

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Bank Digital BCA merupakan lembaga perbankan berbasis digital yang berada di bawah naungan PT Bank Central Asia Tbk. Perusahaan ini awalnya dikenal sebagai PT Bank Royal Indonesia sebelum diakuisisi oleh PT Bank Central Asia Tbk pada tahun 2019. Lalu, secara resmi berganti nama menjadi PT Bank Digital BCA pada tanggal 28 Mei 2020. Pada Juli 2021, PT Bank Digital BCA meluncurkan aplikasi blu sebagai *Platform* utama layanan perbankan digital (BCA Digital, 2020).

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank Digital BCA merupakan anak perusahaan terbaru dari PT Bank Central Asia Tbk yang didirikan sebagai bagian dari strategi pengembangan layanan perbankan elektronik untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin terintegrasi dengan teknologi. Dalam menjalankan operasionalnya, PT Bank Digital BCA memiliki visi untuk menjadi bank digital pilihan utama masyarakat. Perusahaan ini juga memiliki misi untuk mewujudkan visinya, yakni memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi yang tepat, serta memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan (BCA Digital, 2020).

blu



Gambar 2.1 Logo PT Bank Digital BCA
Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:BCA_Digital_logo.svg

Sebagai implementasi dari visi dan misi tersebut, pada Juli 2021 perusahaan meluncurkan blu by BCA Digital sebagai aplikasi perbankan digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan akses layanan keuangan secara praktis melalui perangkat seluler. Aplikasi blu menawarkan beragam fitur penunjang finansial, mulai dari pemisahan tabungan, transaksi keuangan yang mudah, hingga investasi yang fleksibel dan terpercaya sesuai dengan kebutuhan generasi digital (blu, 2021).



Gambar 2.2 Maskot blu
Sumber: <https://www.halokakros.com/2021/07/9-alasan-enaknya...>

Nama blu merupakan singkatan dari karakter maskot Benni, Lea, dan Utta yang merepresentasikan nilai-nilai perusahaan. Benni digambarkan sebagai sosok pria dewasa yang berani mengambil langkah dalam berinvestasi sehingga merepresentasikan semangat untuk mengembangkan aset dan memanfaatkan peluang finansial. Lea divisualisasikan sebagai perempuan mapan dengan gaya hidup sosial yang aktif sehingga

mencerminkan aspirasi untuk mencapai kondisi finansial yang lebih sejahtera. Sementara itu, Utta digambarkan sebagai pelajar yang memprioritaskan tabungan sebagai fondasi keuangan sehingga merepresentasikan pentingnya perencanaan dan pengelolaan dana sejak dini.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Bank Digital BCA memiliki sejarah yang panjang sebelum menjadi entitas perbankan digital di bawah grup BCA. Lembaga ini pertama kali berdiri pada tahun 1965 dengan nama PT Bank Rakjat Parahyangan. Pada tahun 1982, PT Bank Rakjat Parahyangan mengubah identitasnya menjadi PT Bank Pasar Rakyat Parahyangan. Selanjutnya, pada Januari 1990 ketika bank berubah menjadi bank umum dan mengadopsi nama baru, yaitu PT Bank Royal Indonesia. Perubahan ini menandai reposisi strategi bisnis untuk memasuki sektor perbankan komersial yang lebih luas (BCA Digital, 2020).



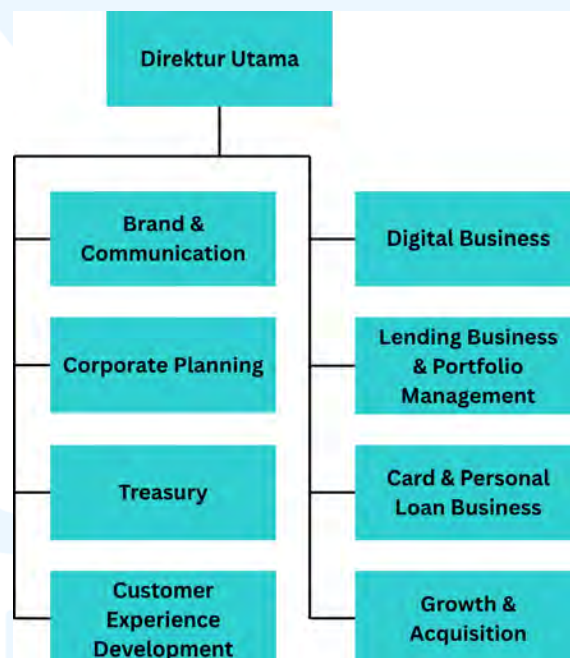
Gambar 2.3 Milestone PT Bank Digital BCA

Transformasi signifikan terjadi pada tahun 2019 ketika PT Bank Royal Indonesia resmi diambil alih kepemilikan oleh PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini merupakan bagian dari strategi pengembangan layanan perbankan digital. Pengambilan alih tersebut dilakukan untuk mengimplementasikan konsep bank digital melalui entitas yang terpisah dari induk perusahaan, sehingga PT Bank Central Asia Tbk tetap dapat mempertahankan model bisnis konvensional sekaligus menyediakan alternatif layanan digital bagi nasabah (Widya et al., 2021).

Setelah proses pengambilan alih tersebut, pada 28 Mei 2020 perusahaan secara resmi berganti nama menjadi PT Bank Digital BCA. Perubahan ini kemudian diwujudkan melalui peluncuran aplikasi blu by BCA Digital pada Juli 2021 sebagai *platform* perbankan digital yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat *digital savy* (BCA Digital, 2020).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk memastikan seluruh proses kerja dapat berjalan secara teratur, terarah, dan terkoordinasi. Struktur tersebut berfungsi sebagai pedoman dalam alur komunikasi serta tanggung jawab antar divisi kerja sehingga perusahaan dapat beroperasi secara efektif dan strategis. PT Bank Digital BCA juga memiliki struktur organisasi perusahaan yang dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Bank Digital BCA

PT Bank Digital BCA terdiri dari beberapa divisi utama yang berada dibawah naungan direktur utama, yaitu *Brand and Communication*, *Corporate Planning*, *Treasury*, *Customer Experience Development*, *Digital Business*, *Lending Business and Portfolio Management*, *Card and Personal Loan Business*, dan *Growth and Acquisition*. Setiap divisi diketuai oleh *head of division* masing-masing

untuk memastikan alur komunikasi dan tanggung jawab berjalan secara efektif dan efisien (BCA Digital, 2020).

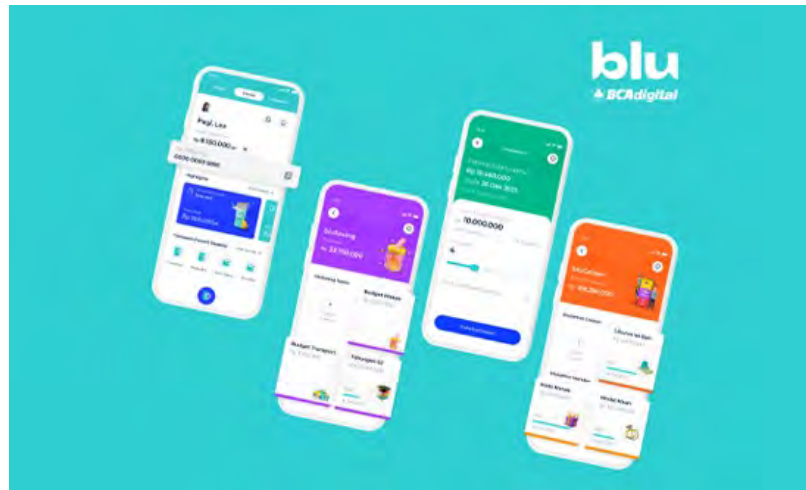
Dalam divisi *Brand and Communication* terdapat empat sub-divisi yang memiliki fungsi berbeda, yaitu *Brand Experience & Community*, *Brand Awareness*, *Performance & Data Management*, dan *Corporate Communication*. Saat pelaksanaan *Career Acceleration Program*, penulis ditempatkan sebagai *Graphic Design Intern* pada sub-divisi *Brand Experience & Community*. Tugas penulis dalam peran ini adalah merancang media visual promosi yang mendukung aktivitas pemasaran dan ketertarikan calon nasabah untuk membuka akun blu.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Bank Digital BCA memiliki beberapa media visual yang di dalam proses pembuatannya melibatkan peran dari desainer. Media tersebut antara lain seperti materi identitas merek, aset promosi, informasi, dan konten media lainnya yang mendukung kebutuhan komunikasi perusahaan dan penyampaian pesan kepada nasabah. Berikut adalah beberapa portofolio desain yang dimiliki oleh PT Bank Digital BCA.

2.3.1 Aplikasi blu

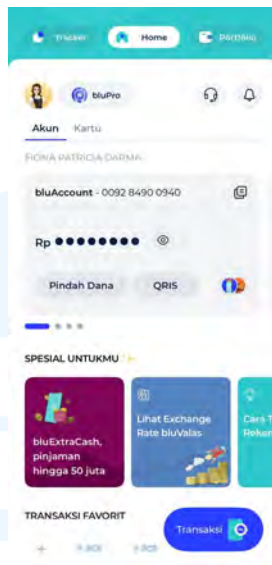
Pada tahun 2021, PT Bank Digital BCA meluncurkan aplikasi perbankan digital bernama blu sebagai produk utama yang menjadi inti layanan perusahaan. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan pengalaman perbankan yang fleksibel, transparan, dan mudah diakses melalui perangkat seluler.



Gambar 2.5 Aplikasi blu by BCA Digital
Sumber: <https://www.rajalubis.com/2022/08/kelebihan...>

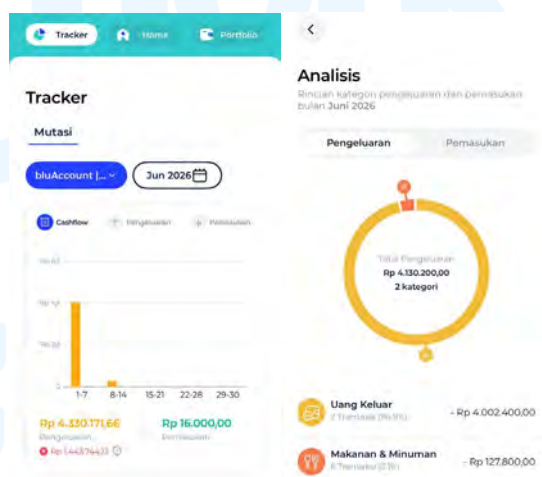
Seluruh fitur dan tampilan yang disediakan dalam aplikasi blu menyesuaikan dengan kebutuhan generasi digital. blu memiliki fitur tabungan seperti bluSaving yang memungkinkan nasabah untuk memisahkan dana berdasarkan tujuan finansial, bluGether untuk mengelola tabungan bersama secara transparan, serta bluDeposit yang menyediakan layanan deposito berjangka secara digital. Dari segi kebutuhan transaksi, bluAccount berfungsi sebagai rekening utama yang terintegrasi dengan seluruh layanan, sementara bluSpending merupakan akun tambahan untuk memudahkan nasabah mengalokasikan dana kebutuhan sehari-hari. Dalam aspek pengembangan aset, bluInvest dan bluRDN mendukung aktivitas investasi, sedangkan bluExtraCash dan bluInsurance melengkapi layanan melalui penyediaan dana tambahan serta perlindungan asuransi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.6 Tampilan UI Aplikasi blu

Berdasarkan segi visual, aplikasi blu menampilkan pendekatan yang konsisten dan strategis dalam membangun identitas sebagai bank digital yang modern dan ramah pengguna. Aplikasi ini menerapkan sistem warna 60-30-10, yaitu 60% warna biru kehijauan sebagai identitas perusahaan, 30% warna putih, dan 10% warna biru tua. Tipografi *sans-serif* yang minimalis mendukung keterbacaan pada layar perangkat seluler. Navigasi dan ikon yang minimalis dan mudah dipahami juga mempermudah nasabah untuk menggunakan aplikasi secara intuitif.



Gambar 2.7 Fitur *Cashflow Tracker*

Selain itu, fitur *cashflow tracker* yang digambarkan dengan grafik berwarna kontras memudahkan pengguna untuk memahami pola pemasukan dan pengeluaran secara cepat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa blu tidak hanya berfokus pada fungsi perbankan, tetapi juga pada efektivitas komunikasi visual dalam menyampaikan informasi finansial secara jelas dan efisien.

2.3.2 Website blu

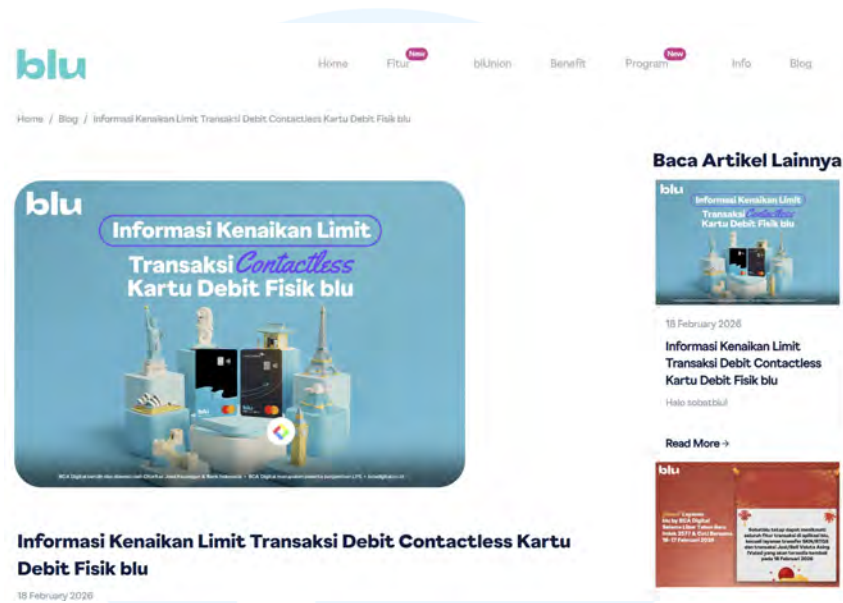
Selain aplikasi, blu memiliki *website* sebagai portal resmi untuk memberikan gambaran lengkap mengenai layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh PT Bank Digital BCA. Melalui situs ini, calon nasabah dapat mengakses berbagai informasi terkait fitur, promo, serta layanan yang tersedia dalam aplikasi. Selain itu, *website* ini juga menyediakan beragam informasi mengenai program dan berita terbaru dari blu.



Gambar 2.8 Website blu by BCA Digital
Sumber: <https://blubybcdigital.id/>

Struktur konten pada *website* disusun secara sistematis dengan pembagian kategori yang jelas, seperti halaman fitur, promo, mitra perusahaan, *benefit*, informasi legal dan kebijakan perusahaan, serta *blog* artikel. Halaman *blog* menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi blu karena memuat beragam artikel mengenai informasi produk, *report*, *lifestyle*, *event*, edukasi finansial, hingga program kampanye yang diselenggarakan oleh blu. Informasi artikel ini menunjukkan bahwa *blog* tidak hanya berfungsi

sebagai sarana literasi keuangan, tetapi juga sebagai media penyampaian informasi produk, publikasi kegiatan, serta konten gaya hidup yang relevan bagi target audiens.



Gambar 2.9 Website blu Halaman Blog
Sumber: <https://blubycadigital.id/blog/informasi-kenaikan-limit-transaksi...>

Secara *user interface*, website mayoritas menggunakan warna biru kehijauan sebagai identitas utama dan dipadukan dengan warna netral seperti putih untuk menjaga keseimbangan visual dan keterbacaan. Secara *layout*, website ini menggunakan *column grid* untuk menjaga hierarki visual dan memastikan setiap elemen tersusun secara rapi dan konsisten. Tipografi *sans-serif* yang digunakan memberikan kesan modern, minimalis, dan memiliki tingkat keterbacaan tinggi pada berbagai ukuran layar. Teks pada website ini menggunakan rata kiri agar pengguna mudah membaca informasi sesuai dengan pola baca masyarakat Indonesia.