

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Pada tahun 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa, lalu pada tahun 2019 dan 2020 naik menjadi 73,7 persen dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna, dan pada tahun pada awal 2021 ini mencapai mencapai 212,35 juta dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa (APJII, 2020). Dari hasil tersebut membuktikan bahwa internet telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situ informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat[1].

PT. Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi. PT. Telkom Indonesia memiliki beberapa tempat pelayanan untuk pelanggan dan calon pelanggan yang menggunakan layanan TIK dan jaringan telekomunikasi yang sering disebut dengan Plasa Telkom. Layanan yang ditawarkan berupa pasang baru (PSB) wifi, pemasangan CCTV, memperluas jaringan wifi, penambahan fitur digital channel dan penanganan keluhan pelanggan serta pembayaran tagihan. Untuk menarik perhatian pelanggan supaya menggunakan layanan jaringan telekomunikasi. Plasa Telkom menggunakan strategi mempromosikan produknya dengan cara *face to face*, menyebar brosur dan mengadakan beberapa kegiatan. Selain *face to face* Plasa Telkom juga mempromosikan produknya via online melalui beberapa akun media sosial seperti instagram.

Salah satu cabang Plasa Telkom yang berada di Jawa Tengah adalah Plasa Telkom Magelang. Plasa Telkom Magelang menggunakan media sosial

**BAB 1**

---

instagram sebagai salah satu strategi untuk mempromosikan produk serta menyampaikan informasi. Instagram memiliki 700 juta pengguna dan setiap harinya sekitar 60 juta foto dibagikan dan dapat memberikan 1.6 milyar *likes* [2]. Bila didefinisikan platform instagram adalah suatu media berkumpulnya jutaan orang secara nyata setiap harinya[3]. Dari definisi di atas dapat membuktikan bahwa adanya peluang yang besar dalam menggunakan instagram sebagai sarana media untuk promosi. Hal utama dalam melakukan promosi adalah membuat konten pada media sosial yang bersifat persuasif dan ditujukan kepada publik atau dalam hal ini konsumen, dengan tujuan pengenalan produk kepada konsumen[4]. Sebuah akun media sosial perusahaan sebaiknya memiliki unggahan konten dengan gambar ataupun video yang menarik sehingga dapat memberikan hasil *feedback* yang lebih baik. Namun pada akun perusahaan Telkom Magelang yang dikelola oleh divisi *Home Service* Plasa Telkom Magelang mengalami kendala dalam pembuatan konten berupa foto dan video yang akan di unggah di akun media sosial Telkom Magelang, dikarenakan admin instagram Telkom Magelang hanya mengandalkan foto serta desain konten produk yang lama dan direpost kembali sehingga mengakibatkan konten pada media sosial Telkom Magelang terlihat kurang menarik.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka diperlukan suatu konten desain foto dan video yang rapi sehingga dapat menarik perhatian pelanggan dan dapat menyampaikan informasi. Penulis memberikan solusi dengan dibuatnya sebuah konten dengan desain yang dibuat semenarik mungkin serta dapat memberikan pesan ataupun informasi kepada pembaca.

**B. Tujuan**

1. Tujuan Pelaksanaan PKL
  - a. Mengaplikasikan ilmu yang didapat selama proses pembelajaran di Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
  - b. Mendapat pengalaman dan gambaran dalam dunia kerja yang akan dihadapi setelah lulus nanti.

- c. Mempelajari hal baru yang belum didapatkan saat proses perkuliahan.
2. Tujuan Pembuatan Laporan PKL
  - a. Melakukan analisa terhadap pekerjaan yang telah dilakukan
  - b. Mengasah pengetahuan dan keterampilan dalam penyusunan sebuah laporan kerja.
  - c. Sebagai syarat untuk menyelesaikan matakuliah Kerja Praktik.
3. Tujuan Pembuatan Konten
  - a. Sebagai media promosi.
  - b. Membagikan pengetahuan dan informasi yang berkaitan dengan wifi dan produk Telkom.
  - c. Membangun hubungan baik dengan customer.

### **C. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penulis selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan / Kerja di PT. Telkom Indoensia – Plasa Telkom Magelang, penulis di tempatkan di bagian Home Service. Pekerjaan yang dilakukan secara umum yaitu membantu karyawan bagian Home Service seperti follow up pelanggan, input data pelanggan, mengurus paid promote dan broadcast produk ke pelanggan melalui whatsapp. Selain itu penulis juga memiliki tugas khusus untuk membuat konten berupa foto ataupun vidio yang akan di unggah di media sosial Telkom Magelang. Dengan tugas khusus tersebut ketika Telkom Magelang mengadakan event penulis langsung terjun ke lapangan untuk mengambil dokumentasi dan di olah untuk dijadikan postingan di media sosial Telkom Magelang.

## D. Aspek Umum dan Kelembagaan

### 1. Profil PT Telkom Indonesia



Gambar 2 Logo Primer Perusahaan Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dibidang layanan teknologi informasi dan komunikasi(TIK) dan jaringan telekomunikasi di indonesia dengan tekad dan keyakinan yang dilambangkan melalui sebuah logo perusahaan yang melambangkan kedinamisan perusahaan dan juga simbolisasi dunia, serta tangan kanan yang ramah dalam meraih dunia. Saat ini Telkom Perusahaan Telkom sudah tersebar di berbagai daerah di wilayah Indonesia yang salah satunya berada di wilayah Jawa Tengah dengan nama Plasa Telkom Magelang yang ber-alamat di Jl.Yos Sudarso No.2 Magelang, Kec.Magelang Tengah, Kota Magelang, Jawa Tengah.

### 2. Struktur Organisasi Plasa Telkom Magelang



Gambar 3 Struktur Organisasi Plasa Telkom Magelang

## **E. Metode Penulisan Laporan**

### 1. Metode Diskusi

Penulis melakukan metode ini untuk menyelesaikan masalah baik bersama institusi pkl ataupun dengan kelompok pkl.

### 2. Metode Kajian Pustaka

Penulis menggunakan metode ini untuk mencari informasi, dasar pengetahuan, materi yang valid untuk menyusun dan menulis laporan yang baik.

## **F. Sistematika Penulisan Laporan**

Adapun dalam penyusunan dan penulisan laporan pkl ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bagian pendahuluan bersisikan uraian secara umum yang menjadi pokok penulisan dalam laporan praktik kerja lapangan seperti, latar belakang, tujuan, ruang lingkup, aspek umum dan kelembagaan, metodologi penulisan, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bagian ini berisi tentang dasar teori yang berhubungan dengan pekerjaan yang dilakukan saat praktik kerja lapangan dan teori yang dibutuhkan dalam pembuatan konten media social telkom magelang.

### **BAB III IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian implementasi dan pembahasan berisi tentang penjelasan langkah-langkah dan hasil konten yang dibuat saat melakukan praktik kerja lapangan di telkom magelang.

### **BAB IV PENUTUP**

Pada bagian penutup berisi tentang kesimpulan hasil yang diperoleh dari praktik kerja lapangan serta saran yang ditunjukkan pada tempat kerja praktik maupun pembaca.