BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan sosial budaya dalam dunia kerja dan perkembangan teknologi yang pesat membuat masyarakat dituntut untuk cepat beradaptasi dan menyesuaikan diri dalam memenuhi kebutuhan perusahaan. Perubahaan teknologi yang sangat signifikan ini memberikan dampak yang besar bagi masyarakat salah satunya munculnya media sosial. Media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dan efisien sebagai media perantara antara komunikator dan komunikan. Dengan adanya media sosial dapat memudahkan mahasiswa dalam mendalami kemampuan yang harus dimiliki setiap mahasiswa dalam adaptasi teknologi di dunia kerja.

Pendidikan mempunyai peran penting untuk merubah pola pikir dan karkteristik seseorang untuk mempersiapkan diri di dunia kerja. Perguruan Tinggi merupakan salah satu wadah untuk mahasiswa/i untuk mengembangkan potensi yang mereka miliki, sehingga menjadi SDM yang unggul dan dapat bersaing di dunia kerja baik nasional maupun internasional. Mahasiswa/i generasi saat ini dipercaya menjadi *agent of change*, kompetensi mahasiwa/i menjadi hal yang konsen untuk dipersiapkan.

Mahasiswa/i diharapkan memiliki kompetensi yang sesuai dan sejalan dengan dunia industri atau dunia kerja dengan dinamika kerja yang berubah secara cepat. Dibutuhkannya SDM yang memiliki kompetensi yang berkualitas, beberapa perusahaan membuat program *internship* untuk mewadahi mahasiswa/i dalam pengembangan potensi diri lebih dalam yang nantinya dapat mengaplikasikan di dunia kerja. Perusahaan yang memiliki program internship salah satunya adalah program Internship Direktorat Digital Bussines Telkom (DDB Telkom).

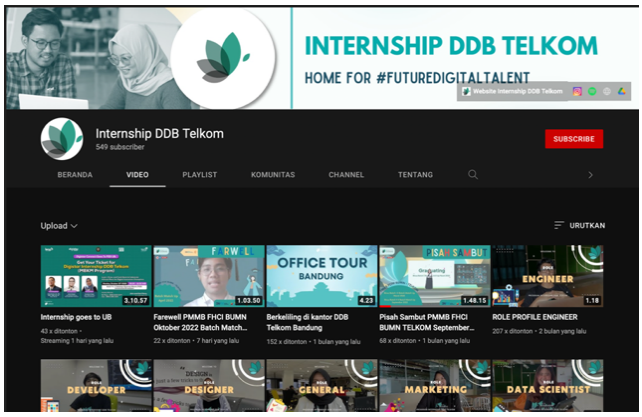
Program *Internship* Direktorat Digital Bussines Telkom (DDB Telkom) merupakan program yang dirancang oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Direktorat Digital Bussines (DDB Telkom) dengan tujuan dapat mengasah kemampuan

softkill dan *hardskill* di perusahaan digital. Selain itu *internship* DDB Telkom dirancang untuk wadah dalam melakukan penelitian atau mendukung program kerja di lingkungan bisnis Telkom Direktorat Digital Bussines. Program Internship Direktorat Digital Bussines Telkom merupakan Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) yang dinaungi oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Program Intership DDB Telkom bekerja sama dengan Forum Human Capital Indonesia (FCHI). PMMB FCHI BUMN memiliki tujuan menciptakan SDM yang mengikuti perekembangan IPTEK dalam dunia usaha ataupun industri yang sesuai dengan kebutuhan BUMN, selain itu dengan adanya program ini dapat melahirkan lulusan baru dari PMMB FCHI BUMN untuk negeri ini.

Internship DDB Telkom membuka 2 jalur penerimaan yaitu melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan PMMB FCHI BUMN dengan memiliki tujuh bidang internship diantaranya, *data scientist, general, developer, designer, researcher, engineer* dan *marketing*. Setiap tahunnya Internship DDB Telkom membuka recruitment sebanyak enam kali termasuk program MBKM. Menurut data Internship DDB Telkom jumlah pendaftar DDB Telkom kurang lebih sebanyak 2000 + per-batchnya yang tersebar di seluruh Indonesia.

Program Internship DDB Telkom memiliki kultur buadaya yang suportif dengan memberikan projek *internship* sama denga napa yang dikerjakan oleh para pegawai yang ada pada PT. Telkom Indonesia atau *real project challenge*. Selain itu, masa jam kerja pada program internship DDB Telkom bekerja penuh waktu atau full-time mulai dari hari Senin hingga Jumat.

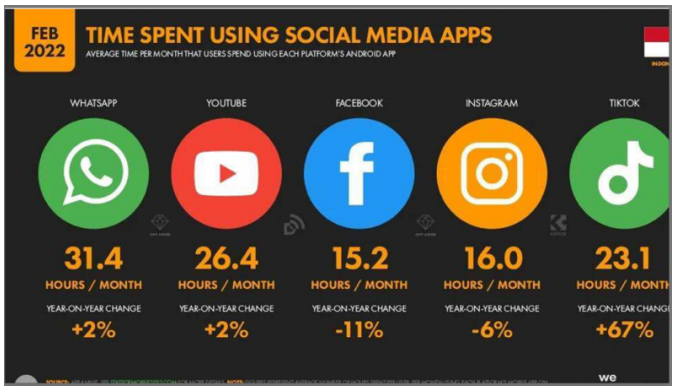
Program Internship DDB Telkom memiliki media baru untuk menyampaikan informasi kepada khalayak yang berkaitan dengan informasi program secara spesifik. Menurut McQuail (2011), media baru merupakan teknologi komunikasi yang berkaitan dengan digitalisasi alat komunikasi untuk penggunaan secara pribadi. Media baru termasuk ke dalam sarana komunikasi massa yang menggunakan teknologi digital.



Gambar 1. 1 Laman Media Sosial Youtube Program Internship DDB Telkom

Sumber : Akun Youtube Internship DDB Telkom,2022

Media sosial Youtube banyak di manfaatkan oleh banyak orang dalam kegiatan promosi ataupun edukasi, Oleh karena itu program Internship DDB Telkom menggunkaan media sosial tersebut. Media sosial Youtube menjadi platform yang mudah di akses oleh masyarakat dalam mencari informasi secara lengkap dan memiliki durasi yang lebih panjang. Fokus utamanya dalam mempromosikan program ini dengan target audiens utama yaitu mahasiswa dan penanggung jawab magang universitas. Penelitian ini akan terfokuskan pada salah satu media sosial yang digunakan program Internship DDB Telkom yaitu Youtube salah satu media sosial yang memuat *audio visual*. Pemilihan media sosial Youtube untuk fokus penelitian ini dikarenakan berdasarkan data yang diperoleh dari datareportal (2022) menunjukan data mengenai platform media Youtube menduduki peringkat ke 2 dalam waktu pemakian media sosial terlama di Indonesia sebanyak 26.4 jam/bulan dalam data bulan Februari 2022.



Gambar 1. 2 Waktu Pemakaian Media Soasial Terlama

Sumber : Datareportal.com,2022

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukan data yang disajikan oleh datareportal (2022) mengenai bahwa Youtube masih menjadi media platform yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari kampartrapost.com (2022) mengenai riset media sosial yang sering digunakan di Indonesia dengan jumlah 1.023 responden dalam rentang usia 18-55 tahun, menghasilkan survey dengan presentase 94 persen media sosial Youtube masih yang paling popular di kalangan masyarakat Indonesia. Youtube memang menjadi media platform yang menarik dengan menyajikan konten *audio visual*, seperti pada dasarnya manusia lebih tertarik melihat informasi berupa *audio visual* dibandingkan text saja. Konten video yang disajikan oleh pengguna dapat menarik perhatian audiens dengan durasi yang panjang dan beragam konten yang diunggah seperti video blog atau *vlog*, video musik, video edukasi, dan video tentang perusahaan. Beberapa perusahaan saat ini sudah menggunakan media platform youtube sabagai media promosi dengan mengunggah konten berisi informasi seputar perusahaan tersebut salah satunya adalah video profile perusahaan.

Terjadinya proses *re-branding* dari program Internship DDB Telkom menjadi Digistar Internship DDB Telkom merupakan bagian dari program pilihan dalam *early career journey* yang tersedia pada PT. Telekomunikasi Indonesia melalui *roadmap* Digistar. Dengan terjadinya proses *re-branding* pada program ini melakukan pembaharuan dalam video profile perusahaan untuk meningkatkan kesadaraan

masyarakat dalam terjadinya *re-branding* dari program Internship DDB Telkom tersebut.

Manfaat video profile perusahaan dalam *re-branding* selain meningkatkan kesadaran masyarakat, video profile perusahaan menjadi media informasi tentang program tersebut dengan menggunakan kreatifitas perusahaan. Maka dari itu,Penulis tertarik untuk memproduksi konten video profile perusahaan program Digistars Internship DDB Telkom dengan menggunakan media sosial Youtube sebagai media utama untuk mendistribusikan konten tersebut. Sehingga penulis memilih hasil akhir dari produksi konten video.

Internship DDB Telkom menjadi salah satu program internship unggulan di PT. Telkom Indonesia dengan itu program internship DDB Telkom akan melakukan perubahan terhadap program tersebut menjadi Digistars Internship DDB Telkom. Oleh karena itu, program internship melakukan perubahan mulai dari logo, desain website, *merchandise*, hingga video profile perusahaan.

Perancangan karya ini dapat dilaksanakan karena adanya program magang Telkom University yang mewadahi mahasiswa/i untuk mengembangkan kemampuannya dengan mengikuti program PMMB FHCI BUMN Internship Direktorat Digital Bussines Telkom didukungnya program universitas. *WRAP Internship* merupakan program untuk mengenalkan mahasiswa dalam dunia kerja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis mempunyai rumusan masalah yang berfokus pada bagaimana perancangan produksi video profile perusahaan Digistar Internship DDB Telkom ?

1.3 Fokus Perancangan

Berdasarkan peracangan karya, penulis akan memproduksi konten sosial media tentang video profil perusahaan dengan *output* video dan menggunakan Youtube sebagai media penyebarannya. Karya yang akan di produksi memiliki fokus topik untuk mengetahui bagaimana proses perancangan video profile perusahaan pada

Digistar Internship DDB Telkom. Video profile perusahaan terfokuskan pada sejarah dan pencapaian program Internship DDB Telkom sampai menjadi Digistar Internship DDB Telkom, Dengan mengusung judul "Perancangan Produksi Video Profile Perusahaan Digistar Internship DDB Telkom Melalui Media Sosial Youtube".

1.4 Tujuan Karya

Produksi konten sosial media Youtube "Perancangan Produksi Video Profile Perusahaan Digistar Internship DDB Telkom Melalui Media Sosial Youtube" mempunyai tujuan utama yakni memberikan informasi tentang terjadinya *re-branding* pada program Internship DDB Telkom. Maka dari itu penulis membuat video profile perusahaan pada Digistar Internship DDB Telkom untuk memberitahu khalayak.

1.5 Manfaat Karya

Hasil dari produksi konten media sosial Youtube "Perancangan Produksi Video Profile Perusahaan Digistar Internship DDB Telkom Melalui Media Sosial Youtube" memiliki banyak manfaat yang dibagi ke 2 aspek :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Perancangan pada karya ini memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat serta pemikiran terbaru bagi para penulis lainnya dalam bidang produksi video profile perusahaan dan menjadi pemahaman dalam proses pembuatan produksi video profile perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Perancangan pada karya ini juga memberikan informasi yang berguna bagi penulis maupun perusahaan lainnya. Dengan memberikan informasi kepada khalayak umum tentang profile perusahaan Digistar Internship DDB Telkom dan

memberikan pembelajaran bagi *content creator* dalam memproduksi video profile perusahaan.

1.6 Jadwal Kegiatan

1.6.1 Waktu dan Lokasi

Perancangan karya tugas akhir ini dilaksanakan pada bulan Oktober hingga bulan Desember yang berlokasi di Gedung Bandung Digital Valley Kawasan PT. Telkom Indonesia Kota Bandung.

1.6.2 Jadwal Kegiatan

Berikut ini merupakan table dari jadwal kegiatan yang penulis lakukan selama pembuatan karya penelitian tugas akhir.

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Perancangan Karya

No	Tahap	Kegiatan	Waktu
1	Penulisan Proposal	Mencari Referensi	September 2022
		Riset Observasi	September 2022
		Penulisan Bab 1 – Bab 3	Oktober – November 2022
2	Perancangan produksi video profile perusahaan	Pra produksi	Oktober – November 2022
		Produksi	November 2022
		Pasca Produksi	November – Desember 2022
3	Finalisasi pembuatan proposal	Penulisan Bab 4 – Bab 5	Desember – Januari 2022

Sumber: Olahan Penulis, 2022

1.7 Sistematika Penulisan

Pada sub bab ini mencantumkan bagian-bagian yang ada pada pembuatan Tugas Akhir secara terstruktur mulai dari bab hingga sub-bab yang mengacu pada perancangan karya tahun 2022.

a. **BAB I PENDAHULUAN**

   Pada bab ini berisi beberapa sub-bab yang dijadikan poin pada bab pendahuluan. Berikut poin tersebut yakni latar belakang, rumusan masalah, fokus perancangan karya, tujuan karya, manfaat karya, jadwal kegiatan serta sistematika penulisan.

b. **BAB II LANDASAN KONSEPTUAL**

   Pada bab ini mencakup dua poin yang menjadi sub-bab dalam bagian landasan konseptual yang akan menjadi landasan teori dalam penelitian. Seperti, tinjauan teori dan referensi karya.

c. **BAB III METODE DAN KONSEP**

   Pada bab ini berisi beberapa sub-bab yang dijadikan poin mengenai gambaran subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, analisis permasalahan, konsep komunikasi, konsep kreatif dan skema perancangan.

d. **BAB IV HASIL KARYA**

   Pada bab ini mencakup pemaparan hasil karya yang terdiri dua poin pembahasan yakni proses perancangan karya dan pembahasan hasil karya.

e. **BAB V PENUTUP**

   Pada bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian tugas akhir yang dilakukan, mencakup pada dua poin yakni kesimpulan dan saran.