

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

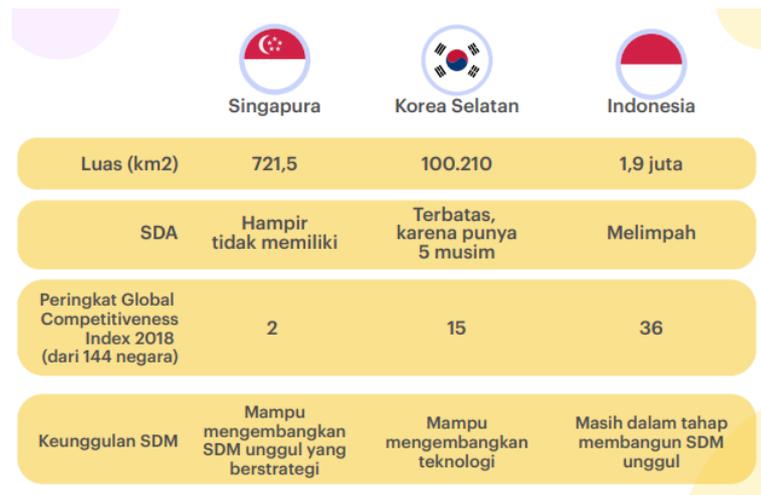
Perubahan digital membuat perusahaan dan institusi perlu mempersiapkan sumber dayanya melek teknologi dan mengikuti perkembangan zaman. Prediksi *Google* menyebutkan bahwa Indonesia berpotensi menjadi negara ekonomi digital nomor satu untuk Asia Tenggara pada 2025 (indonesiabaik.id, 2019). Ekonomi digital menjadi salah satu isu yang diangkat dalam gelaran acara Presidensi G20 pada 2022 yang diselenggarakan di Indonesia (*Mendorong Transformasi Digital Berkelanjutan G20, 2022*). Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, Airlangga Hartanto, menambahkan bahwa isu digitalisasi menjadi salah satu katalisator utama dalam G20 sebagai sumber pertumbuhan perekonomian sehingga pemanfaatan digital masih terus dilangsungkan (*Mendorong Transformasi Digital Berkelanjutan G20, 2022*). Agar mampu mengimbangi era industri digital, pemerintah telah menyiapkan langkah-langkah strategis. Melalui *2020 Go Digital Vision*. Presiden Joko Widodo mencanangkan visi besar dalam sektor ekonomi digital yaitu, *Indonesia The Digital Energy of Asia* dengan beberapa target dan program dalam penjelasan di bawah ini.



Gambar 1 Target dan program 2020 Go Digital Vision (indonesiabaik.id, 2019)

Melihat beberapa negara maju yang telah kuat di sisi ekonomi digital dan ilmu pengetahuan teknologi, ternyata negara-negara tersebut memiliki sumber daya

manusia iptek yang tinggi. Jika dilihat perbandingan dengan Singapura dan Korea selatan yang memiliki sumber daya alam nya yang terbatas dan jumlah penduduk yang sedikit dibanding Indonesia, Singapura dan Korea Selatan masing-masing menduduki posisi dua dan lima belas dalam *Global Competitiveness Index 2018* sedangkan Indonesia berada dalam urutan 36 (indonesiabaik.id, 2019) .



Gambar 2 perbandingan Indonesia dengan negara maju lainnya

Sumber : (indonesiabaik.id, 2019)

Indonesia juga tercatat menjadi bagian *ICT Patron* dalam *Digital Economy Archetype* yang berarti Indonesia hanya sebagai penyedia pangsa pasar karena hanya memiliki banyak konsumen dan daya beli masa kini (Annual Summary of ITDRI 2021, n.d.). Untuk mencapai nilai tambah ekonomi Indonesia perlu meningkatkan sumber daya yang bertransformasi ke bidang jasa industri dan dalam kurun jangka waktu panjang menuju negara inovasi. Salah satu topik yang diangkat dalam isu digitalisasi di acara Presidensi G20 2022 Indonesia adalah *Digital skill and Digital literacy* yang diharapkan dapat mendorong terciptanya talenta digital yang inklusif (Mendorong Transformasi Digital Berkelanjutan G20, 2022). Presiden Joko Widodo sangat menyadari pentingnya generasi muda yang memiliki talenta di bidang digital agar mampu bersaing menghadapi tantangan global dan memberikan inovasi untuk negeri.

Presiden memberikan arahan dalam program Indonesia maju bahwa negara Indonesia harus mempersiapkan 9 juta *digital talent* dalam kurun waktu 15 tahun

atau dalam satu tahunnya arus mempersiapkan 600 ribu *digital talent* (Annual Summary of ITDRI 2021, n.d.). Angka ini tentu saja tidak bisa diharapkan hanya melalui pendidikan formal. Oleh karena itu pihak institusi maupun perusahaan menyediakan pelatihan atau media pembelajaran untuk mawadahi karyawannya mempersiapkan diri menjadi talenta digital. Salah satu perusahaan BUMN yaitu Telkom Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang informasi dan komunikasi yang kini banyak bergeser menjadi perusahaan digital melakukan berbagai inovasi produk seperti pelatihan dan pengembangan diri untuk mawadahi sirkulasi data di bidang teknologi digital. Terkait hal tersebut Perusahaan Telkom diberikan kesempatan untuk memimpin *Hub/learning Institute/ Research Institute* <sup>1</sup>BUMN dan dipilih untuk memegang *Digital Institute* dan *telecommunication and media institute*.<sup>2</sup> (Annual Summary of ITDRI, 2021)

Salah satu inovasi pengembangan SDM yang dimiliki Telkom adalah *Learning Management System, DigiVerse*. LMS memberikan pengalaman belajar dengan menggabungkan sistem pembelajaran langsung (*synchronous*) dengan sistem pembelajaran online (*asynchronous*) yang terhubung melalui jaringan internet. Selain itu, pengelolaan pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (*personalized*). Hal ini sesuai dengan penjelasan dalam web kampusmerdeka.co.id tahun 2022, *Learning management system* atau disingkat LMS *DigiVerse* merupakan media pembelajaran yang kolaboratif, *personalized*, dan *blended learning* untuk karyawan korporat agar dapat meningkatkan *skill* dan pemahaman demi menunjang kinerja yang baik dalam bekerja. Pembelajaran dalam LMS *DigiVerse* berada pada topik peningkatan *skill* karyawan korporat dalam *soft skill* kolaborasi dan digitalisasi serta telah disesuaikan dengan kebutuhan lapangan. Berdasarkan ciri-ciri yang digambarkan produk LMS *DigiVerse*, maka produk tersebut termasuk ke dalam bagian *new media*. *New media* adalah media digital yang menyimpan, menangani, menyampaikan, dan bertukar informasi, bukan hanya memfasilitasi pertukaran bebas informasi tetapi juga interaksi pengguna (Woo dkk., 2014). LMS *DigiVerse*

---

<sup>1</sup> Penyedia atau wadah bagi insan BUMN untuk melakukan penelitian, inovasi, kolaborasi dan pengembangan yang dibutuhkan seluruh kluster BUMN terdiri atas Digital Learning Institute dan Digital Research Institute (Annual Summary of ITDRI 2021, n.d.).

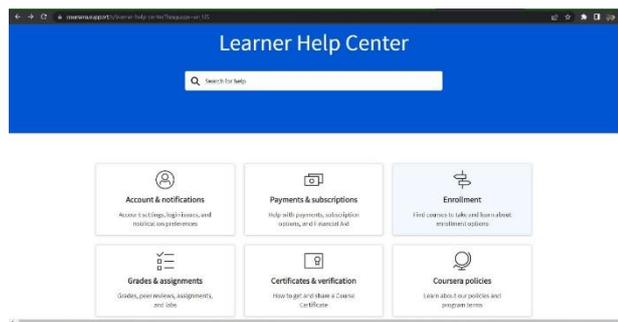
<sup>2</sup> Wadah bagi insan BUMN untuk melakukan penelitian, inovasi, kolaborasi dan pengembangan untuk seluruh kluster BUMN yang berkaitan dengan telekomunikasi dan media institute (Annual Summary of ITDRI 2021, n.d.).

sebagai produk yang berbasis digital bergerak di bidang teknologi edukasi memberikan kebaharuan dalam pembelajaran karyawan yang dahulunya dilakukan secara tatap muka kini bisa melalui komputer dan internet dalam rancangan karya ini penulis menggunakan teori *new media* dari McManus (Aurel millenia, 2022) yang mengatakan bahwa salah satu ciri lingkungan media baru yaitu mengalami proses transformasi dari media yang langka menjadi media yang melimpah. Maksud dari pernyataan ini adalah media baru menyempurnakan keterbatasan yang dimiliki media cetak, dimana komunikasi yang awalnya *one to many* menjadi *many to many* dan kemampuan penerimaan informasi yang lebih baik (Aurel millenia, 2022).

Produk LMS *DigiVerse* baru saja diluncurkan beberapa waktu lalu oleh Telkom Group. Sebagai inovasi baru, pengenalan kepada pengguna masih intens dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dikarenakan dalam media baru pengguna langsung terjun mendapatkan pengalaman dari penggunaan produk tersebut (Fan Fei, 2020). Langkah yang dilakukan oleh tim LMS *DigiVerse* merupakan sebuah strategi, strategi sendiri memiliki tiga tingkatan khusus yaitu *Corporate strategy*, *business strategy* dan *organizational strategy* (Johnson et al., 2008). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *corporate strategy* dimana menjadi tingkatan strategi paling tinggi dalam unit bisnis. *Corporate strategy* sendiri merupakan strategi yang menggambarkan kemana arah perusahaan dan tujuan untuk menciptakan sebuah pertumbuhan bagi perusahaan baik secara menyeluruh atau berdasarkan lini produk. Strategi yang dilaksanakan dalam pengenalan maupun peningkatan kualitas dari produk harus dikelola dengan baik, Menurut (Priyatiningasih, 2022), bahwa *corporate strategy* perlu dikelola dengan baik untuk mengembangkan dan menyatukan serangkaian rencana pada keunggulan produk perusahaan.

Dalam survei berjudul “*DigiVerse Survey*” yang diberikan kepada 39 pengguna produk LMS *DigiVerse* ditemukan jawaban pengguna bahwa fitur dalam LMS masih membingungkan dan pengguna membutuhkan *user guide* atau panduan. Sehingga penulis bersama tim memberikan solusi dengan merencanakan pembuatan tiga tipe *user guide* berupa SOP, Minibook, dan video tutorial agar produk dapat nyaman digunakan oleh pengguna dan meningkatkan nilai tambah dibanding kompetitor. Beberapa kompetitor yang memiliki produk media

pembelajaran sejenis LMS DigiVerse adalah Coursera dan Udemy. Kedua produk ini sudah lebih dulu hadir dalam membantu pembelajaran untuk sebuah perusahaan maupun umum. Bahkan beberapa perusahaan dibawah naungan Telkom Group juga menggunakan kedua produk tersebut. Coursera dan Udemy sebagai kompetitor LMS DigiVerse telah memiliki fitur pusat bantuan yang berisi tutorial serta *tips and trick* dalam penggunaan platform. Di coursera terdapat *Learner Help Center* yang isinya membantu pengguna dalam mengakses platform dimulai dari pengaturan akun, pembayaran, proses mengambil course, bagaimana pengerjaan *assignments*, sertifikat hingga program tambahan yang diberikan. Untuk platform udemy sendiri juga telah menyediakan fitur bantuan bahkan lebih terperinci dengan membagi menjadi tiga bagian untuk pengguna, admin dan *content creator*.



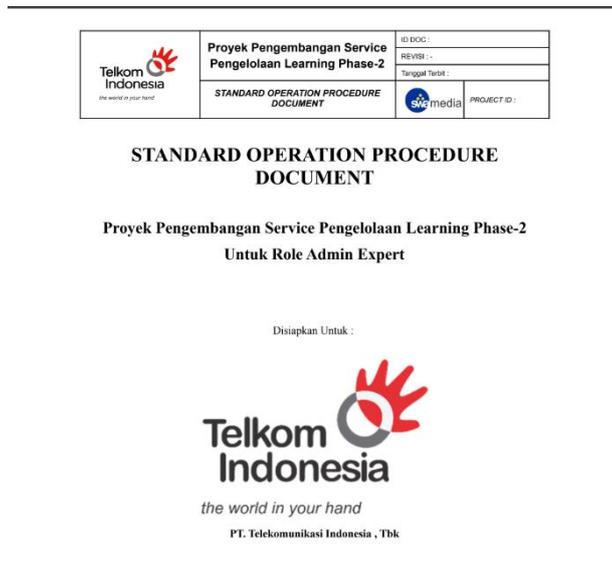
**Gambar 3** Fitur "Help Center" Coursera  
sumber : web Coursera



**Gambar 4** Fitur "Help Center" Udemy  
sumber : web udemy

Hal ini mendorong LMS DigiVerse untuk bisa mendapatkan nilai lebih dibanding kompetitor. Dengan itu, tim pengembangan LMS *DigiVerse* menemukan solusi dengan membuat strategi konten berupa SOP, *Minibook* (*Handbook* aplikasi) dan Video tutorial. SOP singkatan dari Standar Operasional Prosedur diartikan sebagai media tertulis yang digunakan untuk pedoman dalam

serangkaian kegiatan untuk mencapai suatu tujuan. SOP juga menjadi panduan yang mengendalikan mutu dari sebuah aktivitas sehingga dapat berlangsung secara efektif dan efisien, ini membuat SOP mempermudah suatu pekerjaan dalam menjalankan tugas dan fungsi dari bagian yang ada (Rulli Nasrullah, 2021). Rancangan SOP dan *minibook* dibuat dengan format yang lebih menarik dan nyaman dari sebelumnya. Bahasa yang digunakan lebih disederhanakan agar pesan yang berisi solusi dapat tersampaikan dengan tepat.



Gambar 5 SOP lama DigiVerse



Gambar 6 SOP baru yang penulis kerjakan

(sumber : data perusahaan dan peneliti)

Sebagai peserta magang di mitra PT Telkom Indonesia, diberikan kesempatan untuk ikut berpartisipasi dalam membuat konten mengenai SOP dan minibook (*handbook* aplikasi) untuk LMS DigiVerse. Selain konten berupa tulisan, penulis bersama tim juga membuat konten dengan format video tutorial dalam mengakses fitur-fitur di dalam LMS. Format konten video dipilih karena memiliki keefektifitasan yang baik dan sangat menggambarkan ilustrasi secara nyata sehingga ketika pengguna terjun mengaplikasikan platform, pengguna tidak merasakan kebingungan karena apa yang ada di video telah ditunjukkan secara langsung sesuai dengan fitur platform. Video tutorial membuat performa pengguna dalam menggunakan aplikasi dapat lebih cepat. Video pembelajaran

tutorial termasuk dalam kategori baik yang dapat digunakan untuk melengkapi rujukan pembelajaran (Riyanto & Yunani, 2020). Pada persoalan sebelumnya ketika diadakan kegiatan penyuluhan melalui *zoom video conference* masih memiliki batasan karena saat penyuluhan dilaksanakan terdapat beberapa anggota yang berhalangan hadir, walaupun memiliki hasil rekaman tetapi durasi rekaman tersebut panjang sehingga membuat pengguna kesulitan dan jenuh dalam mengakses.

Konten yang dirancang merupakan salah satu implementasi pengelolaan konten dari LMS Diverse sebagai sebuah produk baru. Menurut Demand Matric (2013), membahas bahwa dari 10 konsumen 6 diantaranya tertarik untuk melihat sebuah produk atau *brand* setelah melihat konten yang bermanfaat dan membantu pekerjaannya (Chresensia Inez Chrisanti, 2022). Dengan pengelolaan konten yang tepat perusahaan dapat merasakan manfaat 3 kali lebih besar dan biaya 62% lebih rendah (Julia mccooy, 2017). Ditambah produk LMS DigiVerse memberikan pengalaman belajar secara *blended learning* yaitu belajar yang dapat dilakukan secara tatap muka (*synhronus*) atau belajar secara *online* melalui internet dan perangkat media (*asyinchronus*) dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (*personalized*) ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam rancangan karya dari pendapat Mcmanus, mengenai ciri-ciri *new media* yaitu manusia sedang dalam proses transformasi dari fenomena kelangkaan media menuju media yang melimpah yang diartikan sebagai *new media* ini menyempurnakan keterbatasan yang dimiliki media cetak atau media lama yang mulanya hanya *one to many* menjadi *many to many* (Aurel millenia, 2022). Penerimaan pesan dalam *new media* juga menambah pengalaman baik bagi pengguna karena dalam produk *mnew media* pengguna langsung terjun mendapatkan pengalaman dari penggunaan produk tersebut (Fan Fei, 2020).

Sebagai produk teknologi edukasi yang bercirikan *new media*, produk LMS DigiVerse harus memastikan kenyamanan pengguna agar selama proses penggunaan produk mendapatkan respon yang baik. Langkah pengelolaan konten mengenai SOP, minibook (*handbook* aplikasi) dan video tutorial merupakan strategi yang dibentuk oleh tim LMS DigiVerse untuk meningkatkan kenyamanan pengguna selama mengakses LMS. Dalam strategi sendiri memiliki tiga tingkatan khusus yaitu *Corporate strategy*, *business strategy* dan *organizational strategy*,

dengan *corporate strategy* menjadi tingkatan strategi paling tinggi dalam unit bisnis (Johnson et al., 2008). *Corporate strategy* merupakan strategi yang menggambarkan kemana arah perusahaan dan tujuan untuk menciptakan sebuah pertumbuhan bagi perusahaan baik secara menyeluruh atau berdasarkan lini produk. Dengan itu dapat ditarik kesimpulan bahwa pengelolaan konten merupakan salah satu strategi untuk perusahaan ketika menjual produk karena mampu memberikan *value* lebih dibanding produk-produk serupa. Maka penulis sebagai tim *copywriter* merancang untuk membuat beberapa *user guide* untuk pengguna dengan penjelasan sebagai berikut.

1. SOP (Standar operasional prosedur) : merupakan dokumen panduan penggunaan produk. Dalam SOP yang penulis rancang akan berisikan panduan penggunaan produk LMS DigiVerse dari tahap awal hingga akhir secara lengkap. Pembuatan SOP dilakukan karena dokumen yang dimiliki perusahaan memiliki tampilan kaku dan monoton yang membuat pengguna tidak tertarik untuk mengakses, selain itu perusahaan juga menginginkan SOP dalam format powerpoint agar lebih mudah untuk mendistribusikannya.
2. Minibook (*handbook* aplikasi) : minibook merupakan konten yang mirip dengan FAQ yang ada di laman *website* produk *high technology* yang berisikan tips dan trik mengatasi permasalahan yang pengguna hadapi ketika mengakses produk. Hal ini sebaiknya ada dalam sebuah produk *new media* dimana pengguna menjadi orang pertama yang memiliki pengalaman dalam mengakses, melihat beberapa kompetitor serupa yang telah lebih dulu menyediakan FAQ.
3. Video tutorial : selain memiliki panduan berupa teks dan powerpoint pengguna juga akan dibuatkan panduan berformat audio-visual MP4. Diharapkan dengan adanya video tutorial pengguna dimudahkan mengikuti arahan karena memiliki visual yang bergerak. Selain itu, pada persoalan sebelumnya ketika diadakan kegiatan penyuluhan melalui *zoom video conference* masih memiliki batasan karena saat penyuluhan dilaksanakan terdapat beberapa anggota yang berhalangan hadir, walaupun memiliki hasil rekaman tetapi durasi rekaman tersebut panjang sehingga membuat pengguna kesulitan dan jenuh dalam mengakses.

## **1.2 Identifikasi/Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

Bagaimana implementasi pengelolaan konten *new media* berupa SOP, minibook, dan Video tutorial LMS DigiVerse PT Telkom Indonesia dalam *corporate strategy* ?

## **1.3 Fokus Perancangan**

Fokus rancangan karya ini adalah melihat bagaimana konten SOP, *minibook (handbook aplikasi)* dan Video tutorial yang dihadirkan menggunakan *new media* yaitu LMS DigiVerse dan menganalisis strategi yang dilakukan tim LMS sebagai produk baru untuk memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna ketika menggunakan produk.

## **1.4 Tujuan Karya**

Tujuan pembuatan rancangan karya ini adalah sebagai pembahasan untuk mengetahui pengelolaan konten SOP, minibook, dan video tutorial yang dilakukan LMS DigiVerse sebagai sebuah produk baru.

## **1.5 Manfaat Karya**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Berikut manfaat dari karya yang dibuat penulis dari sisi teoritis :

1. Menjadi tambahan referensi untuk tinjauan ilmiah dalam membuat perancangan karya.
2. Menambah kajian ilmu komunikasi media digital khususnya pengelolaan konten pembuatan rancangan karya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Berikut manfaat karya yang dibuat penulis dari sisi praktis :

1. Dapat menjadi gambaran bagi praktisi di bidang content creator, perusahaan dan para pelaku usaha dalam pengelolaan konten.
2. Dapat menjadi tolak ukur dalam pengembangan konten aplikasi kedepannya untuk PT Telkom Indonesia
3. Sebagai gambaran bagi perusahaan di Indonesia yang ingin memiliki platform LMS untuk perusahaannya.

## 1.6 Jadwal Kegiatan

Perancangan konten SOP, Minibook dan video tutorial untuk produk LMS DigiVerse dilaksanakan pada bulan Agustus 2022 – Desember 2022 bertempat di Jalan Gegerkalong Hilir no. 147, Bandung Kantor Telkom Corporate University

**Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Produksi Karya**

No.	Kegiatan	2022							
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Mempelajari dan meriset aplikasi LMS DigiVerse	■							
2.	Tahap produksi SOP dan Minibook		■	■					
3.	Tahap produksi Video tutorial				■				
4.	Pembuatan Tugas Akhir Perancangan Karya					■	■	■	
5.	Sidang Perancangan Karya								■

Sumber : olahan peneliti, 2023

## 1.7 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 penulis menjelaskan latar belakang dari pembuatan karya, urgensi dan penjelasan secara garis besar dari karya tersebut. Selain itu didalamnya juga terdapat rumusan masalah, fokus perancangan, tujuan karya, manfaat, dan jadwal kegiatan.

### BAB II LANDASAN KONSEPTUAL

Dalam bab 2 berisikan teori-teori yang penulis gunakan untuk merancang karya, dalam bab 2 juga terdapat referensi karya terdahulu yang menjadi ide dan acuan penulis dalam merancang karya.

### BAB III METODE DAN KONSEP

Dalam bab 3 berisikan gambaran dari subjek dan objek dalam rancangan karya yaitu perusahaan, metode pengumpulan data yang digunakan, analisis permasalahan sehingga menjadi alasan untuk membuat karya, terdapat konsep komunikasi dan kreatif serta skema perancangan

#### **BAB IV HASIL KARYA**

Dalam bab 4 hasil karya penulis menjelaskan secara rinci proses perancangan karya dan membahas hasil karya yang telah dibuat.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab 5 berisikan kesimpulan dari keseluruhan karya dan juga saran-saran yang dapat penulis berikan kepada pihak-pihak terkait.