

ABSTRAK

Pesatnya era teknologi saat ini, membuat Indonesia tengah dihadapkan pada kebutuhan talenta digital unggulan yang andal pada bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi. Hal ini membuat lapangan kerja, pelatihan bersertifikat, hingga program magang yang relevan dengan kebutuhan industri kini kian marak muncul di tengah masyarakat guna mencukupi kebutuhan digital talent yang siap terap kerja. Program Internship DDB Telkom hadir sebagai program magang yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa/i di Indonesia untuk melakukan eksplorasi dan mengembangkan pengetahuan yang telah diperoleh selama berada di masa perkuliahan pada berbagai *real project challenge* yang ada di lingkungan bisnis Direktorat Digital Business Telkom Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam minat mahasiswa untuk bergabung ke PT Telkom Indonesia. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan Program Internship DDB Telkom berhasil berjalan sesuai dengan tujuan utamanya yakni mewujudkan misi Telkom dalam mengembangkan talenta digital unggulan. Pada tahapan perencanaan, Program Internship DDB Telkom berhasil memilih sasaran dan media komunikasi yang tepat sehingga dapat maksimal mencapai tujuan program. Pada tahapan implementasi, program ini berhasil merealisasikan perencanaan yang telah dirancang yakni menjadi wadah atau *platform* mahasiswa dalam mengembangkan *skill* bekerja di perusahaan digital. Pada tahapan evaluasi, Program Internship DDB Telkom membuat rumusan tujuan program secara spesifik dan dapat diukur melalui metode-metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam mengambil keputusan selanjutnya.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Internship*, Program, Mahasiswa, *Digital Industry*.