seperti EDM (*Electronic Direct Mail*), sertifikat, hingga kartu ucapan hari raya untuk keperluan internal maupun eksternal perusahaan.



Gambar 3. 15 Penggunaan teknologi AI MidJourney dan Sora

Dalam proses, penulis memanfaatkan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop dan Illustrator, serta mengoptimalkan penggunaan teknologi AI seperti ChatGPT, Sora, Midjourney, dan Adobe Generative AI. Penggunaan teknologi tersebut secara signifikan membantu mempercepat alur kerja sekaligus meningkatkan kualitas desain agar selaras dengan identitas visual Bank DBS Indonesia.



Gambar 3.16 Shooting Podcast Lemonilo

Selain desain, penulis juga menjalankan peran sebagai asisten produksi podcast. Dalam tugas ini, penulis terlibat langsung mulai dari tahap persiapan dan pengaturan perangkat, seperti mikrofon, kamera, dan set studio, hingga mendukung proses pascaproduksi. Penulis juga bertanggung jawab untuk memastikan jadwal produksi berjalan lancar, termasuk memastikan kehadiran host dan kru tepat waktu. Di samping itu, penulis melakukan proofreading terhadap materi yang akan dipublikasikan serta memproduksi konten “bitesize” atau potongan pendek dari podcast untuk memudahkan distribusi di platform digital, terutama Instagram dan Youtube, sehingga pesan dari podcast dapat diterima secara luas oleh audiens.



Gambar 3.17 Follow to Win Giveaway

Tugas tambahan lainnya yang dijalankan adalah pengelolaan program *giveaway* media sosial yaitu “*Follow to Win*”. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk melakukan seleksi pemenang secara adil sesuai dengan ketentuan yang berlaku, termasuk memastikan bahwa proses pengundian berjalan transparan. Setelah pemenang ditentukan, penulis juga mendata dan mencatat nama serta informasi kontak mereka untuk kepentingan pelaporan dan dokumentasi. Aktivitas ini tidak hanya melatih ketelitian dan tanggung jawab administratif, tetapi juga memperkuat pemahaman penulis terhadap mekanisme *engagement* di media sosial perusahaan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik kerja magang di PT Bank DBS Indonesia sebagai *Content Creator Intern*, penulis menghadapi sejumlah tantangan yang cukup signifikan dalam proses adaptasi dan pelaksanaan tugas sehari-hari, seperti:

1. Penulis mengalami peningkatan beban kerja akibat pengunduran diri salah satu anggota tim senior, sehingga beberapa tugas yang sebelumnya bukan menjadi tanggung jawab penulis harus diambil alih. Kondisi ini memaksa penulis untuk cepat beradaptasi dan mengerjakan pekerjaan di luar cakupan magang yang telah ditentukan sejak awal. Dampaknya, jam kerja penulis di Bank DBS Indonesia tidak lagi terbatas dari pukul 9 pagi hingga 5 sore. Penulis kerap kali harus lembur hingga pukul 9 malam, bahkan tetap bekerja di hari libur seperti Sabtu dan Minggu demi mengejar tenggat waktu yang semula merupakan tanggung jawab anggota tim senior tersebut. Meskipun menantang, situasi ini sekaligus menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan dan memperluas pengalaman kerja secara langsung.
2. Penulis menghadapi kendala miskomunikasi dalam koordinasi tim, di mana sering terjadi perbedaan pemahaman terhadap instruksi atau informasi yang diberikan, baik secara lisan maupun tertulis. Hal ini sering kali menyebabkan hasil pekerjaan tidak sesuai dengan ekspektasi dan harus mengalami revisi. Menurut (Manurung, 2024) miskomunikasi dalam lingkungan organisasi merupakan fenomena umum yang dapat memicu berbagai dampak negatif, mulai dari kesalahpahaman antar individu hingga penurunan produktivitas kerja. Dalam konteks ini, teori komunikasi interpersonal (DeVito, 2016) menyoroti pentingnya penyampaian pesan yang efektif, termasuk melalui saluran nonverbal. Berdasarkan, *nonverbal message* seperti ekspresi wajah, gestur, intonasi suara, dan kontak mata sangat berperan dalam mendukung komunikasi verbal—baik untuk menegaskan (*accent*), melengkapi (*complement*), mengulangi (*repeat*),

hingga menggantikan (*substitute*) pesan verbal. Dalam praktik di lapangan, penulis menyadari bahwa penyampaian instruksi melalui teks atau chat sering kali kehilangan unsur nonverbal yang penting, seperti ekspresi atau intonasi, yang seharusnya membantu memperjelas maksud pesan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi selama masa magang, penulis mengambil sejumlah langkah strategis sebagai solusi. Berikut beberapa upaya yang dilakukan penulis:

1. Penulis meningkatkan inisiatif dengan mencari referensi tambahan secara mandiri, bertanya kepada rekan kerja bila ada kebingungan, serta berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan kualitas terbaik meskipun tanggung jawab bertambah. Selain itu, penulis juga mulai proaktif dalam merencanakan alur kerja harian agar tetap produktif dan efisien di tengah tekanan. Dalam beberapa kesempatan, penulis mengambil peran untuk menawarkan solusi atau alternatif saat tim menghadapi kendala, sebagai bentuk kontribusi aktif terhadap kelancaran proyek. Langkah-langkah ini menunjukkan bahwa penulis tidak hanya menyesuaikan diri dengan kondisi yang menantang, tetapi juga berupaya tumbuh dan berkembang secara profesional selama masa magang di Bank DBS Indonesia.
2. Untuk menghindari miskomunikasi, penulis mulai membiasakan diri melakukan konfirmasi atas setiap instruksi yang diterima, baik melalui rapat maupun pesan singkat, guna memastikan adanya kesamaan pemahaman antara pemberi dan penerima tugas. Kebiasaan ini tidak hanya membantu memperjelas maksud arahan, tetapi juga membangun komunikasi yang lebih terbuka dan efektif dalam tim. Dengan memastikan setiap informasi diterima dan dipahami dengan benar, penulis dapat meminimalisir kesalahan kerja serta meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan.