

# BAB 1

## PENDAHULUAN

---

### 1.1 Latar Belakang

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Dalam upaya transformasi menjadi digital telecommunication company, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan. Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi.

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

**1. Digital Connectivity:** Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite

**2. Digital Platform:** Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity

**3. Digital Services:** Enterprise, Consumer

Content Creator merupakan kontribusi informasi ke media apa pun dan terutama media digital untuk pengguna dalam konteks tertentu, Konten adalah sesuatu yang ingin diekspresikan melalui beberapa media seperti pidato, menulis, atau berbagai seni untuk mengekspresikan diri, distribusi, pemasaran atau publikasi. Content Creator yang membuat konten edukatif atau menghibur sesuai keinginan audiens. Konten yang dibuat berbagai macam bisa foto, video, podcast, tulisan, digital art dan lainnya.

Hasil pembuatan Content memuat seluruh informasi kegiatan telkom terakses lebih mudah sesudah upload ke sosial media tiktok dan instagram. Untuk itu metodologi yang digunakan adalah metodologi *modified prototyping* dengan tiga tahap yaitu, Ide konsep , Pembuatan Content , Review dan Revisi.

untuk menganalisis strategi pemasaran melalui pemasangan iklan di sosial media instagram atau instagram ads dan tiktok project yang dilakukan oleh content creator PT. Telkom Indonesia.

Selama melaksanakan program magang terdapat beberapa tugas yang dikerjakan selama melaksanakan magang yaitu sebagai berikut:

1. Membuat konsep content challenge spesial hari kebangkitan nasional total hadiah saldo 3 orang pemenang indihome.telkom jakpus.
2. Membuat content video pelanggan yang belum sempat daftar indihome.
3. Membuat content langganan indihome , event paket spesial promo dan mengedit video untuk konten Tik-Tok dan Instagram indihome.telkom jakpus.

Dari semua tugas yang telah dilakukan selama pelaksanaan magang, pada laporan proyek akhir ini lebih menjelaskan yang menjadi fokus pekerjaan yaitu pembuatan konten untuk project telkom indonesia, karena sangat dibutuhkan sebagai bentuk apresiasi kepada customer menarik pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

PT.Telkom Witel Indonesia membutuhkan Content Creator dengan membantu membuat video konten materi tersedia dan yang lagi trend, bentuk apresiasi customer agar konten Instagram dan Tiktok dapat dikenal lebih bagus dan menarik.

## **1.3 Tujuan**

Proyek Akhir ini bertujuan untuk membuat konten menganalisis strategi pemasaran Content Creator melalui iklan di social media Instagram dan Tiktok untuk PT.Telkom Indonesia.

## 1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian rumusan masalah, batasan masalah dari proyek akhir ini diantaranya sebagai berikut:

1. Desain sertifikat harus dibuat dalam ukuran A4
2. Terdapat logo yang sudah ditentukan
3. Sertifikat menggunakan warna dominan hijau dengan kode warna #1A7679
4. Desain sertifikat ini harus memuat seluruh informasi dari kegiatan pelatihan seperti judul acara, nama kegiatan, nama peserta dan nama narasumber, tempat dan waktu pelaksanaan.

## 1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dari kata kunci pada bagian abstrak yang digunakan pada proyek akhir ini yaitu:

1. Social Media

Sosial Media adalah aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan pertukaran konten informasi antar pengguna terdapat dari kumpulan-kumpulan gambar, teks, video dan juga hubungan interaksi dalam jaringan antar individual atau kelompok.

2. Instagram

Instagram adalah bentuk media social yang memiliki keistimewaan yaitu mengunggah foto, video, snap photo/video, broadcast, live video yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menyaring dan berinteraksi dengan pengguna lainnya dengan cepat dan instan.

3. Tiktok

Tiktok adalah sebuah aplikasi yang tersedia di platform Android & iOS yang digunakan untuk pembuatan video dan tujuan berbagi video. Aplikasi ini membantu pengguna untuk menjadi pembuat video hal-hal yang mereka sukai sehingga mereka dapat digunakan dengan cepat dan trend viral (FYP).

#### 4. Metode *modified prototyping*

Suatu metode yang digunakan untuk pengerjaan proyek dengan mempersingkat waktu, pada pengerjaan proyek akhir ini menggunakan tiga tahap yaitu PengumpulanKebutuhan Ide konsep , Pembuatan Content , Review dan Revisi.

### **1.6 Metode Pengerjaan**

Metodologi yang digunakan pada proyek akhir ini adalah *modified Prototyping*. Metode *modified prototyping* membuat pengerjaan proyek akhir ini menjadi lebih singkat dan content video yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan karena terdapat interaksi langsung dengan mitra. Metode *modified prototyping* ini terdiri dari tiga tahapan yaitu Pengumpulan Ide konsep , Perekaman Video Content, Review dan Revisi setiap tahapan itu dilakukan secara bertahap.

#### **1.6.1 Pengumpulan Kebutuhan Ide Konsep**

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan kebutuhan yang diperlukan dalam proses konsep. Contohnya yaitu seperti pengumpulan promo event, waktu dan tempat pembuatan video, mengikuti kegiatan dengan baik. Setelah melihat Editorial Planning yang telah dibuat oleh Sosial Media Officier, Videographer atau Content Creator mengajak berdiskusi hasil riset yang telah diberikan agar video informasi dan detail terkait konten yang ingin dibuat.

#### **1.6.2 Perekaman Video Content**

Pada tahap ini melakukan pembuatan video dimulai dari awal sesuai dengan instruksi yang diberikan oleh pembimbing lapangan.

#### **1.6.3 Review dan Revisi**

Pada tahap ini yaitu proses penilaian pada content video yang telah selesai dibuat, jika terdapat kekurangan maka akan di revisi agar video sesuai dengan instruksi pembimbing lapangan. Di tahap review dan revisi dilakukan 2 sampai 3 kali review dan revisi yang diminta oleh pembimbing lapangan