

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalankan program kerja magang di PT Bank SeaBank Indonesia, penulis terlibat dalam sistem kerja yang terstruktur dengan hierarki dan koordinasi yang jelas di lingkungan perusahaan. Secara umum, alur koordinasi dilakukan secara bertahap, dimulai dari klien, user, penulis (desainer), hingga kepala divisi. Setiap tahapan dalam proses ini berjalan apabila seluruh pihak yang terlibat telah memberikan persetujuan untuk melanjutkan proyek yang dikerjakan.

Penulis, menempati posisi sebagai Graphic Designer Intern yang bertanggung jawab untuk menciptakan berbagai materi desain yang dibutuhkan oleh sosial media dari PT SeaBank Indonesia selama periode magang. Dalam menjalankan tugas tersebut, penulis berperan dalam mengembangkan visual yang sesuai dengan identitas dan kebutuhan komunikasi Seabank Indonesia, serta memastikan hasil desain memiliki kualitas yang optimal dan sesuai dengan standar perusahaan.

#### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama masa periode magang, penulis bekerja sebagai desainer grafis intern di PT Bank SeaBank Indonesia. Penulis bertanggung jawab untuk membuat materi desain yang dibutuhkan oleh perusahaan, terutama untuk Divisi Marketing & Communications. Pada posisi ini, penulis bertanggung jawab untuk membuat konten desain sosial media untuk komunikasi visual, promosi, *awareness* dan kampanye PT SeaBank Indonesia.

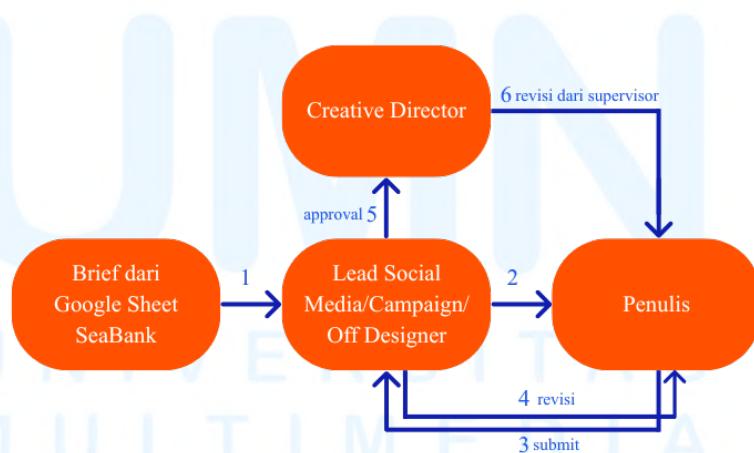
Secara keseluruhan, desain yang dibuat berfokus pada konten digital yang dipublikasikan melalui platform sosial media resmi SeaBank Indonesia, seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan Twitter. Penulis sering diberi proyek untuk membuat key visual, poster digital, dan konten promosi dan edukasi dengan tujuan meningkatkan keterlibatan audiens.

Selama seluruh proses pembuatan desain, *lead social media designer* membantu dalam segala hal, mulai dari membuat ide-ide untuk desain, mengembangkan desain, melakukan revisi, hingga menyelesaikan hasil akhir. Semua materi yang dibuat harus sesuai dengan identitas visual dan strategi komunikasi PT SeaBank Indonesia.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan kerja magang di PT Bank SeaBank Indonesia, penulis melalui beberapa tahapan sebelum menghasilkan materi desain yang diminta oleh pihak internal perusahaan. Setiap tahap dikerjakan dengan bimbingan user dan mentor (supervisor) untuk memastikan proses berjalan dengan lancar, efisien, dan sesuai dengan standar desain visual yang telah ditetapkan oleh PT Seabank Indonesia.

Selama proses tersebut, terdapat banyak diskusi dan kolaborasi yang terjadi pada setiap tahap pengerjaan desain. Hal ini menunjukkan bahwa proses kerja di SeaBank Indonesia sangat menekankan pada kerjasama tim dan komunikasi dua arah antara pihak-pihak yang terlibat. Berikut merupakan proses koordinasi antara penulis dengan user, dan mentor (supervisor) :



Gambar 3.1 Bagan Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai desainer grafis magang di SeaBank, penulis berperan dalam merancang berbagai materi visual untuk kebutuhan media sosial yang telah direncanakan oleh tim media sosial dan kampanye. Setiap desain dibuat dengan tujuan mendukung strategi pemasaran SeaBank, memperkuat citra merek, serta membantu memperluas jangkauan target pasar guna menarik minat calon nasabah.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	21 Juli — 25 Juli 2025	Membuat konten mingguan untuk sosial media instagram	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat Product Awareness (Transaksi Jadi Mudah, Dengan SeaBank Bayar Instan)</li><li>- Membuat design instagram feeds mengenai risiko dan tips aman mengenai SeaBank</li><li>- Membuat design instagram feeds (Waspada)</li><li>- Membuat design feeds instagram mengenai perbandingan transaksi sat-set pakai Qris Seabank pada masa dahulu dan zaman sekarang. Membuat design instagram feeds mengenai langkah menggunakan Qris SeaBank</li><li>- Membuat design feeds instagram mengenai (Waspada) untuk menghindari investasi bodong berkedok promo beserta tips-tips aman dan langkah-langkah jika menjadi korban penipuan</li><li>- Membuat Design Campaign Amplifier</li></ul>

			mengenai promo menarik dari SeaBank
2.	28 Juli – 1 Agustus 2025	Membuat konten mingguan untuk sosial media instagram , membuat konten linked in	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto KV untuk linked in dan artikel media online SeaBank Indonesia</li> <li>- Membuat design instagram feeds mengenai "Kesempatan Terakhir Menangkan Iphone 16" beserta dengan syarat dan ketentuan giveaway</li> <li>- Membuat design instagram mengenai game event "Pesta Untung Seabank"</li> <li>- Membuat design instagram untuk pengumuman pemenang Iphone 16 dari Seabank</li> <li>- Membuat design instagram mengenai pengumuman pemenang realme note 60x</li> <li>- Membuat design instagram feeds mengenai pengumuman pemenang saldo SeaBank 500Rb</li> </ul>
3	4 Agustus – 8 Agustus 2025	Membuat konten mingguan untuk sosial media Seabank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat design instagram mengenai waspada modus penipuan dana pensiun beserta langkah langkah jika terkena penipuan</li> <li>- Membuat design instagram feeds mengenai kesempatan menangkan iphone 16e</li> <li>- Membuat design instagram feeds mengenai giveaway voucher shopee 500rb beserta syarat dan ketentuannya</li> <li>- Merelayout design referral mengenai undang teman</li> </ul>

			<p>bonus 35 rb untuk keperluan social media</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai transaksi Qris, berkesempatan dapat mobil baru</li> <li>- Membuat desain instagram story mengenai transaksi Qris, berkesempatan dapat mobil baru</li> <li>- Membuat design instagram story mengenai kronologi dan waspada penipuan yang mengatasnamakan Seabank</li> </ul>
4	11 Agustus – 15 Agustus 2025	Membuat konten mingguan untuk kebutuhan sosial media SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat design instagram feeds mengenai "Waspada" mengaku dari Dukcapil, ujung-ujungnya rekening terkuras</li> <li>- Membuat design instagram story mengenai "Waspada" mengaku dari Dukcapil, ujung-ujungnya rekening terkuras</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "PROMO SELLAU MENARIK DARI SEABANK" - Membuat design instagram story mengenai "PROMO SELLAU MENARIK DARI SEABANK"</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "Kesempatan Menangkan Iphone 16e" beserta ketentuannya</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "Giveaway Voucher Shopee 500RB"</li> <li>- Me-relayout kv "MENABUNG"</li> </ul>

			<p>BERHADIAH H2" di SeaBank</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat design instagram mengenai "Hati-Hati ya Sobat Seabank"</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "Transaksi Pakai Qris Seabank"</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "Transaksi Pakai Qris Seabank"</li> </ul>
5	19 Agustus – 22 Agustus 2025	Membuat konten mingguan untuk kebutuhan sosial media SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat design instagram "To Do List Ikutan Promo Di Seabank"</li> <li>- Membuat desain instagram "Giveaway Voucher Shopee 500rb"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Waspada" diarahkan orang lain untuk mengajukan pinjaman, ternyata penipuan.</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Jangan Sampai Ketinggal Untuk Menangin 2 Iphone &amp; 2 Emas 1 gr"</li> </ul>
6	26 Agustus-29 Agustus 2025	Membuat konten mingguan untuk kebutuhan sosial media SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Me-rework Master Kv Pesta Untung Seabank ke dalam format instagram</li> <li>- Membuat design instagram story mengenai pengumuman pemenang Iphone 16e</li> <li>- Me-relayout KV dari aplikasi Seabank "Hadiah</li> </ul>

			<p>"Instan" menjadi format Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Me-relayout design KV dari aplikasi Seabank mengenai Kejar Bunga</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "Transaksi Qris SeaBank Dapat Menangkan Total Hadiah 1 Miliar"</li> </ul>
7	1 September – 5 September 2025	Membuat konten mingguan untuk kebutuhan sosial media SeaBank, Membuat desain artikel untuk website SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat design instagram mengenai waspada jangan sepelekan pin &amp; password</li> <li>- Me-relayout campaign Hokben dengan SeaBank ke dalam format Instagram</li> <li>- Me-relayout design mengenai "Serbu Bunga sampai dengan 7%" khusus pengguna baru deposito</li> <li>- Membuat design instagram mengenai "Kesempatan Menangkan Iphone 16e"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Waspada Penipuan Investasi Untung di Awal, Rugi di Akhir"</li> <li>- Membuat desain artikel website "Hati-Hati Modus Trading Bodong"</li> </ul>
8	8 September – 12 September	Membuat konten mingguan untuk sosial media, Membuat desain artikel untuk keperluan website SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain artikel website "Hati-Hati Modus Trading Bodong"</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Tetap Promo di SeaBank" - Membuat desain instagram story mengenai "Tetap Promo di SeaBank"</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai</li> </ul>

			<p>"Kesempatan Menangkan Iphone 16e"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Giveaway Voucher Shopee 500Rb"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Bunga setara 7.56%"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Bijak Mengajukan Pinjaman, Jangan Mau Diarahkan"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Belanja pakai SeaBank Bayar Instan"</li> </ul>
9	15 September – 19 September 2025	Membuat konten mingguan untuk sosial media, membuat desain artikel website	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "In This Economy, belum rajin nabung deposito?"</li> <li>- Membuat desain artikel website mengenai "SeaBank cetak laba di semester</li> <li>- Membuat desain artikel website mengenai "In This Economy mending belajar investasi di SeaBank"</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Waspada data Rekening Bisa Disalahgunakan" -</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Penantian Pesta Untung Segera Tiba"</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Promo Menarik dari SeaBank"</li> </ul>

10	22 September – 26 September 2025	Membuat konten mingguan untuk sosial media, membuat campaign untuk aplikasi SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat KV "Menangkan Bonus 200RB Setiap Hari"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Dicari Pemenang Iphone 16"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Hati-Hati Jangan Berikan Qris Bayar ke Pembeli"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "3 Hari Lagi Siap-Siap Jadi Pemenang" Pesta Untung</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "2 Hari Lagi Menuju Pengumuman Pemenang" Pesta Untung</li> </ul>
11	29 September – 3 Oktober	Membuat konten mingguan untuk sosial media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Me-relayout design instagram mengenai kejar bunga setiap kamis s.d. 7,5%</li> <li>- Membuat desain mengenai "Saksikan Besok Pengundian Pemenang Akan Dimulai" Pesta Untung</li> <li>- Membuat desain mengenai "Transfer Antar Bank, Gratis 100x/bulan"</li> <li>- Membuat desain mengenai "Selalu Ada Promo UntukMu"</li> <li>- Me-relayout desain instagram story mengenai</li> </ul>

			<p>"Kejar Bunga setiap Kamis s.l.dl. 7,5%</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain mengenai "Pengumuman Pemenang Iphone 16e"</li> <li>- Membuat desain mengenai "Waspada Jangan Berikan Qris Bayar Ke pembeli"</li> <li>- Me-relayout desain instagram feeds, instagram story, horizontal, square mengenai KV Hokben"</li> <li>- Me-relayout desain Instagram mengenai "Cico Indomaret</li> <li>- Membuat desain sertifikat mengenai "Participant Online Sharing Session" antar SeaBank bersama Institut Shanti Buana</li> <li>- Membuat desain instagram post mengenai "Giveaway saldo Seabank 500Rb"</li> </ul>
12	6 Oktober – 10 Oktober 2025	Membuat konten mingguan untuk sosial media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain mengenai waspada "hati-hati Transaksi Lewat Wifi Publik"</li> <li>- Me-relayout desain instagram mengenai "Kejar Bunga Setiap Kamis s.d 7.5%"</li> <li>- Membuat desain instagram post mengenai "Kegiatan yang Bisa Kamu Lakukan dalam 3 Menit</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Stop Scrolling Ikutan Giveaway Iphone 17 Di SIni"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai waspada</li> </ul>

13	13 Oktober – 17 Oktober 2025	Membuat konten mingguan untuk keperluan sosial media,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Waspada"</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Aku Bisikin Info Promo Untuk Kamu"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "SeaBank Dukung Bulan Inklusi Keuangan"</li> <li>- Membuat desain instagram feed mengenai "Reminder Ikutan Giveaway Realme Note 60"</li> <li>- Membuat desain instagram feeds mengenai "Belanja Anti Ribet, Pakay SeaBank Bayar Instan"</li> <li>- Membuat desain layout 1920 x 1080 mengenai peserta zoom</li> </ul>
14	20 Oktober – 24 Oktober 2025	Membuat konten mingguan untuk keperluan sosial media. Membuat desain untuk aplikasi Seabank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain KV untuk SeaBank Aplikasi</li> <li>- Membuat desain KV SeaBank untuk Aplikasi Shopee</li> <li>- Membuat desain instagram story mengenai "SeaBank bagi-bagi Iphone 17" beserta dengan ketentuannya</li> <li>- Membuat desain "Brews &amp; Bond" untuk acara yang diadakan SeaBank bagi karyawan Seabank</li> <li>- Membuat desain artikel website mengenai "Waspada Modus Link"</li> </ul>

			<p>Phising Yang Mengintai Data Pribadi"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Giveaway Realme Note 60"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Giveaway Saldo Seabank 500RB"</li> <li>- Membuat desain instagram story mengenai waspada " Modus Penipuan Makin Canggih</li> </ul>
15	27 Oktober – 31 Oktober	Membuat konten mingguan untuk keperluan sosial media SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Pengumuman Pemenang Iphone 17"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Pengumuman Pemenang Realme Note 60"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai Pengumuman Pemenang saldo SeaBank 500Rb</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Waspada" modus penipuan makin canggih</li> <li>- Me-resize foto</li> <li>- Membantu membuat desain materi powerpoint untuk ditampilkan di acara webinar</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "SeaBank kembali adain Giveaway"</li> <li>- Me-relayout desain dari aplikasi seabank ke dalam format Instagram</li> <li>- Me-relayout desain dari aplikasi SeaBank ke dalam format instagram</li> </ul>

16	3 November – 7 November 2025	Membuat konten mingguan untuk keperluan sosial media SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Me-relayout desain instagram dari aplikasi SeaBank ke dalam format instagram</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Saldo terus bertambah karena bunga cair setiap hari"</li> <li>- Membuat desain Bonus 200RB dari Seabank untuk Shopee</li> <li>- Me-resize foto dari acara seabank ke dalam format ukuran 1920 x 1080</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Waspada" Bijak Mengajukan Pinjaman, Jangan Mau Diarahkan"</li> <li>- Me-relayout desain Seabank dari KV Shopee ke dalam format Instagram</li> <li>- Membuat desain "Brew Bonds" dalam bentuk format 1920 x 1080 untuk keperluan acara SeaBank employee</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Jangan Sampai Ketinggalan Promonya" dari SeaBank</li> <li>- Me-relayout desain kv SeaBank bersama dengan</li> </ul>
----	------------------------------	--	---

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

			<p>Indomaret ke dalam format Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Giveaway Iphone 17" hadir lagi</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Siklus Keuangan Sobat SeaBank"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Selamat Hari Pahlawan"</li> </ul>
17	10 November – 12 November 2025	Membuat konten mingguan untuk keperluan sosial media SeaBank	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Waspada Panggilan Palsu"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Jangan Lupa Ikutan Giveaway Untuk Dapetin Iphone 17"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Selalu Ketemu Promo Mantap"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai "Waspada Panggilan Palsu"</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai Giveaway iphone 17</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai Giveaway Realme note 17</li> <li>- Membuat desain instagram mengenai Giveaway Saldo SeaBank</li> <li>- Me-relayout desain aplikasi SeaBank ke dalam format instagram</li> </ul>

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja**

Selama kurang lebih tiga bulan menjalani program magang di SeaBank Indonesia, penulis berkesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai proyek media sosial dan kampanye pemasaran. Media sosial SeaBank mencakup platform Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok, yang masing-masing memiliki beragam pilar konten seperti WASPADA, giveaway, relayout dari desain promo yang ditawarkan oleh SeaBank. Selain itu, penulis juga turut berkontribusi dalam beberapa proyek kampanye, seperti offline campaign Dimana membuat desain untuk acara yang diadakan oleh Seabank untuk karyawan. Seluruh pengalaman ini memberikan kesempatan bagi saya untuk memahami proses kreatif di balik strategi komunikasi visual SeaBank dan mengasah kemampuan dalam menerjemahkan ide menjadi desain yang komunikatif serta selaras dengan identitas merek.

#### **3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja**

Konten Giveaway merupakan rangkaian materi promosi yang dibuat oleh SeaBank Indonesia untuk meningkatkan engagement sekaligus memberikan apresiasi kepada para pengguna. Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang visual dari bberapa konten giveaway, mulai dari brief, menyusun layout, sampai memastikan hasil akhirnya tetap konsisten dengan identitas brand namun masih terlihat menarik.

Setiap bulannya, penulis mengerjakan desain giveaway dengan tema giveaway yang berbeda-beda. Mulai dari giveaway iPhone, giveaway voucher SeaBank, sampai giveaway smartphone Realme Note 10 yang rutin dibagikan setiap bulan. Dalam setiap pengerjaannya, penulis berusaha membuat desain yang tidak hanya enak dilihat, namun mudah dipahami dan mampu menyampaikan informasi giveaway dengan jelas. Tujuannya, agar konten yang penulis buat dapat membantu meningkatkan interaksi audiens dan membuat program giveaway semakin menarik untuk diikuti

### 1) Brief

Setiap bulan, penulis mendapatkan tugas untuk mengerjakan proyek konten Giveaway. Setiap pagi, penulis akan memeriksa daftar tugas yang tercantum yang terdapat pada google sheet “*SeaBank Creative Timesheet 2025*” untuk melihat konten apa saja yang perlu dikerjakan pada hari itu. *Sheet* ini biasanya diisi oleh user penulis, yaitu *lead social media designer*. Melalui sheet tersebut, penulis bisa mengetahui pembagian tugas harian dengan jelas, sehingga alur kerja menjadi lebih terarah, teratur, dan mudah diprioritaskan.

The screenshot shows a Google Sheets document titled "SEABANK CREATIVE TIMESHEET 2025". The spreadsheet has columns labeled A through F and rows numbered 188 to 195. Row 188 is highlighted in orange and contains the text "W3". Column A contains the text "Maureen". Rows 189 and 190 contain project details: "SB 590\_22 Oct\_1 Output" and "SAPP\_201\_22 Oct\_1 Output" respectively. Column B contains the date "20". Column C contains the date "21". Column D contains the date "22". Column E contains the date "23". Column F contains the date "24". Rows 191 through 195 are empty. A tooltip for cell C21 displays the text "IG 830\_23 Oct\_4 Outputs OFF 546\_23 Oct\_2 Outputs". A tooltip for cell D22 displays the text "CEO 78\_22 Oct\_1 Output IG 831\_23 Oct\_3 Outputs". A tooltip for cell E23 displays the text "IG 832\_24 Oct\_3 Outputs IG 830\_23 Oct\_4 Outputs REV OFF 546\_23 Oct\_2 Outputs". A tooltip for cell F24 displays the text "IG 834\_27 Oct\_1 Output OFF 548\_27 Oct (before lunch)\_2 Outputs".

SEABANK CREATIVE TIMESHEET 2025						
File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help						
A268	B	C	D	E	F	
188	W3	20	21	22	23	24
189	SB 590_22 Oct_1 Output	IG 830_23 Oct_4 Outputs OFF 546_23 Oct_2 Outputs	CEO 78_22 Oct_1 Output IG 831_23 Oct_3 Outputs	IG 832_24 Oct_3 Outputs IG 830_23 Oct_4 Outputs REV OFF 546_23 Oct_2 Outputs	IG 834_27 Oct_1 Output OFF 548_27 Oct (before lunch)_2 Outputs	
190	SAPP_201_22 Oct_1 Output					
191						
192						
193						
194						
195						

Gambar 3.2 *SeaBank Creative Timesheet 2025*

Untuk tugas kali ini, penulis mengerjakan proyek yang terjadwal pada tanggal 21 Oktober. Tanggal tersebut dapat dilihat melalui bagian atas dari setiap proyek yang diberikan, sehingga penulis bisa langsung mengetahui urutan pekerjaan yang harus dikerjakan hari itu. Cara membaca tugasnya pun cukup sederhana jika IG 830 berarti konten instagram yang briefnya terdapat di row 830, sedangkan “4 Outputs” menunjukkan jumlah halaman desain yang harus diselesaikan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

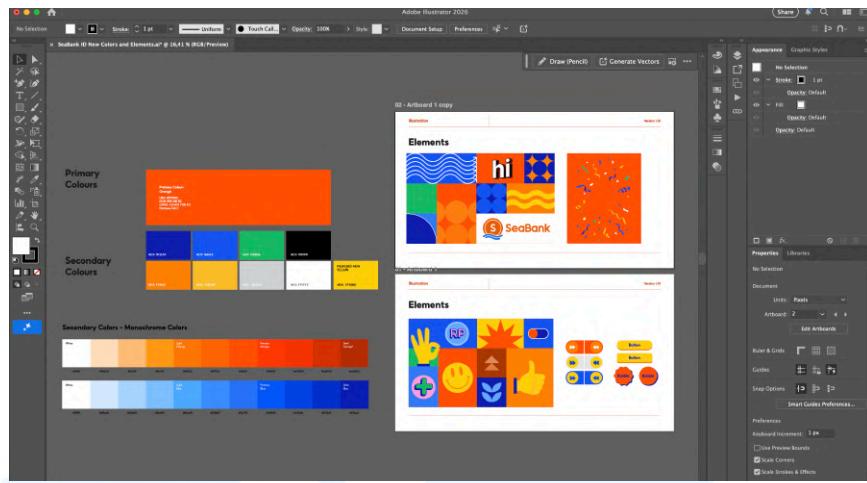
SOCMED (INSTAGRAM) - CREATIVE REQUEST											
	Code ID	Type Prod.	Reference	Number of Assets	Description	Task	Request Date	Submit Date	Date In Prod.	Status	
830	GIVEAWAY (PHONE 17)	VERTICAL STATIC & VERTICAL MOTION	https://drive.google.com/drive/folders/1DwvJLWzXyfjPQHgkVqCmIYBZGKUOOGF?usp=sharing	4	-CUTTITLE cepat&baik -BACKGROUND BLUE -Cat reference for layout	-FRAME 1> HEADLINE: GIVEAWAY AND WIN MONEY BEING DRAWN ON TABLE PHONE 17 FOOTER: MAX WINS Value as reference, no reference, continue legend phone 17 -FRAME 2> THE BIGGEST ACTION https://drive.google.com/drive/folders/1DwvJLWzXyfjPQHgkVqCmIYBZGKUOOGF?usp=sharing Value as reference, no reference, continue legend phone 17 -FRAME 3> The General DESIRE, DESIRE & MOTIVATION https://drive.google.com/drive/folders/1DwvJLWzXyfjPQHgkVqCmIYBZGKUOOGF?usp=sharing Value as reference, no reference, continue legend phone 17 -FRAME 4> HEADLINE: DIVERSITY REASONS NOT TO FOOTER: MAX WINS Value as reference, Jeremy, big top not me -FRAME 5> THE https://drive.google.com/drive/folders/1DwvJLWzXyfjPQHgkVqCmIYBZGKUOOGF?usp=sharing Value as reference, no reference, continue legend phone 17 -FRAME 6>	20 October	24 October	27 October	Link	Approved
831	GIVEAWAY (iPhone 17)	KP (STATIC)	https://drive.google.com/drive/folders/1DwvJLWzXyfjPQHgkVqCmIYBZGKUOOGF?usp=sharing	3	-CUTTITLE cepat&baik -BACKGROUND BLUE -Cat reference for layout	-	20 October	24 October	27 October	Link	Approved

Gambar 3.3 SeaBank *Creative Request*

Pada row 830, sudah terlihat jelas *detail brief* yang diberikan oleh tim sosial media. Penulis akan membuat desain *giveaway* iphone 17. Dari *brief* yang didapat, penulis bertanggung jawab untuk membuat informasi yang ada menjadi sebuah visual yang lebih jelas, mudah dipahami, dan tetap informatif untuk *audiens*.

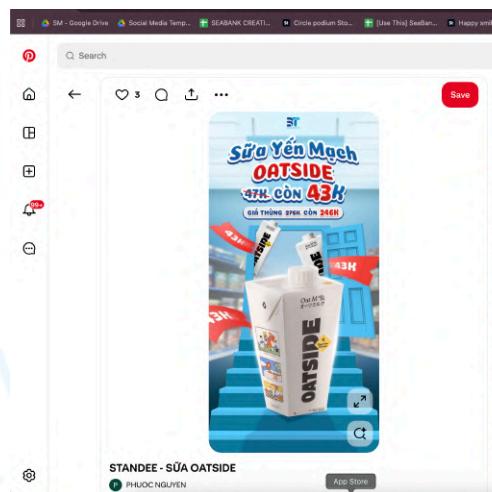
## 2) Moodboard & Reference

Untuk kebutuhan desain di SeaBank, *head of graphic design* sudah menyiapkan moodboard utama yang buat langsung oleh *Head of Graphic Design*. *Moodboard* ini berisi panduan visual lengkap mulai dari gaya ilustrasi, palet warna, hingga elemen-elemen yang mencerminkan identitas visual SeaBank. Semua referensi tersebut disimpan rapi di Google Drive dengan tujuan agar setiap desainer bisa mendownload file tersebut. Penulis juga diberikan akses untuk membuka dan mendownload file Adobe Illustrator yang berisi moodboard tersebut saat mulai mengerjakan desain. Dengan adanya referensi yang terpusat ini, proses desain jadi jauh lebih efisien dan hasil akhirnya juga tetap selaras dengan gaya visual yang sudah ditetapkan oleh SeaBank Indonesia.



Gambar 3.4 Moodboard SeaBank

Selain moodboard utama, biasanya tim sosial media juga membantu memberikan refrensi desain yang dimasukkan ke dalam “SeaBank Creative Request”. Refrensi ini biasnaya diambil dari Pinterest. Dengan begitu, penulis tidak perlu mencari referensi desain dari awal setiap membuat projek baru. Referensi yang diberikan ini membantu penulis untuk memahami arah visual yang diinginkan oleh tim requester. Berikut merupakan gambar referensi yang diberikan oleh tim requester yang ditaruh pada google sheet :



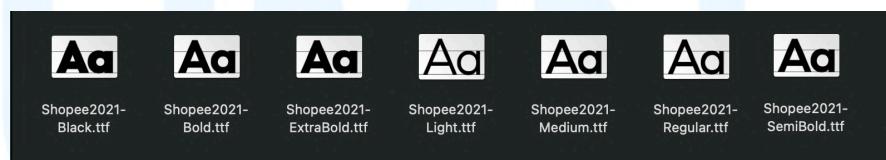
Gambar 3.5 Referensi Desain dari Requester

### 3) Proses Visualisasi



Gambar 3.6 Logo SeaBank

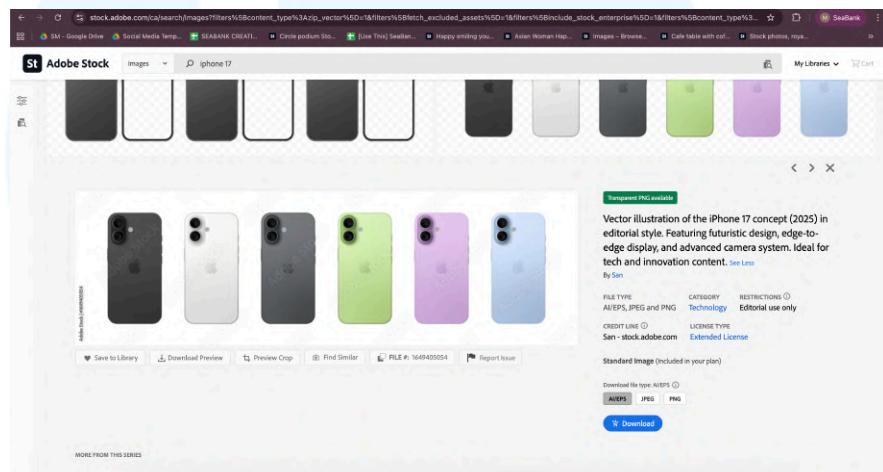
Setiap desain yang dibuat untuk keperluan SeaBank wajib menggunakan logo SeaBank sebagai elemen utama identitas visual. Logo tersebut telah disediakan di drive SeaBank dan digunakan secara konsisten pada setiap konten visual. Penerapan logo ini bertujuan untuk memastikan seluruh konten tetap selaras dengan karakter dan citra brand, sehingga SeaBank dapat membangun kepercayaan serta meningkatkan daya ingat audiens terhadap *brand*.



Gambar 3.7 Font Shopee 2021

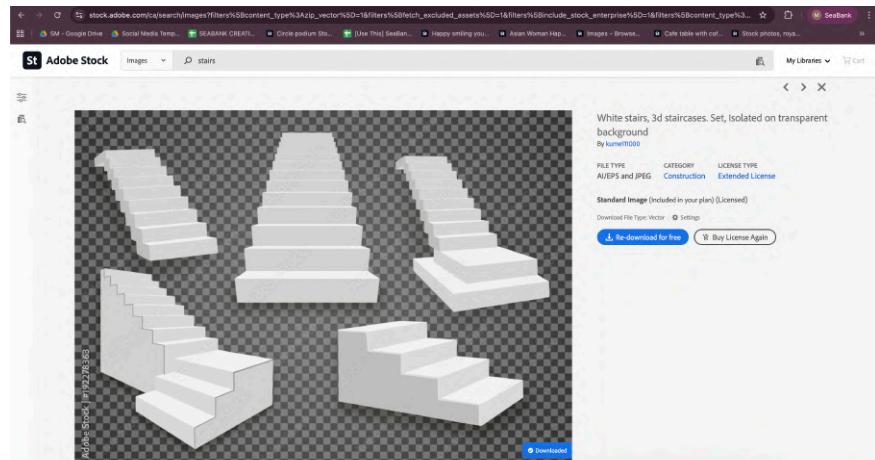
Setelah penggunaan logo SeaBank, setiap desainer diwajibkan untuk menggunakan *font* Shopee 2021 sesuai dengan panduan desain yang berlaku. Ketentuan ini diterapkan untuk menjaga konsistensi identitas visual pada seluruh konten komunikasi SeaBank. Dengan konsistensi tersebut, citra *brand* SeaBank dapat tersampaikan secara kuat, profesional, dan mudah dikenali oleh *audiens*.

Dalam membuat desain giveaway, biasanya refrensinya berbeda beda sehingga desain yang dibuat pun memiliki perbedaan agar terlihat tidak membosankan. Untuk kali ini, penulis akan mencari aset-aset desain terlihat dahulu di Adobe stock. Seabank menyediakan lisensi Adobe Creative untuk seluruh desainer, sehingga proses kerja jadi jauh lebih mudah dan efisien. Untuk program *giveaway*, SeaBank selalu menggunakan warna biru.



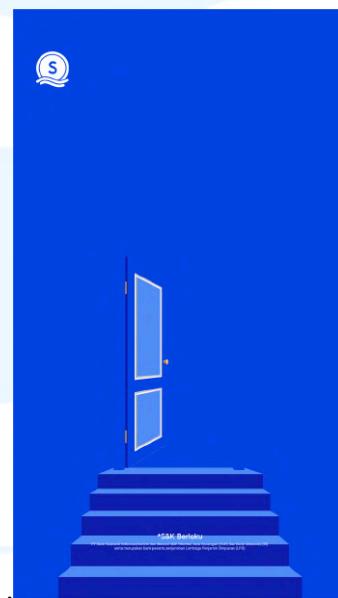
Gambar 3.8 Aset Iphone 17

Karena tema giveaway kali ini adalah membagikan iPhone 17, maka penulis terlebih dahulu mencari bentuk atau *mockup* iPhone 17 yang tersedia dan dapat diunduh secara bebas. Penulis memilih menggunakan aset dari Adobe Stock agar *file* yang didapatkan berkualitas tinggi serta kompatibel untuk dibuka langsung di Adobe Illustrator maupun Adobe Photoshop. Dengan begitu, penulis dapat memindahkan, mengedit, dan menyesuaikan gambar perangkat tersebut dengan mudah ke dalam desain konten *giveaway*.



Gambar 3.9 Aset tangga

Aset kedua yang penulis unduh dari Adobe Stock adalah gambar tangga, karena pada referensi terdapat elemen tersebut sehingga perlu ditambahkan ke dalam desain. Penulis juga mencari dan mengunduh aset gambar pintu untuk melengkapi visual yang akan ditempatkan di bagian atas tangga. Dengan penggunaan kedua aset ini, desain dapat mengikuti referensi visual secara lebih akurat dan konsisten.



Gambar 3.10 Background desain *Giveaway*

Pada tahap awal perancangan desain, penulis menggunakan warna biru dengan kode #1655F2 sebagai latar belakang untuk menjaga konsistensi visual dengan identitas SeaBank. Pemilihan warna ini

didasarkan pada karakter visual konten *giveaway* SeaBank yang secara konsisten menggunakan warna latar belakang berwarna biru, sehingga dapat memperkuat citra *brand*. Setelah itu, penulis menempatkan logo SeaBank berwarna putih sesuai dengan ketentuan template serta menambahkan elemen tangga sebagai pendukung visual yang sesuai dengan referensi.



Gambar 3.11 Penambahan asset iPhone

Karena desain ini ditujukan untuk *giveaway* Iphone 17, penulis menambahkan asset iPhone 17 sebagai elemen utama untuk memperkuat desain. Selain itu, penulis menggunakan elemen berbentuk bintang yang diambil dari adobe stock sebagai elemen pendukung agar tampilan terlihat lebih modern dan lebih menarik. Penambahan elemen ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik visual sekaligus menegaskan kesan yang ekslusif pada desain sehingga mampu menarik perhatian *audiens* dan meningkatkan antusias terhadap program *giveaway*.



Gambar 3.12 Penambahan *background*

Setelah itu, penulis memiliki ide dengan menambahkan latar belakang toko handphone untuk membangun suasana seolah iPhone 17 berada langsung di dalam toko. Konsep ini penulis pilih agar visualnya terasa lebih nyata, seakan-akan iPhone 17 tersebut sedang dibeli oleh pihak SeaBank untuk dijadikan hadiah giveaway. Dengan pendekatan ini, penulis ingin audiens dapat lebih mudah membayangkan proses dan antusiasme dari giveaway yang ditawarkan.



Gambar 3.13 Penambahan judul

Penulis menambahkan *headline* “SeaBank Bagi-Bagi iPhone 16” menggunakan font Shopee 2021 yang menjadi ciri khas tipografi pada seluruh konten visual SeaBank, sehingga identitas brand tetap konsisten. Selanjutnya, saya menambahkan stiker berwarna kuning dengan tulisan “iPhone 17” sebagai elemen penegasan visual. Konsep ini saya gunakan untuk memberi kesan koreksi, seolah tulisan iPhone 16 dicoret dan digantikan dengan iPhone 17, sehingga pesan *giveaway* terasa lebih menarik dan komunikatif.



Gambar 3.14 Penambahan iPhone pendukung

Saya menambahkan asset iPhone 17 di bagian samping kanan dan kiri komposisi untuk memperkuat fokus visual pada produk utama. Penggunaan fitur drop shadow saya terapkan agar handphone memiliki bayangan yang membuatnya tampak lebih berdimensi dan realistik. Dengan teknik ini, tampilan desain menjadi lebih hidup serta memiliki kedalaman visual yang lebih kuat.



Gambar 3.15 Artboard kedua

Pada tahap ini, saya membuat desain artboard kedua yang berisi informasi syarat dan ketentuan untuk mendapatkan iPhone. Saya tetap menggunakan warna biru dengan kode #1655F2 sebagai latar belakang guna menjaga konsistensi dengan identitas visual SeaBank, serta menempatkan logo SeaBank sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Selain itu, saya menambahkan *footer* khusus yang wajib ada di setiap desain dan menggunakan *font* Shopee 2021 untuk headline agar tampilan tetap rapi, konsisten, dan selaras dengan brand SeaBank.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



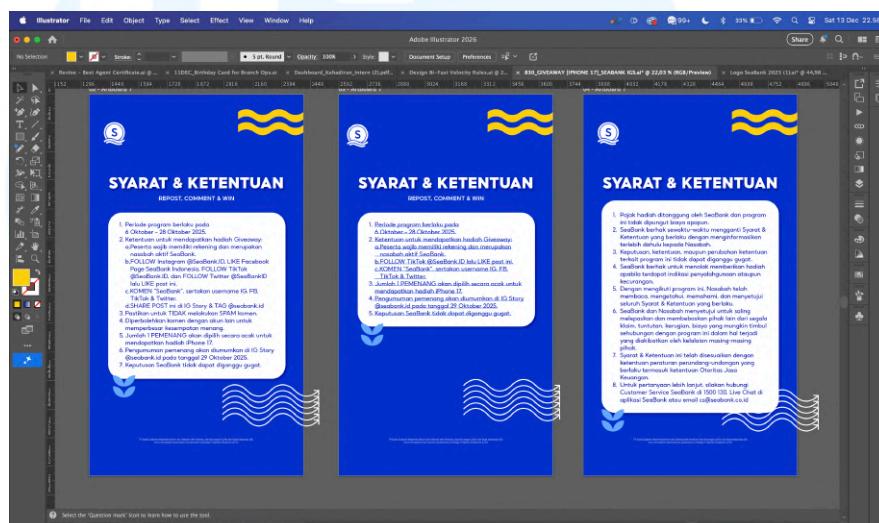
Gambar 3.16 Syarat Ketentuan

Untuk isi syarat dan ketentuan, saya mengacu pada brief yang diberikan melalui Google Docs yang tercantum dalam Google Sheet “*Use This SeaBank Creative Request Sheet 2025*”. Seluruh informasi tersebut saya terapkan ke dalam desain sesuai dengan arahan yang telah ditetapkan. Saya tetap menggunakan font Shopee 2021 agar konsistensi visual SeaBank tetap terjaga di seluruh konten.



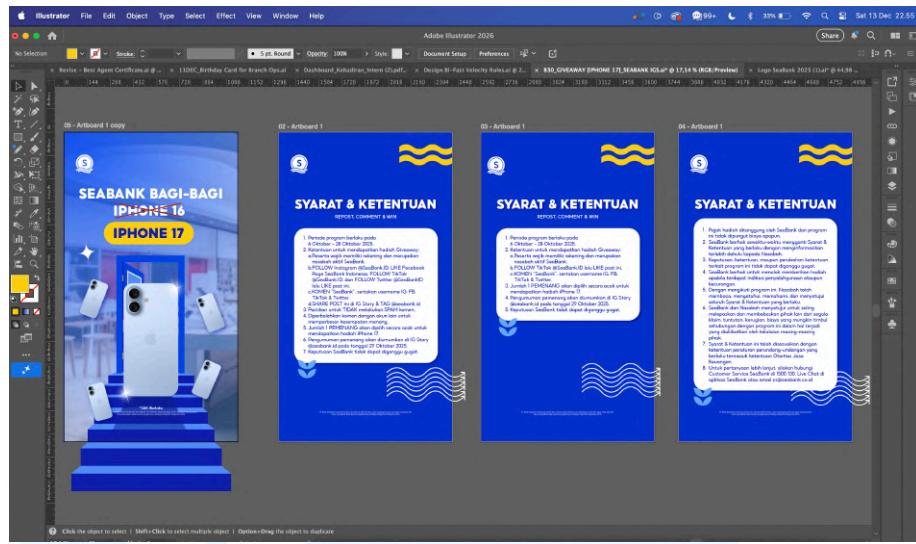
Gambar 3.17 Elemen tambahan dari moodboard Seabank

Pada tahap terakhir, saya menambahkan elemen khusus yang telah dibuat oleh supervisor sebagai pendukung visual desain. Elemen ini digunakan untuk memperkuat konsep serta menyesuaikan desain dengan arahan yang telah ditetapkan. Dengan penambahan tersebut, keseluruhan tampilan desain menjadi lebih matang, konsisten, dan selaras dengan standar visual SeaBank.



Gambar 3.18 Desain untuk syarat ketentuan *giveaway*

Berikut merupakan desain syarat dan ketentuan yang saya buat dengan tampilan visual yang konsisten. Meskipun memiliki gaya desain yang seragam, isi informasi pada setiap desain disesuaikan dengan brief yang diberikan. Pendekatan ini bertujuan agar setiap konten tetap informatif, relevan, dan selaras dengan kebutuhan SeaBank.

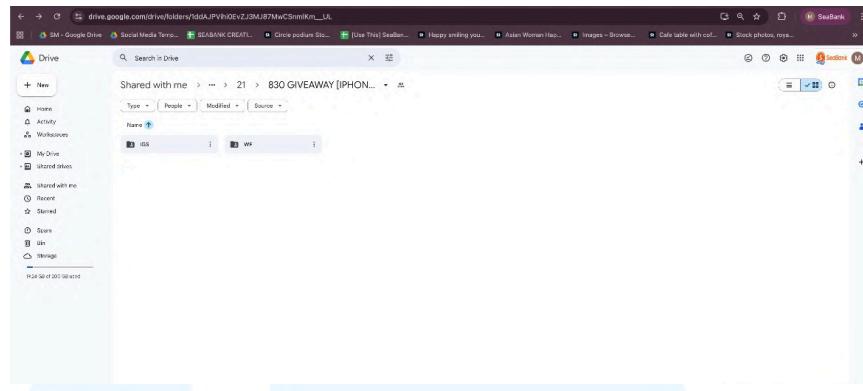


Gambar 3.19 Finalisasi desain

Berikut merupakan hasil desain final yang saya buat untuk konten *giveaway* iPhone 17. Desain ini dirancang dengan mengutamakan konsistensi identitas visual SeaBank melalui penggunaan warna, logo, dan tipografi yang sesuai dengan panduan brand. Selain itu, komposisi desain dibuat agar terlihat menarik, modern, dan relevan dengan target audiens SeaBank. Secara keseluruhan, desain ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik serta antusiasme audiens terhadap program *giveaway* yang diselenggarakan.

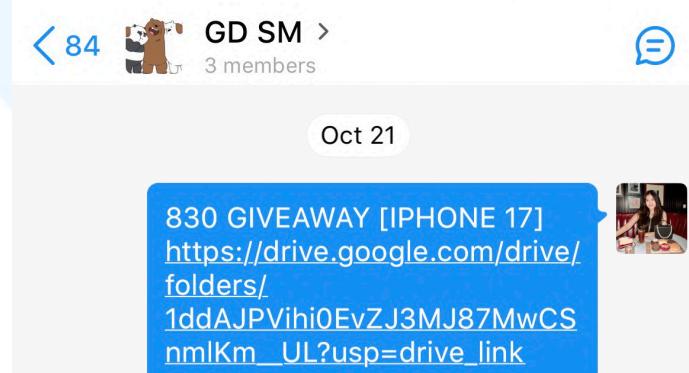
#### 4) *Feedback & Evaluasi*

Setelah desain yang penulis buat selesai, penulis akan mengumpulkan sesuai dengan tata cara yang sudah diajarkan oleh *lead social media designer*. Penulis mengumpulkan hasil desain ke dalam google drive yang dimana bisa diakses oleh seluruh desainer di SeaBank. Penulis juga membuat folder dimulai dari bulan, tanggal hingga nama konten yang dibuat.



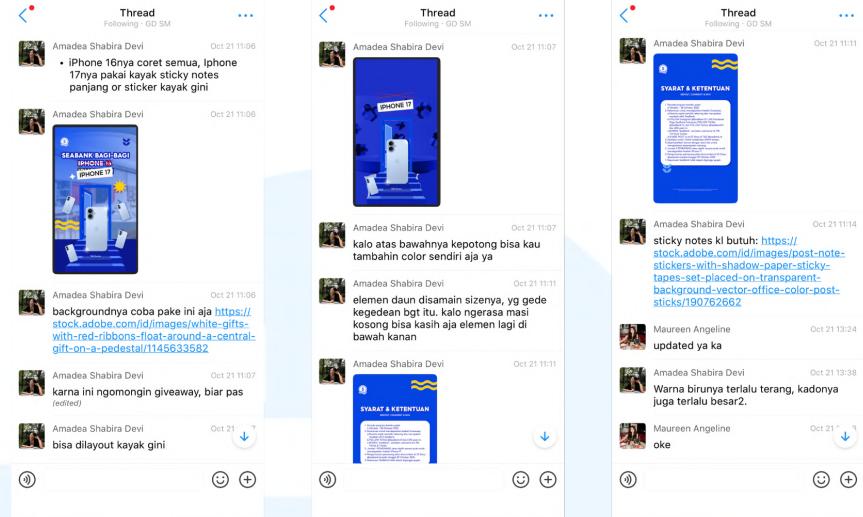
Gambar 3.20 Drive pengumpulan desain

Setelah mengumpulkan desain di drive, penulis selanjutnya akan memberikan link drive ini kepada lead social media designer melalui grup “GD SM” melalui SeaTalk (aplikasi untuk komunikasi seluruh *employee* SeaBank) untuk dilakukan pengecekan atau *quality control*.



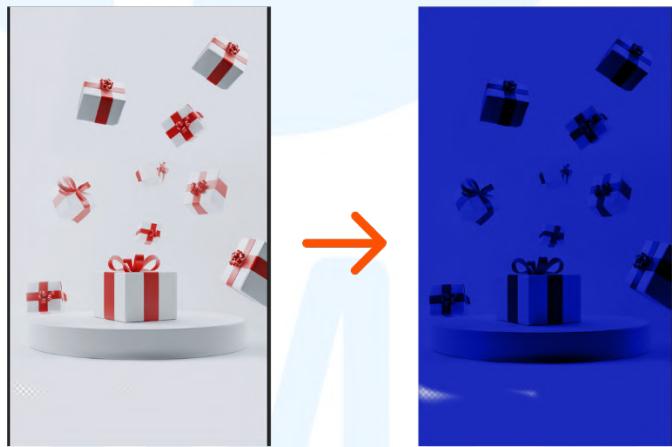
Gambar 3.21 Pengumpulan desain kepada *lead social media designer*

Setelah penulis mengumpulkan *link* Drive, user akan langsung melihat dan mengevaluasi hasil desain yang telah dibuat. Proses evaluasi ini dilakukan secara langsung melalui chat untuk memudahkan komunikasi dan mempercepat revisi. Dengan cara ini, penulis dapat segera menerima *feedback* dan melakukan perbaikan desain sesuai arahan *lead social media designer*.



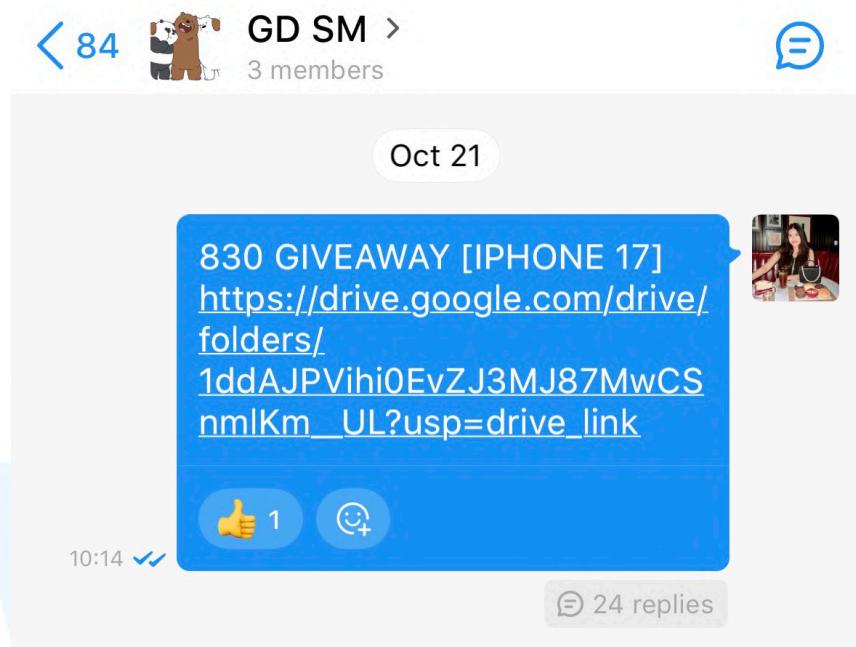
Gambar 3.22 Hasil *feedback* dari *lead social media*

Setelah menerima hasil *feedback* dari *lead social media*, penulis langsung segera mengubah desain yang penulis buat mengikuti arahan desain yang diberikan oleh *lead social media designer*.



Gambar 3.23 Proses revisi

Berikut merupakan revisi yang diminta oleh *Lead Graphic Designer* terhadap desain yang telah dibuat. Penulis segera menyesuaikan dan menerapkan seluruh arahan revisi dengan menggunakan software Adobe Photoshop, khususnya fitur *color overlay* untuk mengubah latar belakang sebelumnya menjadi warna biru khas SeaBank. Proses revisi ini dilakukan guna memastikan desain akhir telah sepenuhnya sesuai dengan standar visual serta kebutuhan komunikasi yang ditetapkan.



Gambar 3.24 Approval dari *lead social media designer*

Setelah penulis mengubah desain sesuai dengan arahan dari user, jika sudah sesuai *lead social media designer* akan memberikan reaksi berupa jempol yang menandakan bahwa desain sudah selesai. Setelah di approve, *lead social media designer* akan meneruskan hasil desain yang penulis buat ke dalam grup “*QC Group All Streams*” yang merupakan grup khusus untuk proses *quality control*. Pada grup ini, seluruh desainer mengirimkan hasil desain yang telah dikerjakan untuk mendapatkan approval langsung dari *head of graphic design*.

Gambar 3.25 Approval dari head of graphic design

Jika lead og graphic design sudah okk, maka hasil desain sudah selesai dan siap untuk di posting ke sosial media Seabank. Berikut merupakan hasil final desain yang sudah melewati feedback dan evaluasi dari lead of social media designer.



Gambar 3.26 Hasil desain final

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama intern di SeaBank, penulis bertanggung jawab dalam mengerjakan kebutuhan desain di SeaBank, mulai dari konten waspada, terkadang juga penulis mendapat kesempatan untuk mendesain artikel website dan juga penulis diberikan kesempatan untuk membuat key visual aplikasi SeaBank. Untuk konten WASPADA, penulis membuat visual edukasi mengenai modus penipuan setiap minggu dimulai dari memahami *brief*,

menyusun layout, hingga memastikan desain tetap konsisten dengan identitas brand. Sementara itu, tugas artikel website sifatnya lebih fleksibel dan dikerjakan saat ada kebutuhan mendesak, di mana penulis mengolah informasi dari tim requester menjadi tulisan yang jelas dan mudah dipahami. Penulis juga mendapat kesempatan untuk mendesain key visual aplikasi SeaBank, dan pada periode ini desain bertema “Undang Teman Bonus 35RB” yang penulis buat terpilih sebagai visual pada aplikasi di bulan November

Selain proyek eksternal, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk desain internal untuk karyawan SeaBank, termasuk email dan headposter yang biasanya diminta langsung oleh tim HR. Pada kesempatan kali ini, penulis membuat desain untuk acara “Brews and Bond”, sebuah kegiatan khusus bagi karyawan laki-laki untuk belajar meracik kopi dan membangun kedekatan satu sama lain. Beragamnya jenis proyek yang dikerjakan membuat penulis terus beradaptasi, mengeksplor visual, dan memastikan setiap output tetap relevan, rapi, dan sesuai standar desain SeaBank.

### **3.3.2.1 Proyek “WASPADA”**

Konten WASPADA merupakan sebuah rangkaian konten materi edukatif dan pesan himbauan yang disusun oleh SeaBank Indonesia untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap bentuk penipuan yang mengatasnamakan bank. Dalam proyek penyusunan konten WASPADA ini, saya bertanggung jawab dalam merancang visual dari setiap materi yang telah ditetapkan oleh tim *requester*, baik dari tim media sosial maupun tim penanggulangan untuk mencegah penipuan.

Setiap minggunya, saya secara rutin mengerjakan desain konten WASPADA yang ditayangkan setiap minggu. Tugas ini meliputi proses interpretasi brief, pembuatan layout, hingga memastikan visual yang dihasilkan sesuai dengan identitas brand serta mudah dipahami oleh audiens.

### 1) Brief

Setiap minggu, penulis mendapatkan tugas untuk mengerjakan proyek konten WASPADA. Setiap pagi penulis akan memeriksa daftar tugas yang tercantum pada sheet “SeaBank Creative Timesheet 2025” untuk mengetahui pekerjaan apa saja yang akan diberikan oleh user penulis pada hari tersebut. Melalui sheet ini, penulis dapat melihat pembagian tugas harian secara jelas sehingga proses kerja menjadi lebih terarah dan terstruktur.

SEABANK CREATIVE TIMESHEET 2025						
W4		27	28	29	30	31
254	IG 848_27 Oct_1 Output	IG 836_28 Oct_3 Outputs	CEO 79_30 Oct_3 Outputs	IG 852_30 Oct_4 Outputs	IG 862_31 Oct_3 Outputs	
255	IG 849_27 Oct_1 Output	CEO 80_28 Oct_1 Output		IG 860_30 Oct_4 Outputs		
256						
257						
258						
259						
260						
261						

Gambar 3.27 SeaBank Creative Timesheet

Untuk tugas kali ini, penulis akan mengerjakan pekerjaan yang terjadwal pada tanggal 28 Oktober. Tanggal tersebut dapat dilihat pada bagian atas setiap task yang tercantum di sheet, sehingga memudahkan penulis dalam memahami urutan penggeraan. Cara membaca keterangan tugasnya adalah IG 836 merupakan konten instagram yang terdapat di row 836 jika ingin melihat briefnya. Sementara 28 Oktober merupakan deadline penyelesaian desain yang diberikan kepada penulis yang dimana deadlinenya bertepatan dengan hari dimana penulis diberikan tugasnya. Keterangan “3 Outputs” menandakan jumlah halaman desain yang perlu diselesaikan. *Brief* pada row 836 yang pernah diberikan dan dikerjakan oleh penulis adalah mengenai “sekarang scammer bisa memanipulasi hasil pencarian AI untuk menjebak pengguna bank”. Melalui brief tersebut, penulis bertanggung jawab untuk mengolah informasi yang ada menjadi sebuah visual yang jelas, informatif, dan mudah dipahami oleh audiens.

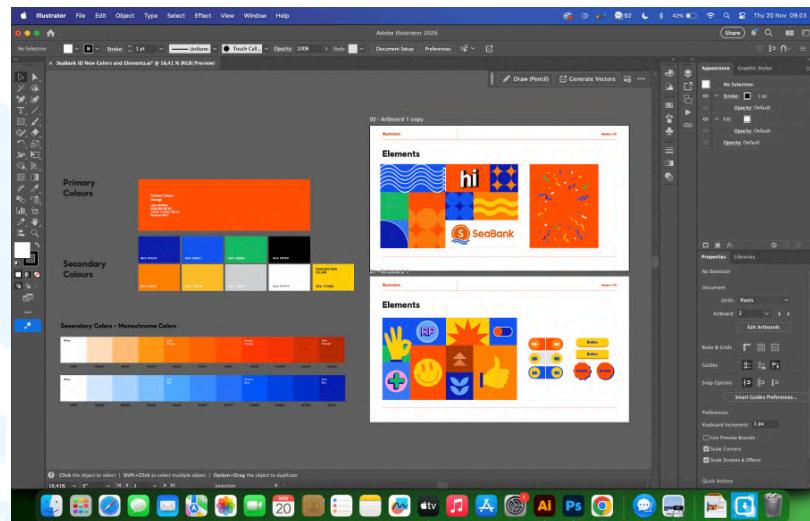
SOCMED (INSTAGRAM) - CREATIVE REQUEST							Click here for 30924 Tracker	
	Content	Type Post	References	Number of hours Estimated	Description	Request Date	Delivery Date	Date to Post
814	WeBSITE (DENGARANKAN)	X POST (STATIC)	Media Interaktif https://www.seabank.co.id/online-cek-saldo/cek-saldo.html https://www.seabank.co.id/online-cek-saldo/cek-saldo.html https://www.seabank.co.id/online-cek-saldo/cek-saldo.html https://www.seabank.co.id/online-cek-saldo/cek-saldo.html	9	- CTATITLE: cepat dan mudah - BACKGROUND ORANGE - Click reference for layout	20 October	29 October	31 October

Gambar 3.28 SeaBank *Creative Request*

Brief yang diberikan untuk proyek ini biasanya sudah sangat lengkap, baik dari sisi konten maupun arahan visual yang diinginkan tim media sosial sebagai requester. Karena itu, ide visual untuk setiap konten WASPADA sudah dipersiapkan terlebih dahulu oleh tim terkait sesuai topiknya. Dalam proyek ini, peran penulis lebih berfokus pada memvisualisasikan arahan tersebut secara teknis mulai dari penataan layout, pemilihan elemen visual, hingga memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan *guideline* yang diberikan.

## 2) Moodboard & Reference

Untuk kebutuhan desain di SeaBank, moodboard utama sudah dipersiapkan secara khusus oleh Head of Graphic Design.



Gambar 3.29 Moodboard SeaBank

Moodboard tersebut berisi panduan visual yang mencakup gaya ilustrasi, palet warna, yang sesuai dengan identitas brand SeaBank. Seluruh materi tersebut disimpan di Google Drive agar mudah diakses oleh seluruh anggota tim. Setiap desainer, termasuk penulis, dapat

membuka file Adobe Illustrator yang berisi moodboard tersebut kapan pun diperlukan. Dengan adanya referensi visual yang terpusat dan konsisten ini, proses pembuatan desain menjadi lebih efisien dan memastikan bahwa seluruh output tetap berada dalam satu garis besar gaya visual yang sudah ditetapkan oleh SeaBank.

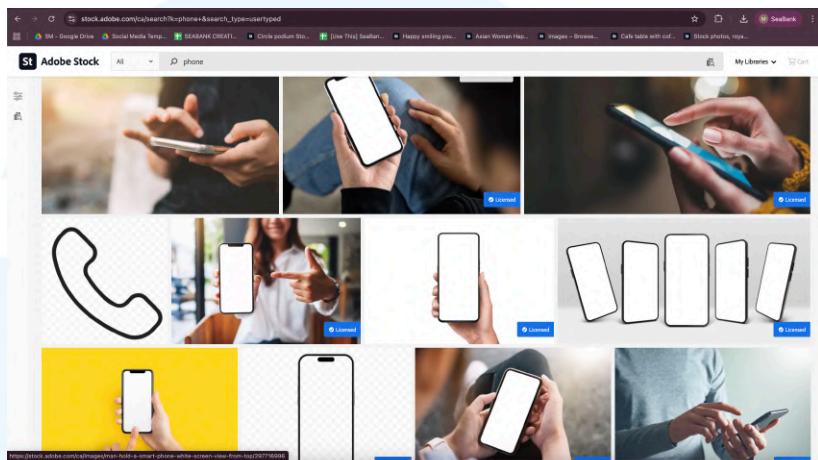
Selain moodboard, logo WASPADA juga sudah disiapkan oleh tim kreatif lain sebagai template yang digunakan secara konsisten di setiap konten. Tim sosial media juga menyediakan berbagai referensi desain yang dapat dijadikan acuan agar visual yang dihasilkan tetap selaras dengan gaya komunikasi SeaBank. Dengan adanya panduan dan referensi ini, penulis dapat fokus memvisualisasikan arahan ke dalam layout yang rapi, informatif, dan sesuai standar brand.



Gambar 3.30 Referensi Desain 836

Hal utama yang dapat penulis ambil dari referensi tersebut adalah arah tata letak serta pilihan ilustrasinya. Berdasarkan referensi itu, penulis kemudian melakukan brainstorming secara lisan untuk menentukan ilustrasi seperti apa yang paling sesuai dengan kebutuhan konten. Selain itu, penulis juga mencari tambahan inspirasi dan aset

visual melalui website seperti AdobeStock dan Pinterest, sehingga visual yang saya hasilkan tetap relevan, informatif, dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3.31 Aset di Adobe Stock

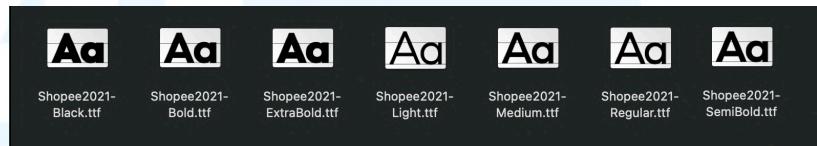
### 3) Proses Visualisasi

Dalam proses pembuatan desain untuk konten WASPADA setiap materi memiliki topik yang berbeda-beda, seperti himbauan penipuan AI, hati-hati transaksi lewat wifi publik, jangan berikan qrisk bayar ke pembeli, dan berbagai modus lainnya. Namun, pada bagian ini penulis akan berfokus membahas proses visual untuk topik “Modus Penipuan Makin Canggih”.



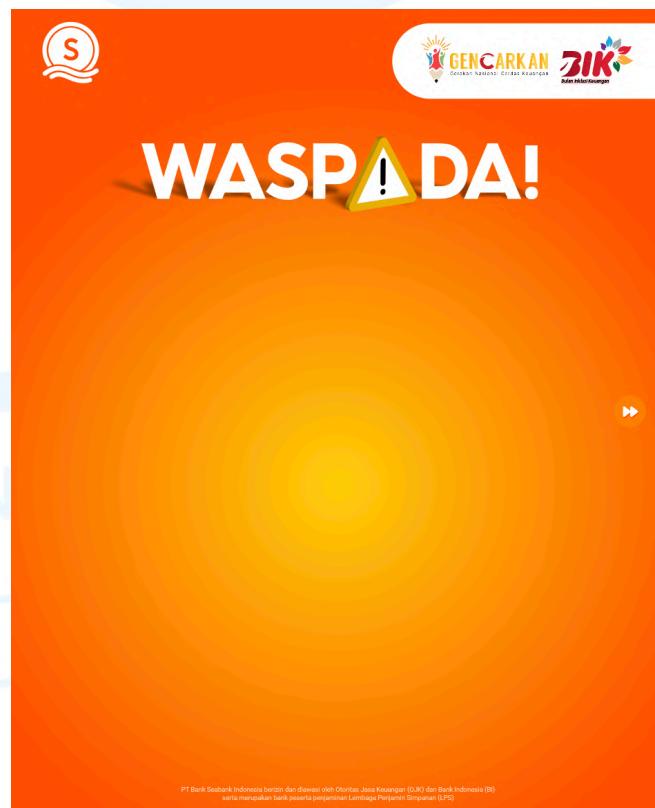
Gambar 3.32 Logo SeaBank

Seperti pada desain-desain sebelumnya, pada setiap karya yang dibuat penulis selalu menggunakan logo sebagai identitas utama sesuai dengan ketentuan dan panduan desain yang berlaku. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga keseragaman visual pada seluruh konten. Dengan konsistensi ini, identitas dan citra brand SeaBank dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens.



Gambar 3.33 *Font* Shopee 2021

Selain itu, penulis juga menggunakan font Shopee 2021 yang telah disediakan oleh perusahaan untuk seluruh elemen teks dalam desain. Penggunaan font ini dilakukan untuk menjaga konsistensi tipografi sesuai dengan identitas visual SeaBank. Dengan penerapan yang seragam, tampilan desain menjadi mudah dikenali oleh audiens.



Gambar 3.34 *Background* konten waspada

Untuk pembuatan konten waspada, penulis menggunakan warna oranye dengan kode #FF5100 sebagai warna utama Untuk pembuatan konten Waspada, penulis menggunakan warna oranye dengan kode #FF5100 sebagai warna utama yang menjadi ciri khas konten pribadi SeaBank. Pemilihan warna ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual sekaligus menarik perhatian audiens karena sifatnya yang tegas dan kontras. Selain itu, karena konten ini bersifat peringatan, penulis menggunakan logo Waspada yang telah disediakan oleh supervisor, serta menambahkan logo Gencarkan dan BIK sesuai arahan yang diberikan pada brief pembuatan desain visual.



Gambar 3.35 Menambahkan asset *handphone*

Selanjutnya, penulis menggunakan asset handphone yang diunduh dari Adobe Stock sebagai elemen pendukung visual. Wallpaper pada handphone tersebut kemudian disesuaikan dengan warna SeaBank agar

selaras dengan identitas brand. Penyesuaian ini dilakukan untuk menciptakan tampilan yang konsisten dengan keseluruhan desain.



Gambar 3.36 Penambahan tulisan 3D

Untuk elemen tulisan 3D, penulis mengunduh aset dari Adobe Stock sesuai dengan arahan yang telah diajarkan oleh Lead Social Media Designer. Setelah aset tersebut digunakan, penulis menyesuaikan *font* pada teks 3D menjadi Shopee 2021 agar tetap konsisten dengan identitas visual SeaBank. Selain itu, penulis juga merancang tampilan teks menyerupai notifikasi, sehingga memberikan kesan seolah muncul seperti notifikasi handphone pada kondisi nyata.



Gambar 3.37 Finalisasi artboard1

Setelah menambahkan elemen gambar dan tulisan, penulis melengkapi desain dengan asset yang terdapat pada moodboard SeaBank untuk memperkuat citra brand. Penggunaan asset ini bertujuan agar visual yang dihasilkan tetap selaras dengan karakter dan identitas SeaBank. Berikut merupakan hasil akhir finalisasi artboard 1 yang telah disesuaikan dengan arahan dan standar desain yang berlaku.



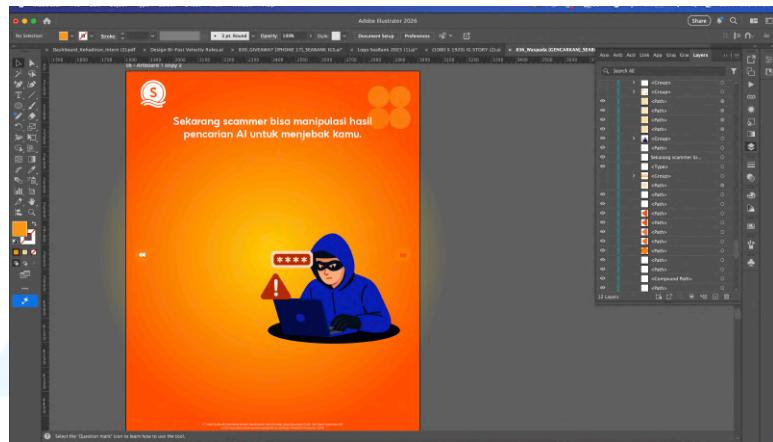
Gambar 3.38 Background artboard 2

Pada artboard kedua, penulis tetap menggunakan warna oranye dengan kode #FF5100 sebagai warna utama yang merepresentasikan identitas SeaBank. Penulis menambahkan radial gradient di bagian tengah artboard untuk menciptakan kesan visual yang lebih cerah dan menarik. Selain itu, headline text juga ditambahkan menggunakan font Shopee 2021 agar desain tetap konsisten, kuat, dan selaras dengan standar visual SeaBank.



Gambar 3.39 Perubahan aset

Berikut merupakan aset yang penulis unduh dari Adobe Stock dan kemudian disesuaikan warnanya menggunakan palet warna pada moodboard SeaBank, yaitu biru dengan kode #0F1EAF. Penyesuaian warna ini dilakukan agar aset tersebut selaras dengan identitas visual SeaBank. Sementara itu, warna merah pada tanda seru menggunakan warna khusus SeaBank dengan kode #AA3900 sebagai penegasan visual pada elemen peringatan.



Gambar 3.40 Peletakan asset

Setelah asset selesai dimodifikasi, penulis menempatkannya ke dalam artboard sesuai dengan komposisi desain yang telah direncanakan. Penempatan asset dilakukan dengan mempertimbangkan keseimbangan visual dan fokus informasi. Dengan demikian, keseluruhan desain terlihat lebih rapi, terstruktur, dan mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 3.41 Penambahan tulisan

Setelah penempatan aset, penulis menambahkan elemen teks menggunakan font Shopee 2021 untuk menjaga konsistensi tipografi. Penulis juga membuat shape berbentuk kotak berwarna kuning dengan kode #FDD00D sesuai dengan warna yang telah ditetapkan oleh SeaBank, kemudian mengombinasikan warna teks biru #0F1EAF dan putih #FFFFFF agar kontras dan mudah dibaca. Selain itu, aset ikon lonceng yang diunduh dari Adobe Stock juga disesuaikan warnanya menjadi biru khas SeaBank dengan kode #0F1EAF sehingga keseluruhan desain terasa lebih harmonis dan selaras dengan identitas brand.



Gambar 3.42 Finalisasi *artboard* 2

Pada tahap akhir desain artboard Waspada kedua, saya menambahkan elemen visual yang diambil dari moodboard SeaBank. Elemen seperti bintang, wave, dan bentuk bulat digunakan sebagai aksen untuk memperkaya tampilan tanpa mengganggu fokus utama

informasi. Penambahan ini bertujuan untuk memperkuat karakter visual SeaBank sekaligus membuat desain terlihat lebih dinamis dan menarik.



Gambar 3.43 Artboard ketiga

Sama seperti artboard sebelumnya, penulis tetap menggunakan latar belakang berwarna oranye dengan kode #FF5100 sebagai identitas visual SeaBank. Pada slide ketiga ini, konten difokuskan pada informasi hotline SeaBank untuk membantu audiens memperoleh informasi lebih lanjut terkait konten Waspada. Untuk headline, penulis menggunakan font Shopee 2021 agar tampilan tetap konsisten, rapi, dan selaras dengan standar desain SeaBank.



Gambar 3.44 Penambahan langkah-langkah

Selanjutnya, penulis menambahkan informasi hotline SeaBank sesuai dengan brief yang telah diberikan. Penulis menggunakan shape rectangle berwarna kuning dengan kode #FDD00D dan teks berwarna biru #0F1EAF agar terlihat jelas dan mudah dibaca. Penulis juga tetap menggunakan font Shopee 2021 untuk menjaga konsistensi tipografi pada desain.

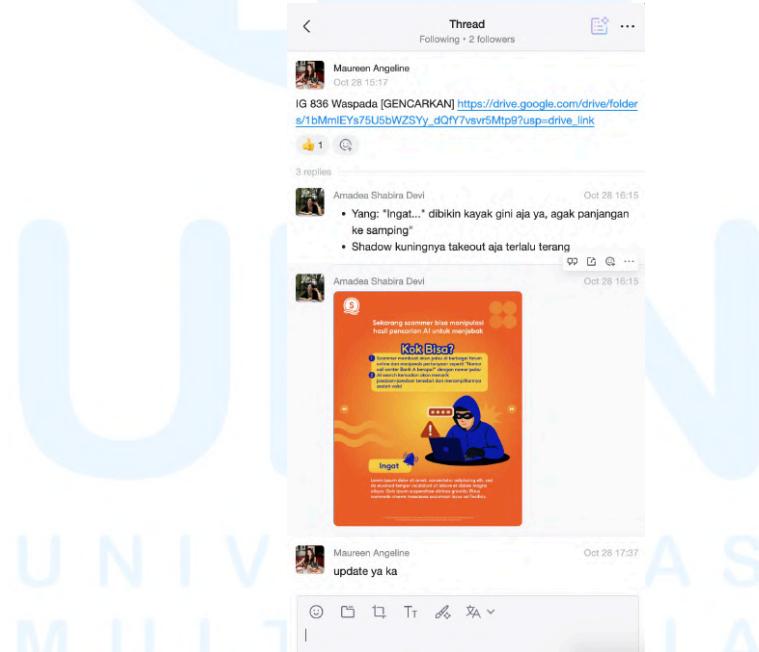


Gambar 3.45 Finalisasi *artboard 3*

Pada tahap terakhir, penulis menambahkan asset elemen visual yang telah disediakan untuk menjaga konsistensi citra brand SeaBank. Elemen-elemen ini digunakan sebagai pelengkap agar desain tetap selaras dengan identitas visual yang berlaku. Dengan langkah ini, keseluruhan desain terlihat lebih utuh, profesional, dan sesuai dengan standar brand SeaBank.

#### 4) *Feedback* dan Evaluasi

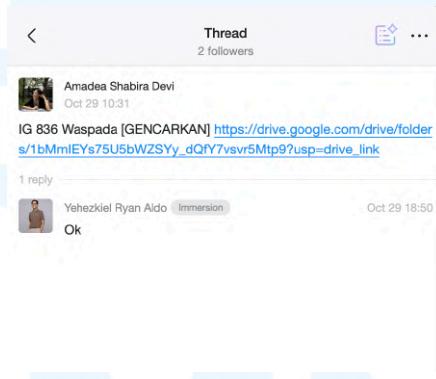
Setelah menyelesaikan desain untuk konten WASPADA, penulis mengunggah file tersebut dalam bentuk PNG beserta file Adobe Illustrator ke dalam Google Drive SeaBank. Selanjutnya, penulis membagikan *link* drive tersebut kepada atasan, yaitu *Lead Social Media Designer* SeaBank, melalui SeaTalk (aplikasi untuk komunikasi seluruh *employee* SeaBank) untuk dilakukan pengecekan atau *quality control*.



Gambar 3.46 Approval dari *lead social media designer*

Setelah mendapat feedback dari *Lead Social Media Designer*, penulis langsung akan merevisi apa saja yang perlu direvisi dan jika sudah, penulis akan langsung update kepada *Lead Social Media*

*Designer*. Jika hasil sudah sesuai yang dimau, maka *Lead Social Media Designer* akan merespon dengan memberikan jempol yang berarti sudah selesai. Setelah itu hasil desain yang penulis buat akan dikirim oleh Lead Social Media Designer ke grup “*QC Group All Streams*” dimana grup ini merupakan grup *quality control* yang dibuat untuk para desainer untuk mendapat *approval* dari *Head Graphic Design* sendiri.



Gambar 3.47 Proses *approval* dari Head Graphic Design

Setelah mendapatkan approval dari *head of graphic designer*, berarti desain yang dibuat oleh penulis sudah benar- benar selesai dan akan diposting untuk keperluan *social media* SeaBank. Berikut merupakan desain *final* yang saya buat :



Gambar 3.48 Desain Final IG 836

### 3.3.2.2 Proyek “Artikel Website”

Artikel Website SeaBank merupakan salah satu media untuk memberikan konten edukasi dan informasi yang relevan kepada pengguna mengenai waspada modus penipuan, kegiatan yang dihadirkan oleh SeaBank, layanan yang diberikan oleh SeaBank, predikat yang diraih oleh SeaBank dan lain-lain. Dalam proyek pembuatan desain artikel website ini, penulis berperan dalam mengolah setiap informasi yang diberikan oleh tim requester menjadi materi tulisan yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami oleh pembaca. Penulis tidak mengerjakan artikel website ini setiap minggu, tetapi lebih bersifat fleksibel sesuai dengan kebutuhan. Biasanya tugas artikel website diberikan kepada penulis ketika ada permintaan yang bersifat *urgent* atau ketika penulis sedang tidak mengerjakan konten sosial media.

#### 1) *Brief*

Sama seperti alur kerja pembuatan desain untuk konten sosial media, setiap pagi penulis akan mengecek daftar tugas yang diberikan melalui sheet “*SeaBank Creative Timesheet 2025*” untuk mengetahui pekerjaan apa saja yang perlu penulis kerjakan pada hari itu.

SEABANK CREATIVE TIMESHEET 2025						
File Edit View Insert Formulas Data Tools Extensions Help						
F324	A	B	C	D	E	F
188	W3	15	CEO 58_16 Sep_1 Output IG 762_18 Sep_4 Outputs	17	IG 769_23 Sep_3 Outputs	IG 770_24 Sep_2 Outputs
189		IG 757_17 Sep_2 Outputs IG 756_16 Sep_3 Outputs	CEO 58_16 Sep_1 Output IG 762_18 Sep_4 Outputs	18		IG 789_23 Sep_3 Outputs
190						
191						
192						
193						
194						
195						
196	W4 W5	22	23	24	25	26
197		29	30	1	2	3
198						
199						
200						

Gambar 3.49 SeaBank Creative Timesheet

Untuk tugas kali ini, penulis akan mengerjakan tugas pada tanggal 17 September. Tanggal bisa dilihat dari bagian atas dari setiap tugas yang diberikan. Cara membaca tugas yang diberikan adalah CEO 58 berarti terdapat di folder CEO row 58, sedangkan 18 September merupakan *deadline* dari desain yang diberikan kepada *graphic designer* 1 output merupakan total halaman desain. Selain itu, setiap warna yang terlihat seperti warna hijau memiliki arti bahwa tugas sudah selesai dan sudah di *approve* oleh *Head Of Graphic desain*. Warna

kuning memiliki arti bahwa tugas sedang dikerjakan. Jika terdapat revisi maka biasanya akan diberi warna merah. Jika tidak ada warna maka tugas belum dikerjakan. Kebijakan ini sangat bermanfaat sehingga *Head of Graphic Design* dapat memantau apa yang sedang dikerjakan oleh intern maupun full timer Setelah mengetahui tugas yang diberikan oleh user, penulis akan berpindah ke Google Sheet selanjutnya, yaitu “[Use This] SeaBank Creative Request Sheet 2025”. Sheet ini berfungsi seluruh kebutuhan desain dari tim *social media*, *growth*, *campaign*, hingga *brand*. Setiap kebutuhan desain sudah dikelompokkan berdasarkan kebutuhan dan jenis kontennya, sehingga memudahkan para desainer di SeaBank dalam memahami arah dan konteks pekerjaan.

	Request Date	Deadline Min. D-3 (Work Day)	Project Title	Banner Items	Brief	Total Outputs (Mandatory)	Description
S1	16 Sep	19 Sep	Artikel Website Belajar Investasi Baring Seabank	KV Website	<a href="#">Here (slide 12)</a>	1	Hs Tim GD tolong cari bukti KV artikel website ya
S2	17 Sep	19 Sep	Rev Compro for China project	PPT slide			Hs Tim GD tolong bukti skrin KV artikel website ya
S3	22 Sep	23 Sep	Tambahkan Rev Compro for China Project	PPT slide			Hs Tim GD tolong bukti rev compro for China project ya
S4	23 Sep	25 Sep	Flyers Instagram dan Instagram Story BIK Event	KV IG, Story IG, dan Bumper Sticker			Hs Tim GD tolong bukti lagi skrin
S5	23 Sep	26 Sep	Artikel Website Berita Indonesia Financial Awards 2025	KV Website			Hs Tim GD tolong bukti KV Instagram post and story ya
S6	25 Sep	29 Sep	Pembentahan Logo BIK pada materi Seabank Biks 2025	PPT slide			Hs Tim GD tolong bukti KV artikel website ya
S7	26 Sep	30 Sep	Virtual Background Zoom Webinar BIK 2025	Virtual Background Zoom			Hs Tim GD tolong bukti tambahan logo BIK di materi ya
S8	29 Sep	1 Okt	Revise Sertifikat Webinar	Sertifikat Webinar			Hs Tim GD tolong bukti VBG Zoom untuk webinar BIK ya
S9	1 Okt	7 Okt	Desain VIP Merch	Design Merchandise			Hs Tim GD tolong bukti revisi KV sertifikat webinar event PR ya

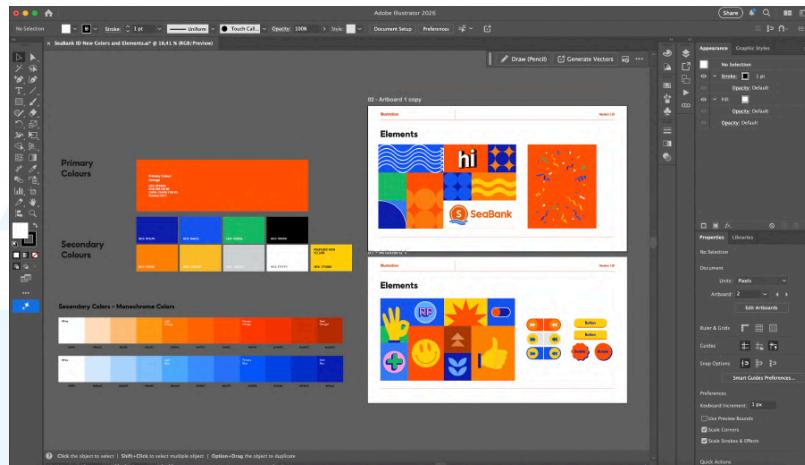
Gambar 3.50 SeaBank Creative Request CEO 58

Untuk penugasan artikel website, seluruh brief dapat ditemukan pada folder yang diberikan judul “CEO Office”. Di dalamnya sudah terdapat daftar materi artikel yang perlu dikerjakan beserta detail panduan dari tim *requester*. Dengan sistem seperti ini, penulis beserta para desainer dapat bekerja secara terstruktur, memastikan setiap kebutuhan tim dapat terpenuhi dengan efisien dan tetap sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh SeaBank.

## 2) Moodboard & Reference

Untuk kebutuhan desain di seabank, moodboard utama sama seperti pada desain sebelumnya yang telah dikerjakna oleh penulis. Moodboard utama sudah disiapkan langsung oleh *Head of Graphic Design*, Di dalam moodboard itu sudah terdapat gaya visual seperti

ilustrasi, pilihan warna, dan elemen-elemen lain yang mencerminkan identitas brand SeaBank. Semua file tersebut disimpan di Google Drive agar mudah diakses oleh seluruh tim desainer.



Gambar 3.51 Moodboard SeaBank

Sedangkan untuk referensi, sama seperti tim sosial media, tim CEO juga menyediakan referensi desain yang bisa dijadikan sebagai acuan agar visual yang dibuat tetap sejalan dengan gaya komunikasi SeaBank. Namun, ada sedikit perbedaan referensi dari tim sosial media dengan tim CEO.



Gambar 3.52 Brief Artikel Website  
Sumber : Dokumentasi Perusahaan Tahun 2025

Tim CEO memberikan referensi yang sudah disiapkan langsung oleh *requester* ke dalam bentuk Google Slide. Di sini sudah terdapat contoh penataan tulisan, posisi gambar, sampai layout yang harus

diikuti. Hal ini dikarenakan desain untuk artikel website kurang lebih memakai template yang sama sehingga konsistensi visual menjadi prioritas utama. Dengan perbedaan sistem referensi ini, saya dapat menyesuaikan proses kerja agar setiap desain tetap sesuai dengan kebutuhan masing-masing

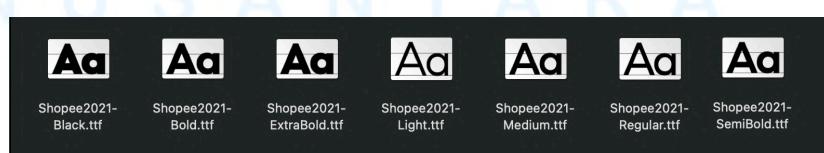
### 3) Proses Visualisasi

Dalam proses pembuatan desain artikel website, setiap materi memiliki topik yang berbeda-beda, mulai dari waspada modus penipuan, kegiatan yang dihadirkan oleh SeaBank, layanan yang diberikan oleh SeaBank, predikat yang diraih oleh SeaBank dan lain-lain. Namun pada bagian ini saya membuat tema “Belajar Investasi Bareng SeaBank”.



Gambar 3.53 Logo SeaBank

Sebelum memulai proses desain, penulis terlebih dahulu menempatkan logo SeaBank pada bagian kiri atas sebagai identitas utama di setiap desain. Logo yang digunakan merupakan aset resmi yang telah disediakan oleh perusahaan untuk keperluan desain. Penempatan logo ini dilakukan secara konsisten agar identitas brand SeaBank selalu terlihat jelas dan mudah dikenali.



Gambar 3.54 Font Shopee 2021

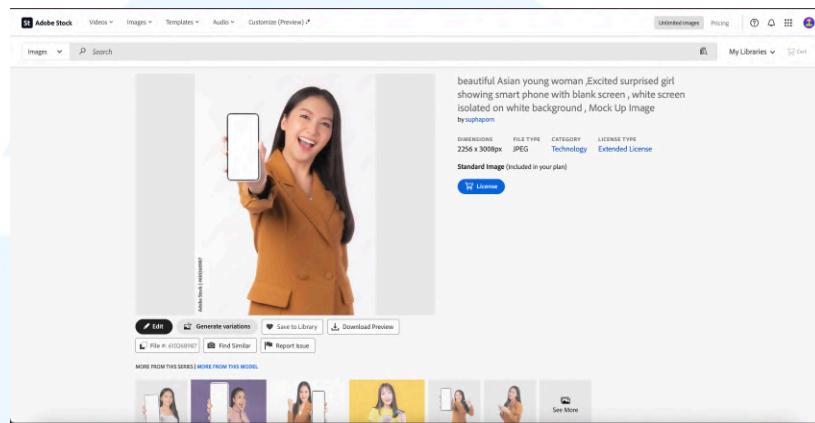
Sebelum memulai proses desain, penulis terlebih dahulu menempatkan logo SeaBank pada bagian kiri atas sebagai identitas utama di setiap desain. Logo yang digunakan merupakan aset resmi yang telah disediakan oleh perusahaan untuk keperluan desain. Penempatan logo ini dilakukan secara konsisten agar identitas brand SeaBank selalu terlihat jelas dan mudah dikenali.



Gambar 3.55 *Headline* artikel

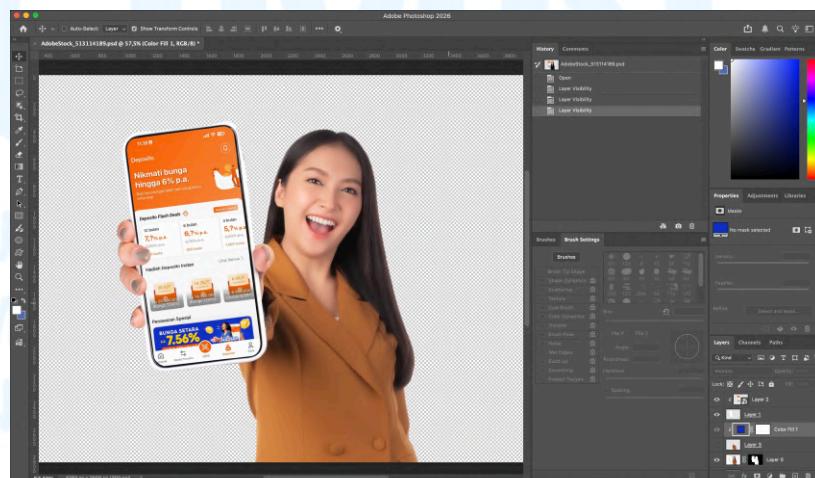
Untuk *headline* “In This Economy” penulis menggunakan font shopee 2021 (extra bold) dan menggunakan kode warna #ffe0c0 dan penulis menambahkan efek shadow pada tulisan menggunakan fitur drop shadow pada adobe illustrator. Pada tulisan “Mending Belajar Investasi di SeaBank” penulis menggunakan font beserta warna sama seperti tulisan “In This Economy” namun penulis tidak menggunakan efek *drop shadow* melainkan penulis menambahkan sebuah kotak berwarna orange tua sebagai dengan kode #b28d00. Sebagai pelengkap dan memperbagus desain penulis menambah gambar seorang perempuan yang sedang menunjukkan handphonennya ke atas. Untuk aset gambar perempuan ini saya mencari di adobe stock. SeaBank menyediakan adobe creative cloud untuk para karyawannya termasuk

intern. Penulis memilih gambar tersebut karena ekspresi perempuan di foto terlihat ceria sambil menunjukkan handphone, sehingga terasa lebih komunikatif dan mendukung pesan yang ingin penulis sampaikan dalam desain.



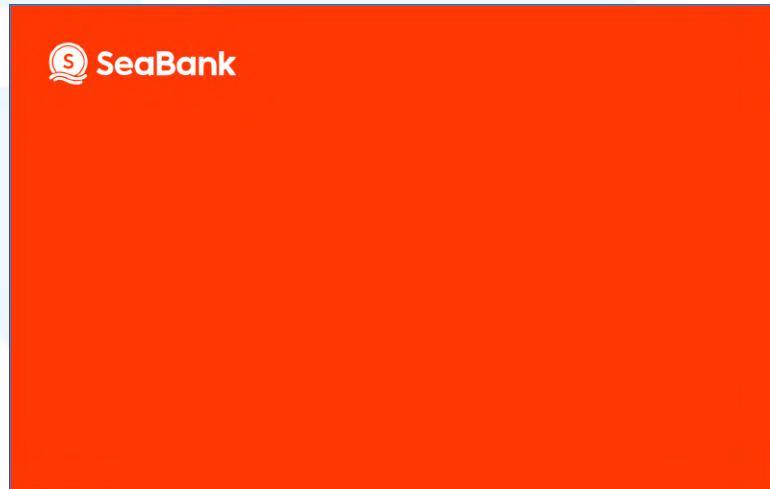
Gambar 3.56 Aset Adobe Stock untuk Artikel Website

Dari asset tersebut, penulis menggunakan Photoshop untuk *mock up* tampilan layar deposito di aplikasi SeaBank yang akan ditempatkan pada handphone yang terdapat di gambar. Untuk tampilan deposito di layar handphone, penulis melakukan *screenshot* langsung dari aplikasi SeaBank di handphone penulis. Setelah itu, penulis juga menghapus background gambar menggunakan Photoshop agar hasilnya terlihat lebih rapih dan menyatu dengan desain yang akan penulis buat.



Gambar 3.57 Hasil Mockup Aset di Photoshop

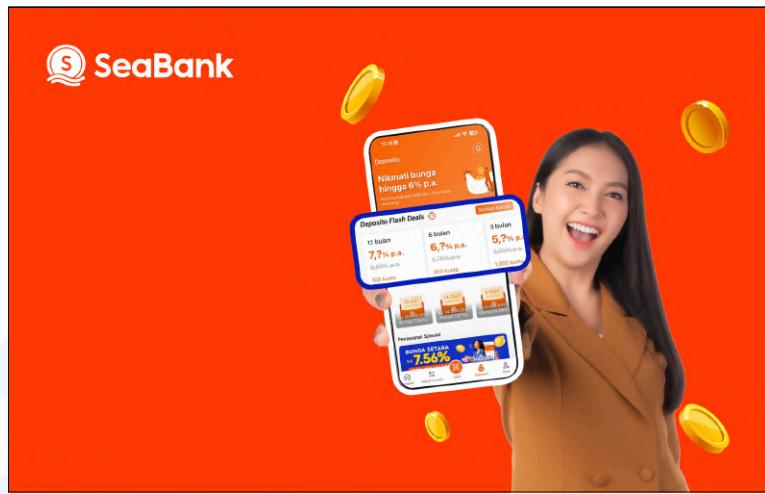
Selanjutnya penulis mendownload file ini dalam format png. Penulis menggabungkan gambar ini ke dalam *working file* Adobe Illustrator. Penulis menggabungkan tulisan beserta warna dan menambahkan asset berupa coin yang melambangkan uang lalu penulis juga menambahkan asset yang dibuat oleh *Head of Graphic Design* SeaBank untuk memperkuat citra brand. Berikut merupakan hasil desain yang sudah penulis buat untuk artikel website.



Gambar 3.58 *Background* artikel website

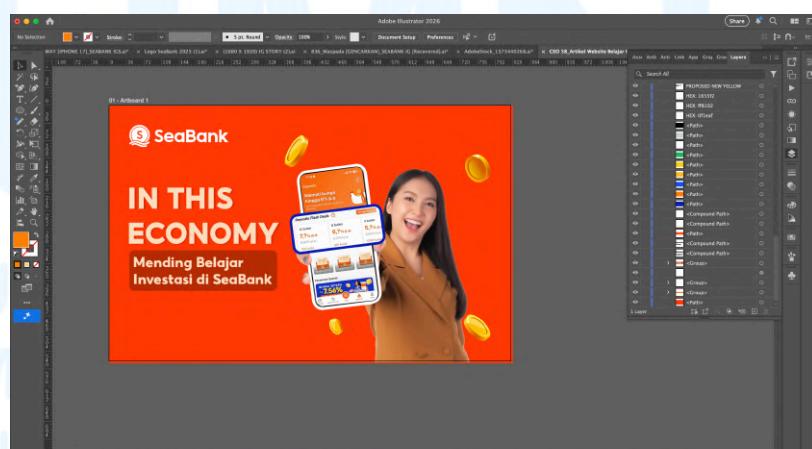
Pada bagian latar belakang artikel website, penulis tetap menggunakan warna oranye dengan kode #FF5100 sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pemilihan warna ini bertujuan untuk menjaga konsistensi identitas visual SeaBank. Selain itu, penulis juga menggunakan asset logo resmi yang telah disediakan dan dapat diakses untuk mendukung kebutuhan desain.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.59 Penambahan asset

Setelah itu, penulis menambahkan asset visual yang telah diedit sebelumnya di Adobe Photoshop ke dalam desain. Selanjutnya, penulis membuat *shape* berbentuk *rectangle* dengan stroke berwarna biru #0F1EAF sebagai elemen penegas. Elemen ini digunakan untuk menonjolkan tampilan Deposito Flash Deals yang sedang ditawarkan oleh SeaBank agar lebih menarik perhatian audiens. Penulis juga menambahkan asset koin-koin yang seolah berterbangun untuk memperkuat visual desain mengenai deposito dimana deposito berhubungan dengan uang.



Gambar 3.60 Penambahan tulisan

Setelah itu, penulis menambahkan teks menggunakan font Shopee 2021 sesuai dengan standar tipografi SeaBank. Untuk

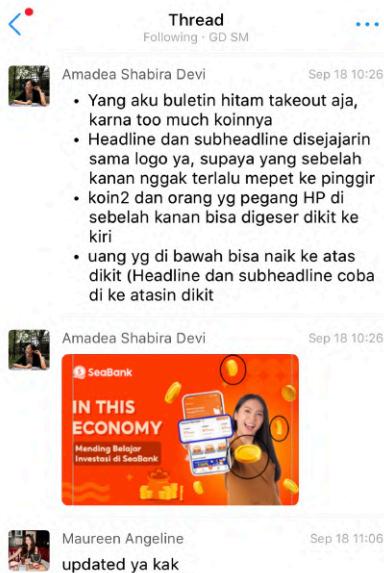
memperkuat pesan, penulis menggunakan warna oranye tua dengan kode #AA3900 sebagai latar belakang tulisan ‘‘Mending Belajar Investasi di SeaBank’’. Pemilihan warna ini bertujuan untuk menarik perhatian sekaligus tetap selaras dengan identitas visual SeaBank.



Gambar 3.61 Hasil Desain

Setelah proses penambahan tipografi selesai, penulis melengkapi desain dengan asset visual yang berasal dari moodboard SeaBank yang telah disusun sebelumnya oleh atasan penulis. Penggunaan asset ini bertujuan untuk menjaga konsistensi gaya visual dan citra brand. Selain itu, penulis juga mengunduh asset ilustrasi uang dan karung uang dari Adobe Stock sebagai elemen tambahan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

#### 4) Feedback & Evaluasi



Gambar 3.62 Revisi dari *lead social media designer*

Setelah desain artikel website selesai, penulis mengunggah hasilnya ke dalam Google Drive SeaBank dalam format PNG dan juga file Adobe Illustrator. Setelah itu, penulis memberikan link drive tersebut kepada atasan penulis, yaitu *Lead Social Media Designer* melalui SeaTalk (aplikasi komunikasi untuk seluruh *employee* SeaBank". Pada tahap ini, beliau akan melakukan pengecekan dan biasanya memberikan beberapa masukan atau feedback untuk penyempurnaan desain yang penulis buat.

Pada desain ini, penulis menerima beberapa *feedback* dari atasan setelah melalui proses pengecekan. Setelah menerima masukan tersebut, penulis mulai melakukan revisi sesuai dengan arahan yang diberikan oleh atasan penulis agar hasil akhir sesuai dengan apa yang diharapkan. Jika desain yang penulis revisi sudah sesuai dengan arahan, *Lead Social Media Designer* biasanya akan memberikan respons berupa emoji jempol sebagai tanda bahwa desain tersebut sudah final dan tidak memerlukan revisi tambahan. Setelah itu, hasil desain yang penulis kerjakan akan beliau forward ke grup "*QC Group All Streams*",

yaitu grup khusus untuk proses *quality control* seluruh desainer. Di grup ini, setiap desain akan ditinjau dan membutuhkan persetujuan langsung dari *Head of Graphic Design* sebelum akhirnya dinyatakan siap diunggah ke dalam *website*. Berikut merupakan desain final yang akan diunggah ke dalam website SeaBank :



Gambar 3.63 Gambar Finalisasi Desain Akhir

### 3.3.2.3 Proyek “KV Aplikasi SeaBank”

SeaBank merupakan bank digital yang memiliki aplikasi sendiri untuk melakukan berbagai transaksi. Setiap bulan, tampilan desain di dalam aplikasi SeaBank akan diperbarui untuk menyegarkan promo-promo yang sedang berjalan. Karena itu, tim *graphic design* secara rutin membuat 3 versi *key visual* setiap bulan, yang masing-masing dikerjakan oleh tiga *graphic designer* yang berbeda. Nantinya tim *campaign* akan memilih satu desain yang paling sesuai untuk ditampilkan di aplikasi.

Pada periode ini, penulis mendapatkan kesempatan tugas untuk membuat key visual bertema “Undang Teman Bonus 35RB”. Dari tiga desain yang diajukan oleh tim *graphic design*, tim campaign akhirnya memilih desain yang penulis buat untuk digunakan sebagai *key visual* aplikasi SeaBank pada bulan November.

#### 1) Brief

Seperti proses kerja saat mengerjakan konten sosial media, artikel website. Setaip pagi saat membuka laptop, penulis selalu mengecek daftar tugas yang tertera pada sheet “*SeaBank Creative Timesheet 2025*”

Gambar 3.64 SeaBank Creative Timesheet

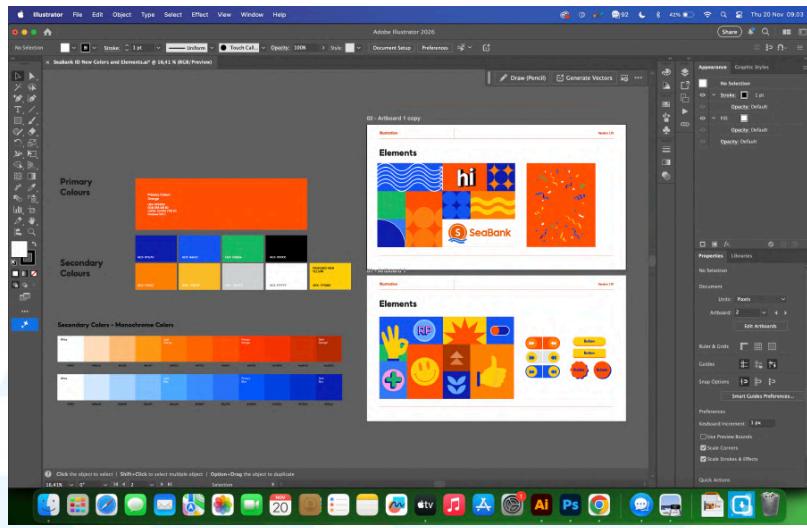
Untuk kali ini, penulis akan mengerjakan tugas pada tanggal 20 Oktober. Cara membaca tugas yang diberikan sama seperti konten social media dan artikel website. Namun untuk maksud dari SB adalah SeaBank App sedangkan 590 merupakan row dari tugas yang diberikan. Sama seperti alur pengerjaan sebelumnya, setelah penulis mengetahui tugas yang diberikan oleh user, penulis akan berpindah ke google sheet berikutnya, yaitu “[Use This] SeaBank Creative Request Sheet 2025”.

Gambar 3.65 SeaBank Creative Request

Untuk penugasan *key visual* aplikasi SeaBank, seluruh brief dapat ditemukan dalam folder yang diberi judul “SeaBank”. Di dalam folder tersebut sudah tersedia daftar materi artikel yang pelru dikerjakan, lengkap dengan detail panduan dari tim *requester*.

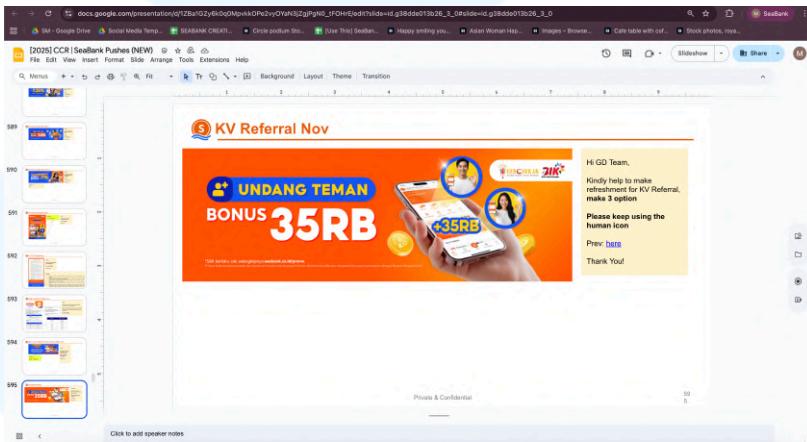
## 2) Moodboard & Reference

Untuk kebutuhan desain di SeaBank, penulis tetap mengacu pada *moodboard* utama yang sama seperti desain-desain sebelumnya.



Gambar 3.66 Moodboard SeaBank

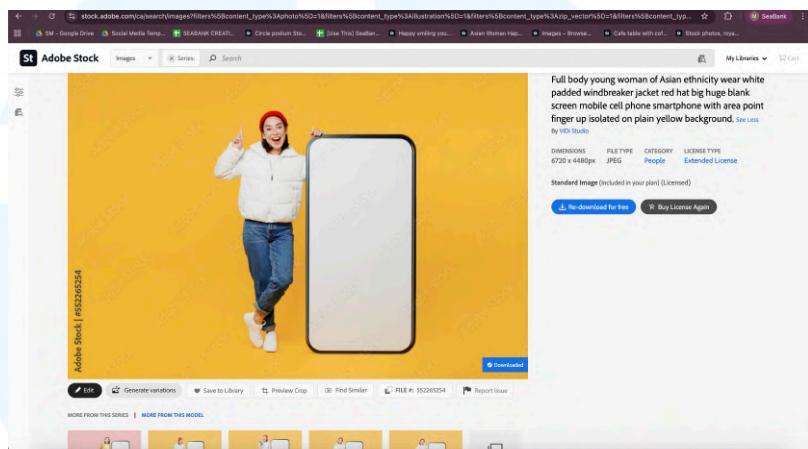
Sedangkan untuk referensi, *key visual* SeaBank memiliki referensi dari desain *key visual* yang ditampilkan di aplikasi SeaBank pada bulan sebelumnya. Sehingga penulis hanya me-refresh *key visual* dari bulan-bulan sebelumnya agar terlihat berbeda dan lebih menarik.



Gambar 3.67 Dokumentasi Perusahaan 2025

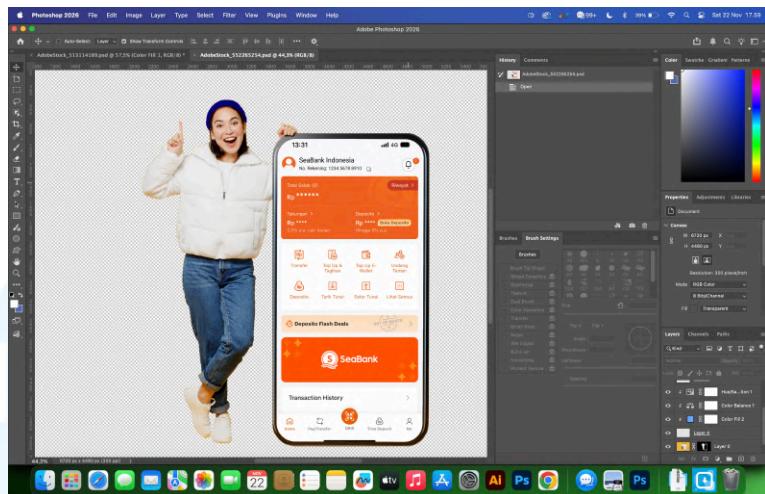
### 3) Proses Visualisasi

Dalam proses pembuatan desain *key visual* aplikasi SeaBank, materi yang diberikan sama dengan materi sebelumnya yaitu “Undang Teman Bonus 35RB”.



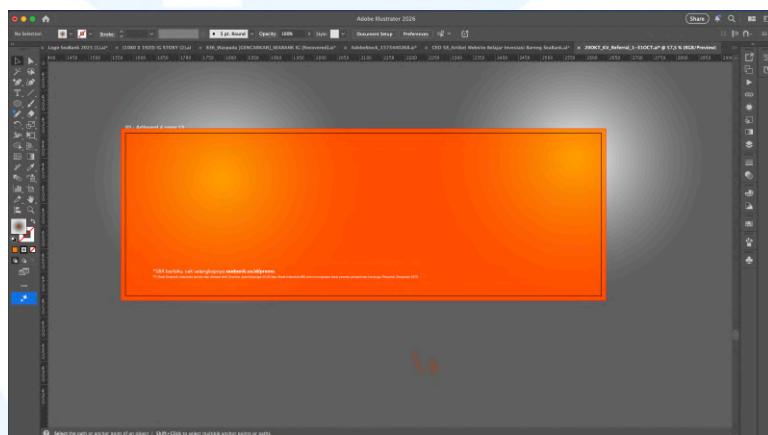
Gambar 3.68 Aset perempuan adobe stock

Pada kali ini penulis memilih asset gambar wajah perempuan yang berdiri di sebelah handphone yang besar. Aset ini penulis ambil dari adobe stock. Setelah penulis mendownload asset ini penulis melakukan *mock up* tampilan layar aplikasi SeaBank di aplikasi photoshop beserta penulis juga mengganti warna topi dari perempuan ini yang awalnya berwarna merah menjadi warna biru khas SeaBank. Penulis juga menghapus background berwarna kuning agar hasilnya terlihat lebih rapih dan menyatu dengan desain yang akan penulis buat. Untuk design UI aplikasi Seabank ini penulis mendapatkan dari *lead campaign designer*.



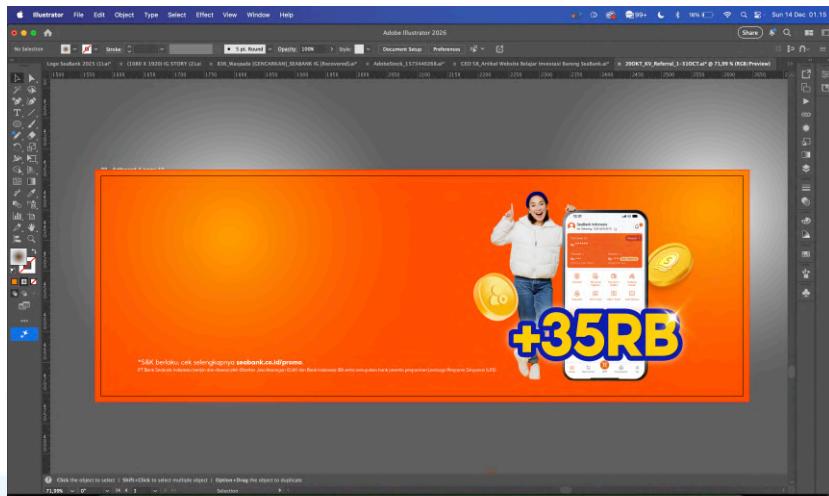
Gambar 3.69 Hasil edit Photoshop

Berikut merupakan hasil final asset yang sudah penulis modif menggunakan aplikasi photoshop. Selanjutnya penulis mendownload file ini dalam format png. Penulis menggabungkan gambar ini ke dalam working file Adobe Illustrator.



Gambar 3.70 Background KV aplikasi SeaBank

Penulis menggunakan warna oranye dengan kode #FF5100 sebagai latar belakang utama yang merepresentasikan identitas visual SeaBank. Selanjutnya, penulis menambahkan informasi syarat dan ketentuan terkait OJK yang wajib dicantumkan sebagai bentuk kepatuhan dalam konten perbankan. Untuk memperkuat tampilan visual, penulis juga menambahkan efek radial gradient agar desain terlihat lebih dinamis dan menarik.



Gambar 3.71 Penambahan asset gambar

Setelah itu, penulis menambahkan aset gambar yang telah dimockup sebelumnya di Adobe Photoshop ke dalam desain. Penulis juga menampilkan elemen teks “+35RB” dengan stroke berwarna biru khas SeaBank #0F1EAF, serta warna teks kuning #FDD00D agar terlihat menonjol. Selain itu, penulis menambahkan aset koin yang diunduh dari Adobe Stock beserta efek kilau pada angka 35RB untuk memperkuat fokus visual dan membuat informasi terlihat lebih jelas serta menarik perhatian.



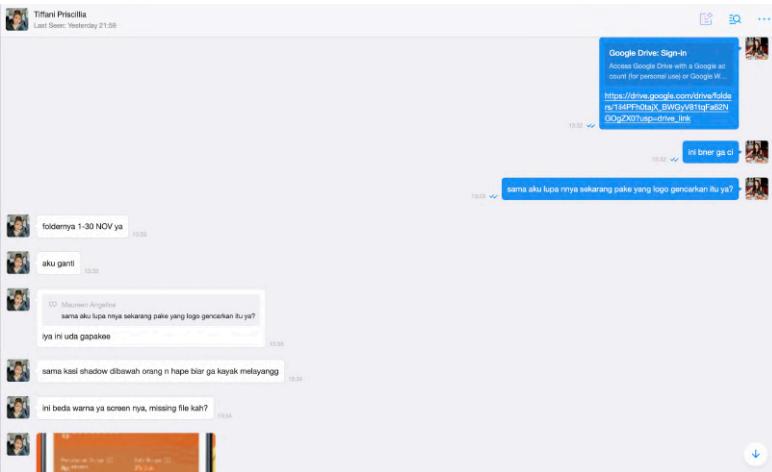
Gambar 3.72 Working file key visual

Setelah itu, saya menambahkan tulisan “Undang Teman” dan “Bonus 35RB” sebagai elemen teks utama pada desain. Tulisan ini merupakan komponen wajib yang harus ditampilkan pada

key visual sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Untuk tulisan “Undang Teman” penulis menggunakan warna kuning dengan kode #fdd00d. Penulis juga memberikan variasi berbentuk kotak berwarna biru dengan kode #0fleaf pada bagian belakang tulisan sebagai variasi. Untuk tulisan “Bonus 35RB” penulis menggunakan warna putih dengan kode #ffffff dan membuat tulisan “35RB” menjadi lebih besar dan memberikan *drop shadow* pada bagian belakang tulisan sehingga terlihat dengan jelas. Untuk elemen koin yang berlogo SeaBank penulis mengambil aset dari *key visual* sebelumnya. Penulis juga menambahkan elemen inti dari SeaBank seperti 4 bintang dan elemen *wave* yang berwarna orange muda. Penulis menambahkan bintang dengan efek *shine* pada bagian handphone yang penulis download dari adobe stock.

#### 4) Feedback & Evaluasi

Setelah desain key visual aplikasi Seabank selesai, penulis mengunggah hasil finalnya ke google drive SeaBank dalam 2 format yaitu PNG dan file adobe illustrator. Setelah itu penulis memberikan *link* drive tersebut kepada *lead campaign designer* melalui aplikasi SeaTalk. Kali ini penulis tidak mengirimkan kepada *lead social media designer* dikarenakan penulis langsung berkomunikasi dengan *lead campaign designer*. Beliau juga akan melakukan pengecekan pada tahap desain *campaign* aplikasi SeaBank



Gambar 3.73 Feedback dari lead of campaign

Setelah mengumpulkan desain, penulis mendapatkan feedback untuk menambahkan *shadow* di bawah kaki orang tadi dan mengganti UI dikarenakan UI sebelumnya blur. Jika penulis sudah mengikuti arahan dari user, hasil desain yang penulis kerjakan akan beliau forward ke grup “*QC Group All Streams*”, yaitu grup khusus untuk proses quality control seluruh desainer. Setelah *head of graphic design* sudah *approve* maka desain sudah selesai. Berikut merupakan desain final yang akan diunggah ke dalam aplikasi SeaBank :



Gambar 3.74 Desain Key Visual final

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.75 Mockup Desain Aplikasi SeaBank

#### 3.3.2.4 Proyek “Email & HeadPoster”

Email dan headposter merupakan proyek yang direquest secara langsung oleh tim HR SeaBank dan diperuntukkan khusus bagi para *employee* SeaBank. Desain ini akan disebar melalui email dari setiap masing-masing *employee*. Berbeda dengan konten desain media sosial, seabank aplikasi, artikel website yang bersifat eksternal, proyek ini bersifat internal untuk karyawan SeaBank.

Untuk kesempatan kali ini, tema desain yang saya kerjakan adalah “*Brews and Bond*”, dimana merupakan sebuah acara yang diinisiasi untuk menciptakan ruang interaksi sekaligus mempererat hubungan antar karyawan. Acara ini dibuat khusus untuk employee laki-laki yang mengajak mereka belajar meracik kopi bersama.

##### 1) *Brief*

Seperti proses kerja saat mengerjakan desain untuk konten media sosial, artikel website, key visual. Setiap pagi, penulis selalu memulai dengan mengecek daftar tugas yang tercantum di sheet “*SeaBank Creative Timesheet 2025*” untuk mengetahui pekerjaan apa yang harus penulis kerjakan pada hari itu.

Gambar 3.76 SeaBank Creative Timesheet

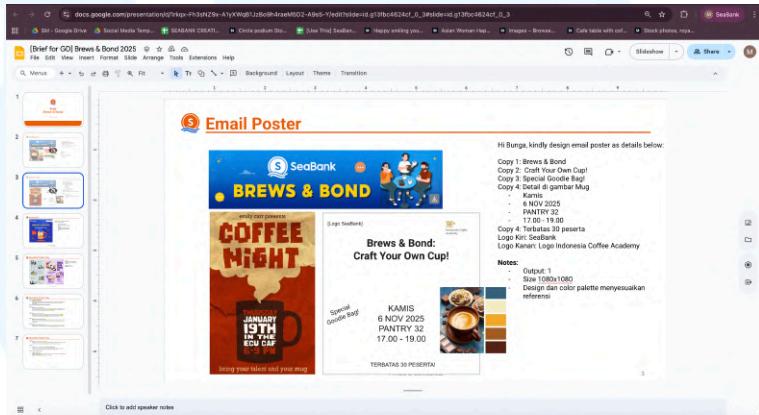
Untuk kali ini, penulis akan mengerjakan tugas pada tanggal 21 Oktober 2025. Cara membaca tugas yang diberikan sama seperti konten desain sebelumnya. Namun maksud dari OFF 546 adalah *Offline* sedangkan 546 merupakan row dari tugas yang diberikan. Sama seperti alur pengerjaan sebelumnya, setelah penulis menghetahui tugas yang diberikan oleh user, penulis akan berpindah ke google sheet berikutnya “[Use This] SeaBank Creative Request Sheet 2025”.

Gambar 3.77 SeaBank Creative Request

Untuk penugasan *offline*, seluruh *brief* dapat ditemukan pada folder yang diberikan judul “*Offline*”. Di dalamnya sudah tersedia copywriting dan refensi desain dari tim requester.

### 2) Reference

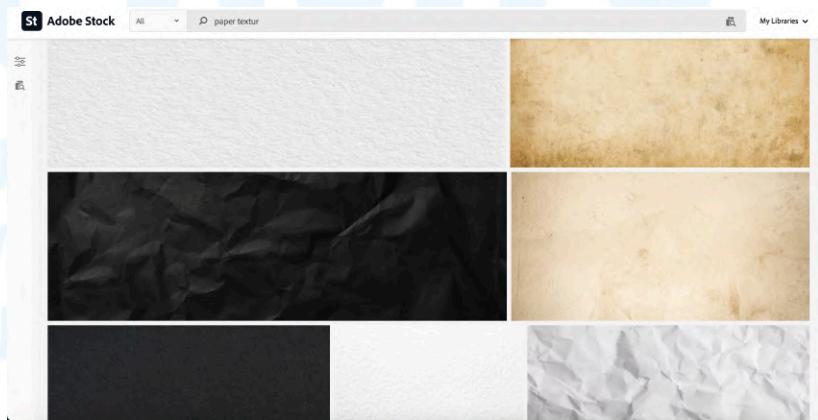
Pada desain kali ini penulis tidak menggunakan *moodboard* yang sudah dibuat oleh *head graphic design* melainkan penulis langsung berkreasi dari refensi desain yang diberikan langsung oleh tim HR.



Gambar 3.78 Refensi desain offline  
Sumber : dokumentasi perusahaan 2024

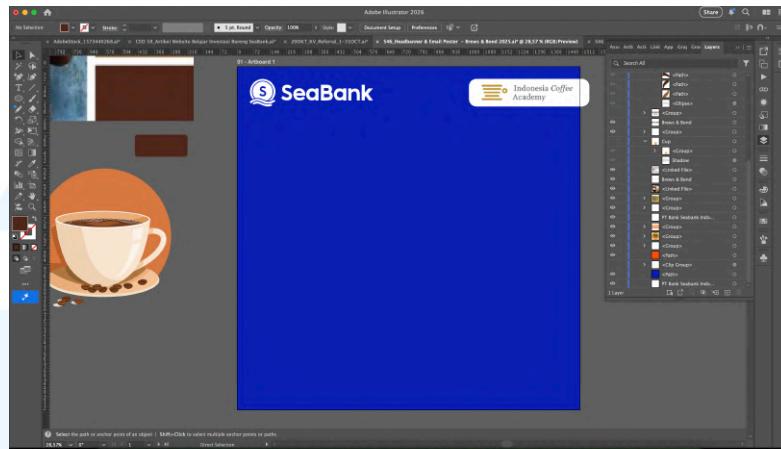
### 3) Proses Visualisasi

Pertama – tama penulis mencari aset *paper texture* di adobe stock sebagai background sesuai dengan refensi yang diberikan. Selanjutnya penulis mendownload *paper texture* tersebut dan penulis langsung memindahkan ke dalam file adobe illustrator.



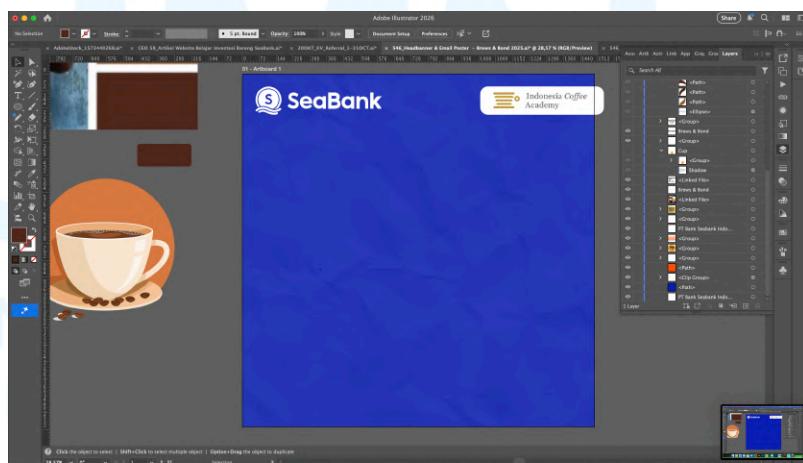
Gambar 3.79 Paper texture

Setelah itu penulis berencana untuk menggunakan clipping mask agar tekstur kertas mengikuti artboard. Penulis menggunakan warna biru dengan kode #1130c5 pada bagian dalam warna kertas.



Gambar 3.80 *Background email*

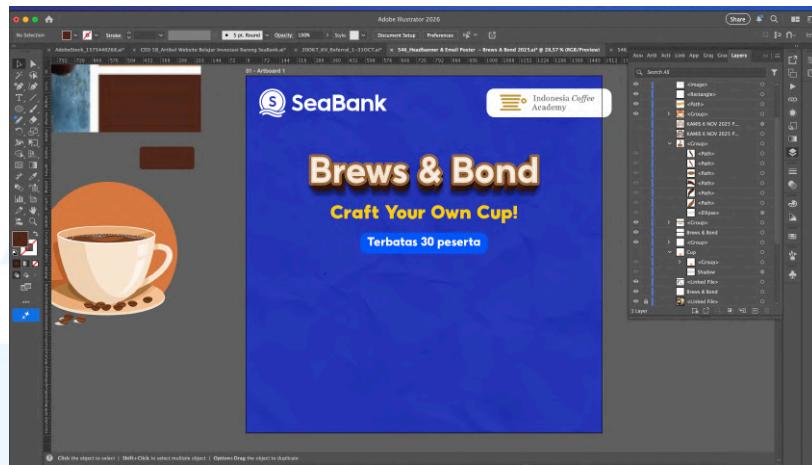
Untuk latar belakang email, penulis menggunakan warna biru khas SeaBank guna menjaga konsistensi identitas visual. Penulis juga menempatkan logo SeaBank sebagai identitas utama brand. Selain itu, logo Indonesia Coffee Academy turut ditambahkan sebagai elemen pendukung sesuai dikarenakan acara ini kolaborasi antara Indonesia Coffee Academy dengan SeaBank Indonesia.



Gambar 3.81 *Paper texture*

Penulis menambahkan paper texture yang telah diproses menggunakan teknik clipping mask sebagai elemen latar belakang tambahan. Tekstur ini digunakan untuk memberikan kesan visual yang

lebih hidup dan tidak flat. Dengan penambahan tersebut, tampilan background menjadi lebih berkarakter namun tetap rapi.



Gambar 3.82 Penambahan tulisan

Penulis menambahkan tulisan “Brew & Bond” sebagai judul utama untuk memperkuat identitas acara. Selain itu, teks “Craft Your Own Cup” turut ditampilkan sebagai tagline yang menggambarkan konsep kegiatan. Penulis juga mencantumkan informasi “Terbatas 30 Peserta” sebagai penegasan kuota agar audiens memahami keterbatasan jumlah peserta. Penulis menggunakan font Shopee 2021 pada tulisan yang terdapat di dalam desain.



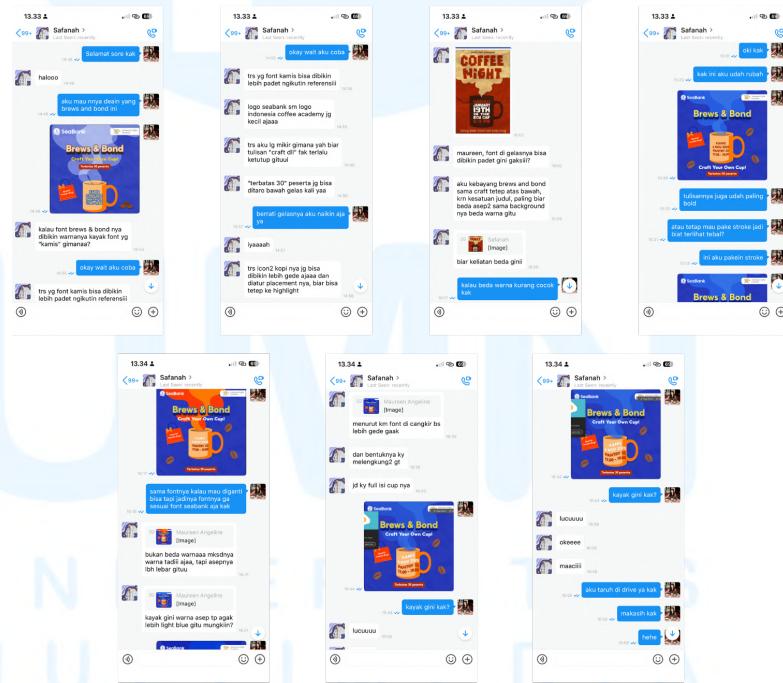
Gambar 3.83 Desain finalisasi *Brews & Bond*

Penulis menambahkan elemen ilustrasi cangkir berwarna orange mengikuti ciri khas SeaBank yang diunduh dari Adobe Stock sebagai

pendukung visual utama. Selain itu, elemen asap turut ditambahkan untuk memperkuat suasana hangat khas minuman kopi. Kombinasi elemen ini membuat tampilan desain terasa lebih hidup dan selaras dengan konsep yang ingin disampaikan. Setelah itu penulis menambahkan elemen kopi agar memperkuat desain. Penulis juga menambah aset *goodie bag* yang melambangkan akan ada *goodie bag* jika mengikuti acara ini.

#### 4) *Feedback & Evaluasi*

Setelah desain *offline* untuk event kopi selesai, penulis mengunggah hasil yang sudah penulis buat ke dalam google drive yang telah disediakan dalam format jpg dan adobe illustrator. Setelah itu penulis memberikan *link* drive tersebut kepada *lead offline designer*. Setelah itu, penulis langsung minta *approval* desain apakah ada yang kurang kepada tim HR dengan bimbingan *lead offline designer*.



Gambar 3.84 Feedback dari HR

Setelah itu, penulis mendapatkan beberapa *feedback* dan evaluasi mengenai desain dan penulis langsung mengerjakannya pada saat itu. Setelah desain yang penulis buat sudah di *approval* oleh tim HR.

Selanjutnya penulis mengirimkan *link* google drive kepada *lead offline designer*. Jika *lead offline designer* sudah *approve*, maka *link* drive yang penulis buat akan dikirim ke grup “*QC Group All Streams*” dimana akan di evaluasi oleh *head graphic design*. Setelah itu desain yang penulis buat sudah selesai. Berikut merupakan desain final untuk desain email & *headbanner* mengenai “*Brews & Bond*” :



Gambar 3.85 Desain final setelah revisi

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Ketika menjalani program *internship* di PT SeaBank Indonesia, penulis mengalami tantangan pribadi terkait penguasaan beberapa fitur pada Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Namun, justru dari tantangan ini penulis mendapatkan pembelajaran baru dalam hal desain. Setiap tugas yang diberikan terasa seperti latihan secara nyata untuk meningkatkan kemampuan teknis. Pengalaman ini membuat penulis merasa sangat terbantu dan semakin berkembang dari awal masuk hingga saat ini. Bekerja di lingkungan SeaBank, penulis merasa nyaman, dihargai, dan didorong untuk terus berkembang.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Ketika menjalani program *internship* di PT SeaBank Indonesia, penulis mengalami tantangan pribadi terkait penguasaan beberapa fitur pada Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Masih terdapat beberapa tools dan teknik yang belum sepenuhnya penulis kuasi, sehingga proses penggeraan desain tertentu membutuhkan waktu lebih lama dari yang seharusnya. Meski begitu, pengalaman ini justru menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar,

mengekplor, dan meningkatkan keterampilan teknis secara langsung melalui tugas yang diberikan.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis mencari solusi dengan cara menonton video *tutorial* di YouTube untuk mempelari fitur-fitur photoshop yang sebelumnya belum dikuasai oleh penulis. Cara ini membantu penulis dalam memahami teknik baru secara cepat sekaligus memberi kesempatan untuk langsung mempraktikkannya di tugas yang sedang dikerjakan.

Selain itu, user di SeaBank juga sering memberikan arahan tambahan atau bahkan mengajarkan langsung fitur tertentu ketika penulis merasa kesulitas dan kurang paham. Dukungan seperti ini sangat membantu penulis untuk berkembang secara lebih cepat, sekaligus membuat proses belajar terasa lebih ringan dan menyenangkan.

Tidak hanya itu, supervisor penulis juga rutin mengadakan sesi *one on one* setiap dua bulan sekali. Dalam sesi ini, supervisor memberikan ruang bagi penulis untuk berbagi kendala apapun yang dihadapi selama bekerja di SeaBank. Diskusi ini sangat membantu penulis untuk berkembang karena supervisor memberikan masukan yang membangun serta membantu mencari solusi yang paling cocok untuk penulis.