

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Perusahaan tempat penulis melaksanakan magang adalah PT Bank Digital BCA (BCA Digital) yang lokasi kantornya berada di Menara blu, The City Tower lantai 11. Jalan M.H. Thamrin nomor 81, Jakarta Pusat 10310. Sebagai perusahaan yang diakuisisi PT Bank Central Asia Tbk terakhir, BCA Digital juga sering disebut sebagai anak bungsu BCA. Profil dan sejarah perusahaan BCA Digital dapat dituliskan sebagai berikut:

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank Digital BCA (BCA Digital) merupakan perusahaan inovasi atau pengembangan dari PT Bank Central Asia Tbk yang bergerak di bidang perbankan. BCA Digital didirikan seiring dengan perkembangan teknologi dan sifat masyarakat zaman sekarang yang *digital savvy*. Produk utama dari BCA Digital adalah aplikasi blu, yaitu aplikasi *mobile banking* BCA Digital yang dirancang bagi penggunaannya sebagai nasabah untuk melakukan transaksi finansial maupun nonfinansial melalui *smartphone*. Berbeda dengan BCA yang merupakan bank konvensional, blu tidak memiliki kantor cabang karena merupakan bank digital yang seluruh layanannya dapat diakses melalui *smartphone*, termasuk proses pembukaan rekening.



Gambar 2.1 Logo BCA Digital

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:BCA_Digital_logo.svg

Berdirinya sebuah perusahaan tidak luput dari adanya visi dan misi yang menjadi fondasi. BCA Digital memiliki visi untuk menjadi bank digital pilihan utama masyarakat. Sedangkan, misi BCA Digital yaitu memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi

tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dengan memanfaatkan teknologi tepat guna, serta memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Hal tersebut akan terus diupayakan berjalan melalui aplikasi blu by BCA Digital sebagai produk utama layanan yang diberikan PT Bank Digital BCA.



Gambar 2.2 Logo blu by BCA Digital
Sumber: <https://blubybcadigital.id/>

Dalam menjalankan perusahaannya, BCA Digital memiliki komitmen untuk menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance/GCG*). Tujuannya yaitu agar perusahaan dapat terus memiliki kesinambungan usaha (*sustainability*), kinerja dapat ditingkatkan, kepentingan setiap pihak atau pemangku kepentingan dapat terlindungi, serta menjaga agar perusahaan tetap mengikuti peraturan, hukum, dan nilai-nilai yang dianut. BCA Digital memiliki 5 nilai utama perusahaan, yaitu:

1. *Ear and heart customers*,
yaitu mengutamakan kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan terbaik.
2. *Stand up for integrity*,
yang artinya menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan dalam membangun kepercayaan satu sama lain.
3. *Soul for agility and relevance*,
yaitu *mindset* dan sifat terbuka dalam menyikapi perubahan dalam teknologi ataupun pekerjaan untuk terus menciptakan inovasi baru yang berguna bagi perusahaan.
4. *Hand in hand for collaboration and growth*,
yang berarti saling membantu dalam berkolaborasi dengan mitra dan demi perkembangan atau kemajuan perusahaan.

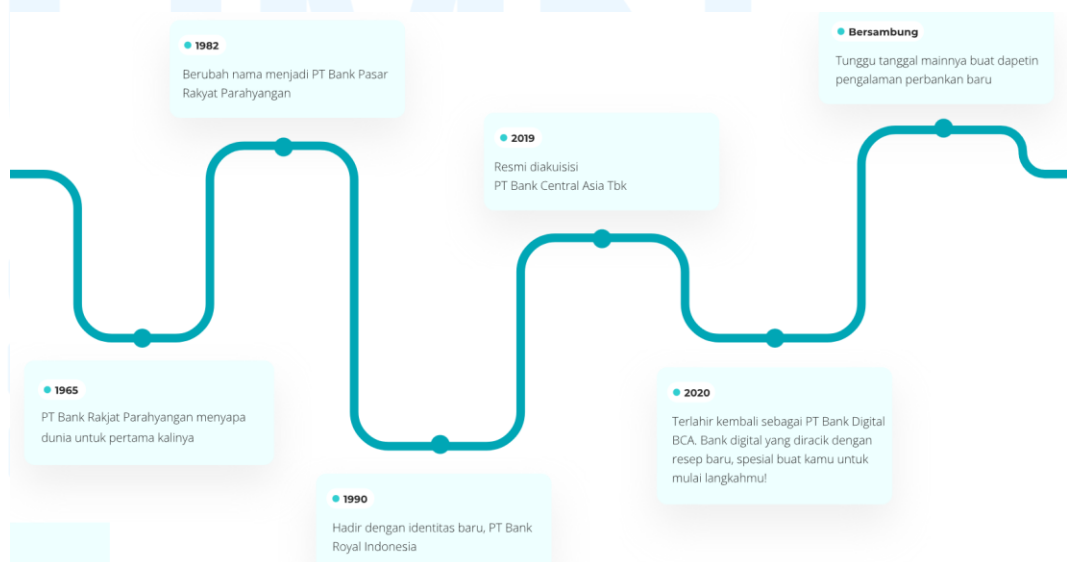
5. *Mind for excellence and impact,*

yakni terus berinovasi dan mencari pengembangan baru terbaik yang dapat diimplementasikan dan berdampak positif.

Sebagai bank digital yang mengutamakan inovasi dan kebutuhan nasabahnya, BCA Digital terus memberikan layanannya dan menjalankan sistem kerja sesuai dengan visi, misi, maupun nilai-nilai perusahaan. Hal tersebut membuat BCA Digital dipercaya oleh banyak masyarakat Indonesia yang dibuktikan dari total lebih dari 2,4 juta nasabah, laba bersih Rp 108,0 miliar, serta mendapatkan 30 penghargaan dalam laporan tahunan 2024. Dalam mencapai titik ini, BCA digital tak luput dari sejarah bedirinya perusahaan yang akan dibahas pada subbab berikut.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Pada awalnya, PT Bank Digital BCA (BCA Digital) merupakan PT Bank Rakjat Parahyangan yang didirikan di Bandung pada 25 Oktober 1965. Setelah beberapa tahun berlalu, nama PT Bank Rakjat Parahyangan berubah menjadi PT Bank Pasar Rakyat Parahyangan pada 21 Agustus 1982. Kemudian, terjadi perubahan nama perusahaan lagi menjadi PT Bank Royal Indonesia pada 8 Januari 1990 yang kedudukannya berada di Jakarta.



Gambar 2.3 *Milestone* PT Bank Digital BCA

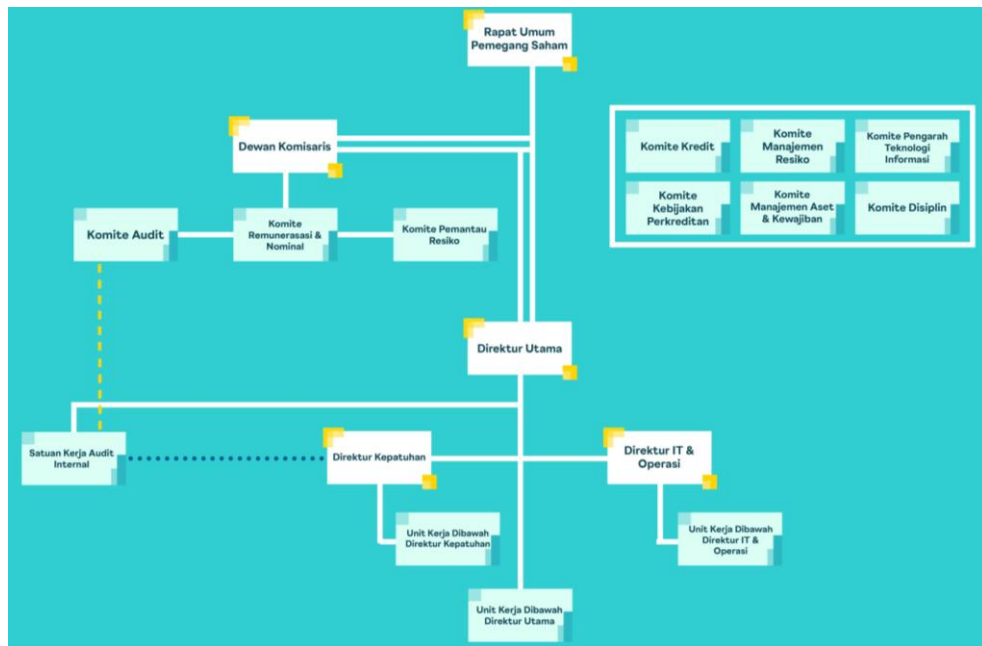
Sumber: <https://blubybcadigital.id/>

PT Bank Central Asia Tbk resmi mengakuisisi PT Bank Royal Indonesia pada tahun 2019 dan terlahir kembali menjadi PT Bank Digital BCA pada tahun 2020. BCA Digital mengembangkan aplikasi *mobile banking* bernama blu by BCA Digital yang resmi diluncurkan pada 2 Juli 2021 sebagai platform utama dalam memberikan layanan kepada nasabah. BCA Digital melalui aplikasi blu berfokus pada generasi apapun yang memiliki sifat *digital savvy*, yakni yang terbiasa menggunakan *smartphone* dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Meskipun didominasi oleh para generasi muda seperti gen Z dan milenial, generasi X juga termasuk apabila mereka menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berjalannya suatu perusahaan tidak lepas dari adanya para pimpinan dan karyawan yang dibentuk dalam suatu struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan kerangka pimpinan dan pekerja dalam suatu perusahaan yang menggambarkan hubungan antarindividu maupun antardepartemen yang dapat mempengaruhi distribusi tanggung jawab, pengambilan keputusan, serta aliran informasi (Khotimah & Fitri, 2025, h.18). Struktur organisasi yang jelas sangatlah penting bagi suatu perusahaan agar alur kerja atau operasional dapat berjalan dengan efisien dan efektif demi keberhasilan jangka panjang perusahaan. Berikut ini merupakan struktur organisasi PT Bank Digital BCA (BCA Digital) secara keseluruhan, diawali dari Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris, hingga Direktur Utama:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Lengkap BCA Digital

Sumber: <https://bcadigital.co.id/profil/>

BCA Digital memiliki beberapa divisi atau departemen di bawah Direktur Utama seperti pada gambar bagan di bawah. Setiap divisi atau departemen tersebut memiliki *job desc* dan tanggung jawab masing-masing. Dalam melaksanakan program magang ini, penulis ditempatkan pada departemen *Brand & Communication* (sebelumnya *Marketing Communication*) yang posisinya langsung berada di bawah Direktur Utama.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan di Bawah Direktur Utama

Sumber: <https://bcadigital.co.id/profil/>

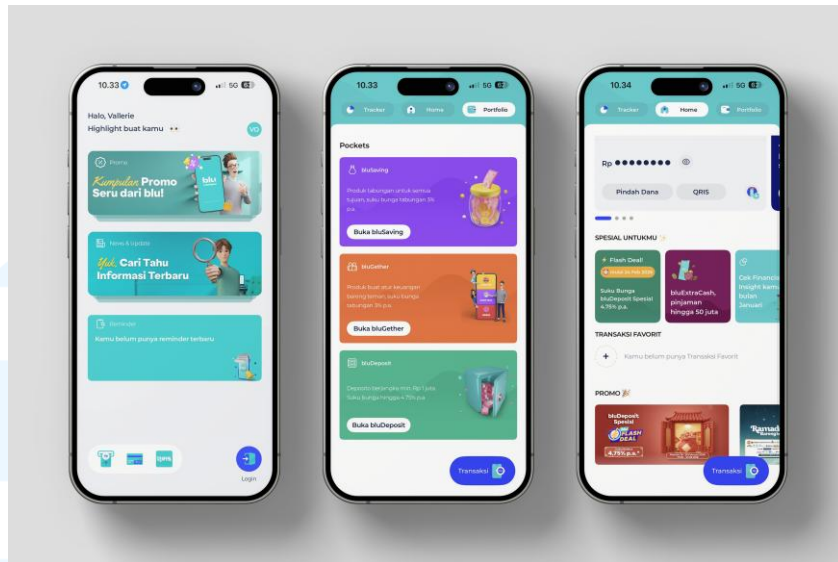
Departemen *Brand & Communication* memiliki *Head of Brand & Communication* yang terdiri dari 4 unit kerja, yaitu *Brand Awareness*, *Brand Activation*, *Corporate Communication*, dan *Performance & Data Management*. Penulis yang menjalankan program magang dengan posisi *Graphic Designer Intern* berada pada unit kerja *Brand Awareness*. Tugas utama unit kerja *Brand Awareness* yaitu mengatur kebutuhan sistematis maupun visual promosi para *partner* BCA Digital. Unit kerja *Brand Awareness* memiliki *Head of Brand Awareness* yang memimpin dan mengawasi tim. *Head of Brand Awareness* dan *Project Managers* juga dapat memberikan pekerjaan kepada penulis sebagai *Graphic Designer Intern* apabila mereka membutuhkan desain tertentu, seperti aset visual untuk *pop-up* di aplikasi blu by BCA Digital, poster untuk keperluan acara tertentu, atau kebutuhan visual lainnya.

2.3 Portofolio Perusahaan

Selama berdiri, PT Bank Digital BCA (BCA Digital) telah membuat identitas perusahaan, menciptakan produk, melakukan berbagai kegiatan promosi, ataupun melaksanakan *event-event*. Dalam menjalankan hal-hal tersebut, perusahaan telah memiliki hasil-hasil desain atau portofolio yang digunakan untuk kepentingan tersebut yang dilakukan oleh tim desain sebelumnya. Berikut beberapa portofolio BCA Digital di berbagai media:

1. Aplikasi blu by BCA Digital

Produk utama BCA Digital untuk menyajikan layanan bank digital untuk nasabah yaitu aplikasi blu. Melalui aplikasi blu, para pengguna atau nasabah BCA Digital dapat membuka rekening, menabung, melakukan transaksi, investasi, ataupun melakukan layanan blu lainnya. Tak hanya itu, nasabah blu by BCA Digital dapat menggunakan fitur-fitur blu, seperti bluSaving untuk memisahkan tabungan dalam satu akun yang sama, bluGether untuk menabung bersama, dan bluDeposit untuk investasi deposito. Dengan menggunakan blu, nasabah dapat transaksi menggunakan promo-promo *merchant* yang bekerja sama dengan blu.



Gambar 2.6 Aplikasi blu by BCA Digital

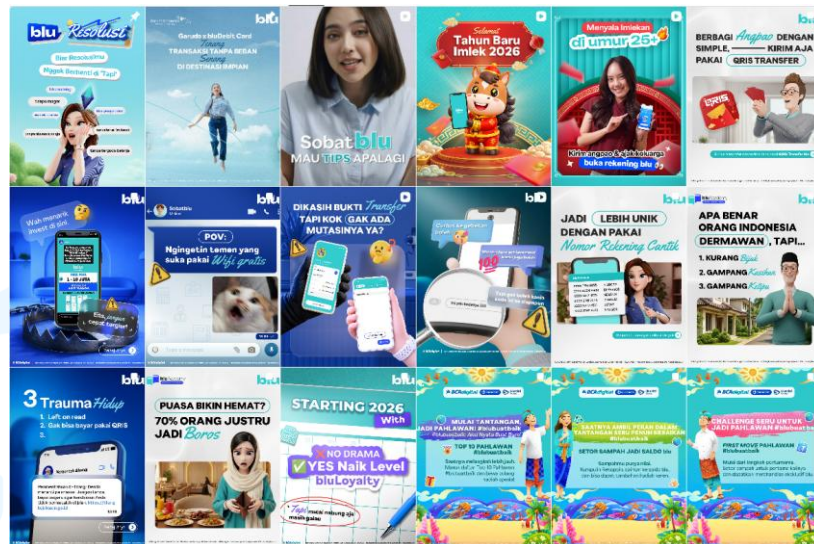
Bila dilihat dari segi desain, *User Interface* (UI) aplikasi blu terlihat minimalis, *user-friendly*, dan menciptakan kesan atau *spirit* anak muda untuk menabung. Hal ini dikarenakan tampilan aplikasi blu yang banyak menggunakan warna-warna cerah yang menarik perhatian anak-anak muda, seperti Gen Z. Di samping itu, aplikasi blu juga menggunakan gambar karakter blu, yakni Beni, Lea, dan Utta yang visualnya berupa anak-anak muda, sehingga pengalaman menggunakan aplikasi terasa menyenangkan. Meskipun demikian, target pengguna atau nasabah blu by BCA Digital tak terbatas hanya pada anak muda seperti Gen Z dan milenial, melainkan juga para orang tua seperti generasi X yang terbiasa menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari (*digital savvy*).

Sebagai anak bungsu perusahaan BCA, blu tetap menggunakan warna biru sebagai warna utama, tetapi warna biru yang digunakan adalah biru muda yang cukup terang. Gaya ilustrasi yang diterapkan berbentuk 3D, sesuai dengan ketiga karakternya. Ikon-ikon yang terdapat pada aplikasi blu juga jelas dan mudah diidentifikasi, sehingga navigasi atau alur pengguna (*user flow*) dalam mengoperasikan aplikasi cukup mudah dipahami. Selain itu, tipografi

yang digunakan berupa *sans serif* yang sederhana dan mudah dibaca. Penerapan *white space* di aplikasi blu juga menimbulkan kesederhanaan dan meningkatkan kemudahan akses pengguna dalam melakukan tindakan tertentu atau suatu fitur. Dalam memantau data dan melacak mutasi transaksi keuangan, aplikasi blu juga menyajikan grafik sederhana yang informatif dan mudah dipahami. Dengan target yang cukup luas, tampilan *User Interface* (UI) aplikasi blu by BCA Digital cukup sederhana dan mudah dipahami untuk para pengguna dalam mengakses fitur-fiturnya.

2. Instagram @blubybcdigital

Media sosial BCA Digital yang cukup aktif yaitu akun Instagram dengan *username* @blubybcdigital. Instagram berperan sebagai platform untuk menyampaikan berbagai promo dan konten informasi mengenai blu by BCA Digital. Terkadang, akun Instagram @blubybcdigital juga menyelipkan konten-konten trivia agar para *followers* tidak bosan dan mendapatkan konten hiburan yang masih berhubungan dengan keuangan blu by BCA Digital.



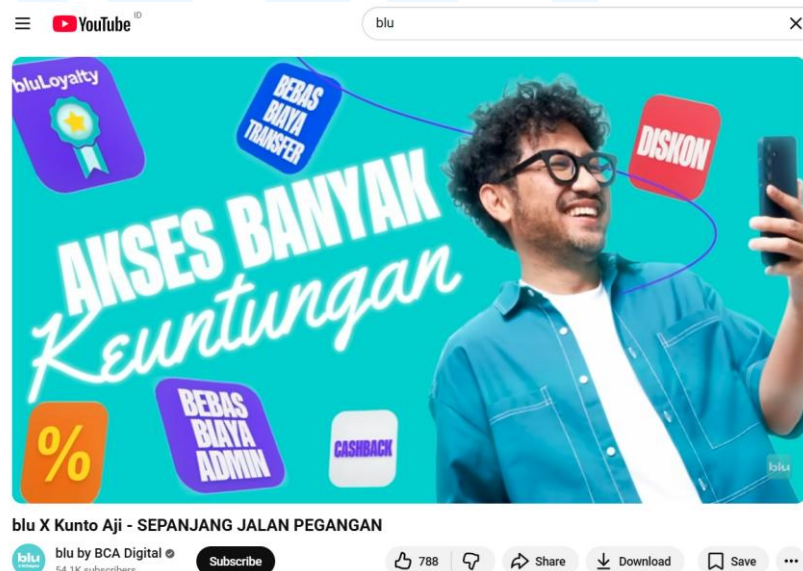
Gambar 2.7 Instagram Feeds @blubybcdigital

Konten-konten yang diunggah di Instagram, baik itu Instagram *feeds* ataupun *story*, memiliki warna, *font*, dan gaya visual yang sesuai dengan *brand guideline* blu by BCA Digital. Pada

penerapannya, desain konten promosi banyak menggunakan aset karakter Benni, Lea, dan Utta yang membantu menyampaikan informasi secara visual. Aset-aset yang digunakan memiliki gaya visual ilustrasi 3 dimensi yang senada dengan gaya visual karakter blu. Selain itu, desain konten pada Instagram @blubybcdigital juga menerapkan teknik *digital imaging* untuk menyatukan aset ilustrasi dengan aset foto agar menjadi suatu kesatuan visual yang jelas dan nyaman dipandang.

3. Iklan blu X Kunto Aji - SEPANJANG JALAN PEGANGAN

Selain Instagram, BCA Digital juga mengunggah video iklan di Youtube sebagai salah satu media promosi. Salah satu strategi iklan blu by BCA Digital untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat yaitu dengan berkolaborasi dengan musisi dan penyanyi Kunto Aji yang populer di masyarakat Indonesia. Dalam proyek iklan ini, blu dan Kunto Aji berkolaborasi membuat suatu lagu berjudul “Sepanjang Jalan Pegangan” yang dirilis pada bulan Agustus 2024 lalu. Lirik lagu ini ditulis ulang atau diubah berdasarkan melodi lagu “Sepanjang Jalan Kenangan”, lagu lawas atau klasik bergenre *Indonesian rock*, yang diciptakan oleh Aloysius Riyanto dan dipopulerkan oleh Tetty Kadi pada tahun 1996.



Gambar 2.8 blu X Kunto Aji - SEPANJANG JALAN PEGANGAN

Lirik lagu tersebut dipersonalisasi untuk menggambarkan perjalanan finansial seseorang yang menggunakan blu by BCA Digital sebagai solusi dari permasalahan finansialnya. Video iklan blu X Kunto Aji yang berjudul “Sepanjang Jalan Pegangan” juga menampilkan berbagai fitur atau layanan finansial blu by BCA Digital yang dapat dinikmati oleh para nasabahnya. Tak hanya itu, pemilihan musisi dan penyanyi Kunto Aji juga tidak sembarangan, melainkan dikarenakan beliau dikenal sebagai *public figure* Indonesia yang sering membicarakan topik keuangan, kedewasaan, dan hal yang relevan dalam kehidupan sehari-hari.

