



# Analisis Strategi Komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam Minat Mahasiswa Bergabung ke PT Telkom Indonesia

Cindy Karina Agustin<sup>1</sup>, Dimas Satrio Wijaksono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Telkom, Indonesia

E-mail: [cindykarina@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:cindykarina@student.telkomuniversity.ac.id), [dimassatrio@telkomuniversity.ac.id](mailto:dimassatrio@telkomuniversity.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2022-07-24 Revised: 2022-08-18 Published: 2022-09-01  <b>Keywords:</b> <i>Communication Strategy;</i> <i>Internship;</i> <i>Program;</i> <i>Digital Industry.</i>	This research was conducted with the aim of knowing how the communication strategy of the Telkom DDB Internship Program in the interest of students to join PT Telkom Indonesia. The method used is qualitative by using a qualitative method approach with a constructivist paradigm. The result of this research is that the communication strategy carried out by Telkom's DDB Internship Program has been successful in accordance with its main objective, namely realizing Telkom's mission in developing superior digital talents. At the planning stage, the Telkom DDB Internship Program succeeded in choosing the right target and communication media so that it could maximally achieve the program's objectives. At the implementation stage, this program succeeded in realizing the planned plan, which was to become a forum or platform for students to develop skills to work in digital companies. At the evaluation stage, the Telkom DDB Internship Program formulates program objectives specifically and can be measured through data collection methods that will be used in making further decisions.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2022-07-24 Direvisi: 2022-08-18 Dipublikasi: 2022-09-01  <b>Kata kunci:</b> <i>Strategi Komunikasi;</i> <i>Internship;</i> <i>Program;</i> <i>Digital Industry.</i>	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 pendekatan metode kualitatif dengan 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.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri digital di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir ini, adopsi teknologi yang tinggi dari masyarakat khususnya pada masa pandemi seperti sekarang ini menjadi salah satu faktor pesatnya perkembangan pada industri digital di Indonesia, Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Johnny Plate menyebutkan bahwa Indonesia kini tengah dihadapkan pada kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) yang andal pada bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Kebutuhan talenta digital ini diperkirakan akan bertumbuh mencapai lebih dari sembilan juta dalam lima belas tahun ke depan atau sekitar 600.000 talenta digital setiap tahunnya. Pesatnya perkembangan industri serta kebutuhan daripada sumber daya

manusia (SDM) di bidang digital 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.

Dalam pelaksanaannya, Program Internship DDB Telkom telah menjadi program magang yang disahkan oleh PMMB FHCI serta menjadi mitra perusahaan untuk program MBKM

Kemedikbudristek. Salah satu tujuan dari program magang yang diselenggarakan selama enam bulan sampai dengan satu tahun ini adalah untuk menjadi *platform talent incubation* bagi mahasiswa/I Indonesia dengan harapan agar mereka dapat menjadi *Future Digital Talent* yang kompeten dan dapat menjadi bagian dari industri digital dengan bergabung ke Telkom Indonesia, adapun total Internship Participant yang bergabung di Program Internship DDB Telkom sejak tahun 2016 hingga April 2022 telah mencapai lebih dari 2000+ participants dan berasal dari berbagai perguruan tinggi negeri dan swasta di seluruh Indonesia (Data Internal Program Internship DDB Telkom, 2022). Meski sebagian besar perusahaan digital saat ini didominasi oleh posisi technical, Program Internship DDB Telkom tidak membatasi mahasiswa yang berasal dari jurusan non-technical untuk mengikuti kegiatan ini, adapun hasil observasi peneliti melalui media sosial Instagram @internship.ddbtelkom serta channel Youtube Program Internship DDB Telkom melalui konten yang berisi testimoni dari Internship Participant yang telah menjalankan fase On Job selama enam bulan hingga satu tahun mengatakan bahwa setelah melaksanakan kegiatan internship di Program Internship DDB Telkom ini memberikan insight untuk bekerja di perusahaan setelah lulus dari perkuliahan. Pada berbagai video testimoni yang diunggah, disebutkan bahwa Program Internship DDB Telkom berhasil memberikan dampak dan pengaruh yang besar terhadap penentuan career path Internship Participant dalam bersaing serta meningkatkan kemampuan technical dan non-technical skills yang dibutuhkan dalam mengerjakan berbagai use case yang ada di industri. Untuk dapat mencapai tujuan sebagai Home for Future Digital Talent, Program Internship DDB Telkom menerapkan suatu strategi komunikasi yang disesuaikan dengan target audience-nya yakni mahasiswa/i semester enam (S1) dan semester 4 (D3). Menurut John Middleton (Cangara, 2013), strategi komunikasi merupakan sebuah proses pendistribusian sumber daya komunikasi yang dilakukan untuk dapat mencapai tujuan dalam program.

Langkah-langkah dalam mengetahui strategi komunikasi sebuah program adalah melalui tiga tahap, yakni perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang dilakukan oleh suatu program, maka dari itu, berdasarkan fenomena dan penjelasan seputar Program Internship DDB Telkom di atas, peneliti ingin melakukan penelitian ini. Melalui penelitian ini, diharapkan perencanaan,

implementasi, dan evaluasi dari strategi komunikasi yang dijalankan Program Internship DDB Telkom dapat diketahui sehingga kedepannya perusahaan bisa mendapatkan gambaran untuk pengembangan program sehingga minat mahasiswa bergabung ke PT Telkom Indonesia sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Hasil penelitian ini, diharapkan mampu menjadi acuan bagi pihak industri (perusahaan) lain yang baru akan mengembangkan program magang yang melibatkan mahasiswa di dalam pelaksanaannya. Berdasarkan ketertarikan dan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti akan melakukan penelitian ini.

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis meyakini realitas yang terjadi merupakan hasil dari sistem yang telah dikonstruksi. Menurut (Hidayat, 2003) paradigma ini mempunyai pandangan bahwa ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *social meaningful action* melalui pengamatan langsung dan detail terhadap objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tahapan strategi yang terdiri dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang diterapkan oleh Program Internship DDB Telkom dalam proses komunikasinya dapat menumbuhkan minat mahasiswa yang tergabung dalam program tersebut untuk melanjutkan karirnya ke PT Telkom Indonesia. Maka dari itu, melalui paradigma konstruktivis ini dapat membantu penulis dalam menganalisis strategi komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam minat mahasiswa bergabung ke PT Telkom Indonesia. Metode penelitian penulis gunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis semiotika sosial.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, menurut Bogdan dan Biklen, deskriptif yaitu menjelaskan apa yang didengar, dirasakan, dilihat, serta yang ditanyakan oleh peneliti. Hasilnya akan berupa data - data yang berbentuk kata atau gambaran lengkap mengenai objek yang diteliti (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi melalui media sosial dan kegiatan yang terdapat pada Program Internship DDB Telkom serta wawancara langsung dengan Tim Operasional dari Program Internship DDB Telkom, kemudian hasil observasi maupun wawancara dideskripsikan menggunakan tahapan strategi yaitu Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi oleh peneliti menjadi

suatu gambaran dalam bentuk narasi yang kemudian akan menghasilkan data berupa strategi komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam Minat Mahasiswa Bergabung ke PT Telkom Indonesia.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Analisis Perencanaan Strategi

##### a) Menganalisis Masalah

Permasalahan merupakan awal dari perencanaan (Abidin, 2015). Perencanaan komunikasi yang akan dibuat adalah upaya untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara bersama Internship DDB Telkom Program Coordinator bahwa yang melatarbelakangi program ini adalah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam rangka *shifting from telco to digital telco*. Perubahan seperti ini adalah hal yang tidak dapat dihindari karena Telkom Indonesia merupakan perusahaan digital yang mana strateginya tidak bisa 'pakem' atau hanya menggunakan strategi tertentu saja karena digital itu dinamis, itulah yang membuat Telkom Indonesia tidak berhenti bertransformasi mengikuti dinamika kebutuhan yang ada. Hal ini mengharuskan Telkom Indonesia untuk bertransformasi dengan merubah strategi perusahaannya mulai dari framework kompetensi yang dibutuhkan, hingga portofolio yang digunakan perusahaan 88 yang tadinya TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment, Services) menjadi digital connectivity, digital platform, dan digital services. Hal inilah yang menjadi awal terbentuknya direktorat baru di Telkom yakni Direktorat Digital Business, dan kemudian lahir divisi digital service atau disingkat menjadi DDS. Kemudian, setelah terbentuknya divisi ini, hal yang selanjutnya menjadi fokus dari divisi ini ada bagaimana untuk memenuhi digital capability-nya berdasarkan dengan core engine perusahaan yakni people, proses, dan teknologi. Dalam upaya memenuhi kebutuhan digital capability yaitu people, Telkom Indonesia melakukan digital koalisi dengan akademik. Tujuan lain dari kolaborasi Telkom dengan akademik ini adalah untuk mengikis gap (jarak) antar industri dan keluaran perguruan tinggi sehingga menghasilkan talent-talent yang fit dengan kebutuhan di

industri/perusahaan. Kunci sukses inovasi di era digital salah satunya melalui kolaborasi atau koalisi, salah satunya dengan cara internship untuk menghasilkan digital talent yang fit dengan kebutuhan perusahaan. Program Internship DDB Telkom lahir dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan resource perusahaan serta yang mengembangkan talenta digital unggulan bagi Indonesia.

##### b) Menganalisis Khalayak

Khalayak sasaran yang dimaksud di sini adalah kelompok populasi yang akan dijangkau oleh program komunikasi yang akan dibuat. Salah satu studi khalayak yang sering dilakukan adalah profil khalayak (*audience profile*). Riset ini sangat penting untuk memberi tahu karakteristik khalayak. Seorang komunikator harus mampu membuat pesan yang sesuai dengan karakteristik khalayaknya sehingga pesan tersebut dapat efektif diterima oleh khalayaknya. Piloting program dimulai dengan 10 orang pertama berdasarkan prosedur yang dimiliki Universitas Binus yakni three plus one. Hasil dari piloting di tahun 2016 Program Internship DDB Telkom berhasil lahir dan match dengan Universitas Binus. Semakin pesan perkembangan dari Program Internship DDB Telkom, membuat Telkom University merasa teryakinkan. Sehingga pada tahun 2018, lahirlah "Batch 1 Internship Telkom University 2018". Tak sampai situ, Program Internship masih terus melakukan riset khalayak dengan improvement yang terus berjalan. Hingga pertengahan tahun 2018, diakuilah Program Internship DDB Telkom sebagai Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) oleh Forum Human Capital Indonesia (FHCI) BUMN. Berdasarkan data yang diperoleh, Program Internship DDB Telkom dalam upaya mengikis gap dengan cara melakukan kolaborasi bersama Perguruan Tinggi secara terus menerus, terbukti per-juli 2022 ini sudah terdaftar 102 Perguruan Tinggi dari seluruh Indonesia dan mengalami peningkatan sebanyak 9 perguruan tinggi jika dibandingkan dengan data 2021 yang mana terdapat 93 perguruan tinggi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Program Internship DDB Telkom dalam melakukan analisis khalayak dinyatakan berhasil karena mengalami ke-

naikan target dari awal terbentuk hingga saat ini.

c) Merumuskan Tujuan Komunikasi

Tujuan utama dari program ini adalah untuk mewujudkan misi kedua Telkom Indonesia yakni mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa sehingga program ini dibuat untuk menjadi tempat mahasiswa belajar kerja agar siap terap bekerja di industri khususnya industri digital seperti Telkom Indonesia. Dalam hal ini, Ibu Sendylenvi Regia memfilosofikan program ini seperti kupu-kupu, karena Program Internship DDB Telkom merupakan wadah untuk mahasiswa berkembang dan bermetamorfosa selanjutnya kepompong, yang mana akhirnya menjadi kupu-kupu indah.

d) Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi

Penyampaian pesan komunikasi tentunya diperlukan saluran yang tepat agar dapat menjangkau khalayak yang dituju atau ditargetkan. Menurut Abidin (2015:98) langkah-langkah dalam memilih media atau saluran adalah dengan cara mendaftar semua media yang ada, mengevaluasi setiap media, menentukan ketersediaan media, menentukan cost-effective media, dan mengkombinasikan beberapa media. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan tim operasional Program Internship DDB Telkom, media komunikasi yang digunakan media sosial seperti Instagram, Youtube sebagai media komunikasi satu arah yang mana berisi konten-konten sesuai dengan kategori yang telah dirancang oleh tim Marcomm. Lalu media komunikasi dua arah yang mana dapat menunjang interaksi antara dua orang atau lebih yaitu WhatsApp Group, Slack, WhatsApp Business (handled by admin). Lalu media yang digunakan sebagai proses kirim dokumen penting yang digunakan yaitu Email.

e) Merencanakan Produksi Media

Pada Program Internship DDB Telkom dalam melakukan merencanakan produksi media mengikuti timeline batch internship, kebutuhan informasi yang diinginkan serta dibutuhkan oleh khalayak umum, dan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh internal Program Internship DDB Telkom seperti Internship Participant, Supervisor,

perguruan tinggi. Selanjutnya adalah mengkategorikan berdasarkan jenis pesan yang ingin diproduksi. Produksi pesan di program ini dikelola oleh tim marketing communication. Berikut jenis pesan yang dirancang oleh tim marcomm Program Internship DDB Telkom berdasarkan hasil wawancara dengan peneliti dalam menjawab pertanyaan bagaimana tim marcomm merencanakan produksi pesan: (1) Informatif, Menginformasikan bagaimana lingkungan kerja (work life) di Direktorat Digital Bisnis mulai dari kegiatan Internship, Menginformasikan informasi terkait dokumen NDA, input IDT (Internship Daily Timesheet), Sertifikat, dan hal-hal lainnya sesuai dengan informasi seputar Talent Scouting; (2) Edukatif, Mengedukasi kompetensi kompetensi yang dibutuhkan di Program Internship DDB Telkom dan selaras dengan kebutuhan perusahaan yang mana terbagi menjadi tujuh role, Mengedukasi macam-macam kompetensi dengan memberikan contoh dan testimoni secara langsung. Selain itu, tentu untuk Internship participant akan diberikan pembekalan dengan memiliki kesempatan mengikuti enrichment course dari Pijar Mahir; (3) *Entertainment*, Menggambarkan bahwa bekerja di DDB itu tetap asik dan tidak kaku seperti bagaimana persepsi khalayak tentang perusahaan BUMN.

f) Merencanakan Manajemen Komunikasi

Pada perencanaan komunikasi diperlukan manajemen komunikasi untuk melakukan koordinasi pada pelaksanaan operasional di Program Internship DDB Telkom. Menurut (Abidin, 2015) strategi juga merupakan faktor pengoordinasi, prinsip yang menjadi penuntun, ide utama, dan pemikiran di balik program taktis. Program Internship DDB Telkom memiliki empat anggota tim operasional yang bertugas dalam pengelolaan program. Adapun tim operasional dibagi menjadi empat anggota yakni: (1) Laila Sharfina sebagai Admin Product Owner Website [internship.ddbtelkom.id](http://internship.ddbtelkom.id); (2) Nabillah Nararya sebagai Lead Marcomm sebagai tim yang mengelola akun media sosial dari Program Internship DDB Telkom; (3) Yuriza Muhfida sebagai Quality Assurance & Kelola data yang berkaitan dengan pelaksanaan Program Internship DDB

Telkom; (4) Teuku Rifki sebagai Backend Developer website [internship.ddb.telkom.id](http://internship.ddb.telkom.id). Program Internship DDB Telkom, berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sedy, alur yang digunakan pada perusahaan adalah secara cascading. Dalam Bahasa Inggris, kata cascading berarti mengalir. Menurut Achmad S. Ruky (Ruky, 2017), cascade berarti menurun seperti air terjun yang terdiri dari beberapa tingkatan, bukan yang "tunggal" atau terdiri dari satu tingkatan. Dalam manajemen, istilah cascading memiliki arti yang sama, yakni menurun secara bertahap secara 101 bertahap sesuai dengan tingkatannya. Selain itu, dalam konteks manajemen adalah "menurun" yang direncanakan, dikendalikan, dimonitor, dan diukur/dinilai.

Apa yang harus diturunkan itu dipastikan saat dikembalikan keatas akan menghasilkan sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini dapat dikatakan bahwa alur komunikasi yang terjadi pada perusahaan besar yang sudah satle seperti Telkom Indonesia melakukan alur komunikasi vertikal dimana aliran informasi antara manajer dan karyawan tingkat bawah dalam membantu melakukan control atas perusahaan dan meningkatkan koordinasi, hal ini memungkinkan manajemen untuk memutuskan informasi apa yang mengalir di seluruh organisasi. Hal tersebut juga diterapkan oleh Program Internship DDB Telkom, alur informasinya yaitu vertikal dimana Ibu Sedy selaku Program Coordinator mengalirkan informasi yang didapatkan dari manajemen atau pihak yang lebih atas kepada tim operasional untuk merencanakan segala sesuatu sesuai dengan yang menjadi harapan Telkom. Selain itu, Ibu Sedy juga mengembalikan keatas atau ke manajemen berupa laporan yang berisi perencanaan dan evaluasi dari Program Internship DDB Telkom.

#### g) Pengembangan Pesan

Dalam mengembangkan pesan seputar Internship kepada khalayak umum serta journey pasca internship untuk bergabung ke Telkom Indonesia kepada Internship Participant, tim marketing communication menjadikan Internship Participant sebagai key opinion leader yang mana mengajak mereka untuk menceritakan bagaimana pengalamannya selama magang, apa yang

dirasakan, dan bagaimana prosesnya. Tim Marcomm melalui risetnya membuktikan bahwa hal itu lebih efektif disampaikan langsung oleh Internship Participant atau alumni daripada tim Program Internship DDB 102 Telkom yang menyampaikan informasi ataupun testimoni seputar program. Maka dari itu, Program Internship DDB Telkom menjadikan media sosial mereka sebagai platform Internship Participant untuk membagikan story mereka selama menjalani magang agar dapat memotivasi followers atau khalayak umum untuk tertarik join Program Internship DDB Telkom. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh Abidin (2015:119) bahwa untuk memaksimalkan dampak pesan yang perlu dirangkum tiga poin yang dapat diulang-ulang, yaitu penyampaian narasi yang menarik, cerita-cerita seputar minat manusia, dan imajeri yang menarik. Dalam mendukung hal itu, tim marcomm melakukan kolaborasi dengan akun yang berkaitan dan selaras dengan tujuan program guna upaya menginformasikan kepada khalayak umum bahwa program ini memang merupakan program magang yang dinaungi oleh Telkom Indonesia, mengedukasi beberapa work life culture dan core value dari perusahaan Telkom Indonesia, dan memotivasi atau menumbuhkan minat mereka bergabung ke Telkom Indonesia sebagai career path-nya.

## 2. Analisis Implementasi Strategi Komunikasi

### a) Prosedur Pelaksanaan Program

Dalam melakukan pelaksanaan atau implementasi strategi komunikasi yang telah dirancang, maka selanjutnya adalah menetapkan prosedur yang akan dijalani bersama dengan seluruh pihak yang terkait dalam pelaksanaan Program Internship DDB Telkom. Prosedur dibuat sesuai dengan aktivitas yang disusun serta requirement yang sudah ditetapkan mengikuti regulasi yang sudah dibuat oleh Internship DDB Telkom Program Coordinator mengikuti kebutuhan dan core engine Telkom Indonesia. Pada prosedur pelaksanaannya, journey internship Program Internship DDB Telkom adalah dibagi menjadi lima tahap yakni registrasi, administrasi, interview, on job, graduate. Dalam satu tahun, Program Internship DDB Telkom membuka empat batch rekrutmen dengan jalur PMMB FHCI

BUMN, dua jalur Kampus Merdeka, dan kurang lebih empat jalur Perguruan Tinggi khusus seperti Universitas Binus dan Telkom University, jadi kurang lebih dalam satu tahun, Program Internship DDB Telkom membuka jalur rekrutmen dengan total delapan jalur.

b) Pengembangan Program

Program Internship DDB Telkom terus melakukan improvement dengan terus melakukan refirement baik itu dari segi sistem maupun layanan interaktif, mahasiswa yang telah gabung diberikan pembekalan seputar gambaran saat bekerja dengan menerapkan framework perusahaan, terjun langsung ke real project challenge, dan diberikan enrichment course dari Pijar Mahir guna mempertajam pengetahuan yang telah dimiliki dan memberikan ilmu pengetahuan yang dapat mendukung kegiatan selama on job. Selain itu, Program Internship DDB Telkom terus melebarkan sayapnya dengan melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan perguruan tinggi di Indonesia. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari tim operasional Program Internship DDB Telkom, per-Agustus 2022 ini, telah terdaftar 102 perguruan tinggi yang telah menjadi mitra pada program ini. Tidak hanya itu, sejak tahun 2021, Program Internship DDB Telkom berhasil memberikan kesempatan pendaftaran rekrutmen karyawan Telkom Indonesia untuk alumni Internship Participant yang berhasil menyelesaikan kegiatan magang dengan hasil sangat memuaskan melalui jalur talent scouting

c) Analisis Evaluasi Strategi komunikasi

Menurut (Abidin, 2015) evaluasi merupakan proses untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, menganalisis data, menyimpulkan hasil yang telah dicapai, menginterpretasikan hasil menjadi rumusan kebijakan, dan menyajikan informasi (rekomendasi) untuk pembuatan keputusan. Gruing dan Hunt (dalam Abidin 2015:148) mendeskripsikan Langkah-langkah tindakan yang harus dilakukan dalam evaluasi:

1) *Specify the objectives*: Dalam membuat rumusan tujuan program secara spesifik dan dapat dikur, Program Internship DDB Telkom bertujuan untuk mewujudkan digital talenta unggulan, peng-

ukuran tujuan program dilihat dari kenaikan jumlah pendaftar Program Internship DDB Telkom per-batch rekrutmen, kenaikan jumlah mitra perguruan tinggi yang telah bekerja sama, dan kenaikan followers di media sosial Program Internship DDB.

- 2) *Measures the Objectives*: Langkah kedua pada tindakan evaluasi adalah melakukan pengukuran efek yang sudah dicapai dari Program Internship DDB Telkom yang sudah dijalankan atas jабaran objektif atau tujuan. Untuk mengetahui hal tersebut, diadakannya survey yang memberikan jawaban sejauh mana tujuan program ini telah dicapai. Dalam Program Internship DDB Telkom ini dapat dilakukan beberapa survei yakni survei kepada *Internship Participant*, survei kepada Perguruan tinggi, dan survei kepada *Supervisor*.
- 3) *Collect and Analyze Data*: Langkah selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data dan mengukur efek yang dihasilkan sampel terpilih pada sasaran publik yang telah ditetapkan. Setelah merancang pertanyaan survey sesuai kategori yang telah ditentukan, Program Internship DDB Telkom dapat mengirimkan survey tersebut kepada masing-masing target dan mengukur efek berdasarkan hasil yang diterima. Karena Program ini sifatnya untuk jangka panjang maka tim operasional dapat mengirimkan survey sesuai timeline yang telah ditetapkan, misalnya per-bulan, per-triwulan, per-enam bulan, pertahun, dan lain-lain menyesuaikan kebutuhan perusahaan dan ketersediaan anggota tim untuk melakukannya.
- 4) *Report the Result to Decision Maker*: Tahap selanjutnya yakni menulis laporan tentang hasil evaluasi program kepada pengambilan keputusan. Tentunya hal ini dilakukan setelah data hasil survei didapatkan dan disusun secara sistematis terperinci untuk akhirnya diberikan kepada pihak lebih wewenang dalam pengambilan keputusan.
- 5) *Apply the Result to Decisions*: langkah terakhir dalam evaluasi adalah penerapan hasil evaluasi program pada pengambilan keputusan. Pada program ini, hal yang biasa dilakukan ialah

diskusi terlebih dahulu antara pengambil keputusan dengan tim operasional untuk membicarakan hal-hal yang perlu dikembangkan, diubah, ditindak lanjuti, dan lain sebagainya yang mana tentu perlu adanya kesepakatan tim. Setelah itu penerapan hasil evaluasi biasanya dilakukan tim operasional sesuai dengan peran dan tugasnya masing-masing.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi Program Internship DDB Telkom dalam minat mahasiswa bergabung ke Telkom Indonesia dapat ditarik kesimpulan bahwa Program ini pada dasarnya bertujuan untuk mewujudkan misi Telkom Indonesia yakni mengembangkan talenta digital unggulan yang siap terap untuk bekerja ke industri. Program ini merupakan satu-satunya program magang bersertifikat yang dimiliki oleh Telkom Indonesia, maka mahasiswa yang telah gabung di program ini (Internship Participant) ini diminta untuk menjalani masa magang selama enam hingga satu tahun lamanya dan menerapkan framework yang digunakan oleh Telkom. Sejak tahun 2016 program ini didirikan hingga saat ini sudah lebih dari 2000 digital talent yang dihasilkan oleh Program Internship DDB Telkom, hal ini tentunya tidak lepas dari strategi yang digunakan oleh Direktorat Digital Bisnis, dalam menyusun strateginya, Program Internship DDB Telkom ini melakukan tiga tahapan yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Berikut kesimpulan yang peneliti simpulkan:

1. Perencanaan, di fase atau masa perencanaan, hal yang mendasari atau yang melatar-belakangi terbentuknya program ini adalah karena transformasi perusahaan Telkom Indonesia menjadi digital telco. Hal ini tentunya membuat seluruh aspek di perusahaan juga ikut bertransformasi mengikuti kebutuhan yang ada. Berangkat dari kebutuhan Telkom untuk meningkatkan kapabilitas organisasi yang mana dibentuk melalui people, proses, dan teknologi. Kebutuhan kapabilitas dari segi people membuat Telkom melakukan digital kualisi dengan akademik yang menghasilkan inovasi baru yakni Internship.

Setelah melewati beberapa piloting dengan perguruan tinggi agar link and match serta menemukan win-win solution antar kebutuhan perusahaan dan keluaran perguruan tinggi, lahirlah Program Internship DDB Telkom yang diakui oleh FHCI BUMN sebagai program magang bersertifikat. Upaya Program Internship DDB Telkom agar mencapai tujuan program, tentunya tidak terlepas dari perancangan produksi pesan yang maksimal dari tim operasional yang telah dibangun. Maka kesuksesan program ini yang mana selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya adalah karena perencanaan strategi yang dibuat sudah sangat tepat dan selaras dengan tujuan dan kebutuhan dari perusahaan Telkom Indonesia.

2. Implementasi, Pada tahap pelaksanaan, Tim operasional Program Internship DDB Telkom melakukan kegiatan hasil rancangan dan perencanaan yang telah dibuat, mulai dari timeline rekrutmen, perancangan produksi pesan melalui sosial media, serta proses pengembangan pesan agar program ini semakin dikenali oleh khalayak umum. Tidak hanya itu, pada tahap ini juga Program Internship DDB Telkom menjadi wadah untuk mahasiswa bermetamorfosis yakni belajar bekerja dengan based framework yang digunakan oleh perusahaan, terjun di real project challenge, dan pastinya mengembangkan soft skill juga technical skill yang nantinya menjadi bekal mereka untuk melanjutkan karir mereka di industri khususnya industri digital seperti Telkom Indonesia. Dalam pelaksanaannya, program Internship DDB Telkom berhasil mewujudkan tujuan dari program yakni menjadi tempat untuk belajar bekerja dan mengembangkan talenta digital unggulan seperti misi Telkom Indonesia nomor dua. Namun, dalam pelaksanaan program talent scouting yang menjadi privilege Internship Participant untuk masuk GPTP dengan jalur khusus belum maksimal perencanaan produksi pesannya sehingga masih ada Internship Participant yang belum mengetahui jalur tersebut.
3. Evaluasi, Pada tahap evaluasi, Program Internship DDB Telkom melaksanakan evaluasi manajemen dan juga evaluasi program. Evaluasi manajemen yang dilakukan adalah adanya pertemuan rutin

per-triwulan yang dilakukan tim operasional guna melaporkan apa saja yang sudah terpenuhi dan tercapai juga mengevaluasi apa saja yang menjadi hambatan, kendala, atau ketidak-efektifan kegiatan. Selanjutnya, pada pertemuan itu tim operasional juga melakukan perencanaan berdasarkan evaluasi. Dalam melakukan evaluasi, agar data dapat terekam dan terukur secara jelas dapat dilakukan dengan membuat rumusan tujuan secara spesifik dan dilakukan melalui metode-metode pengumpulan data yang akan berguna dalam mengambil keputusan kedepannya. Tujuan dari program ini yakni menjadi wadah atau platform mahasiswa untuk belajar bekerja di industri dan juga mewujudkan misi Telkom nomor dua yakni mengembangkan talenta digital unggulan, dalam mencapai target tersebut, metode untuk mengukur keberhasilan program adalah dengan melakukan survei sebagai alat Internship participant, Supervisor, dan perguruan tinggi memberikan feedback atas layanan atau kegiatan yang dilakukan Program Internship DDB Telkom. Hasil survei ini kemudian diolah menjadi data statistic yang memuat persentase feedback untuk Program Internship DDB Telkom, evaluasi yang dilakukan ini menjadi acuan untuk memperbaiki kekurangan dan pengambilan keputusan dalam pelaksanaan Program Internship DDB Telkom.

## B. Saran

Saran dari peneliti mengenai penelitian ini adalah peneliti selanjutnya dapat melakukan penelian lanjutan dari penelitian ini seperti mengukur efektivitas strategi yang telah digunakan, pengaruh kegiatan magang terhadap minat untuk melanjutkan karir, dan lain sebagainya. Selain itu penulis juga berharap penelitian ini dapat memicu penelitian-penelitian lain yang serupa di bidang strategi komunikasi lainnya ataupun penelitian dengan topik program magang dimana penelitian ini dapat menjadi rujukan sehingga dapat memperkaya penelitian di bidang strategi komunikasi. Pada hal praktis, penulis berharap bahwa melalui penelitian ini, Program Internship DDB Telkom dapat memberikan informasi, *insight*, dan panduan terhadap program magang lainnya agar dapat menjadi lebih baik lagi, selain itu melalui penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi data yang

bermanfaat untuk Program Internship DDB Telkom baik segi perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang telah dilakukannya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan metodologi penelitian sosial empirik klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Imansyah, M. N., & Asmedy, A. (2021). Akselerasi covid-19 pada proses pembelajaran di era pendidikan 4.0. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 7(2), 279-284.
- Ruky, A. S. (2017). *Cascading; Arti dan Tujuannya Dalam Proses Manajemen Kinerja Perusahaan dan Organisasi*. <https://achmadruky.com/690/cascading-arti-dan-tujuannya-dalam-proses-manajemen-kinerja-perusahaan-dan-organisasi/>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R\&D*.