

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Perusahaan

Telkom adalah Perusahaan Perseroan lengkapnya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk disingkat PT Telkom Indonesia Tbk, merupakan sebuah badan usaha milik negara yang di naungi oleh BUMN Indonesia yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM”.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi.

Telkom telah menaungi begitu banyak brand dan membesarkannya. Berikut beberapa produk yang tengah di *handle* oleh penulis selama praktik kerja magang di Telkom yang sudah dikenal seperti; Telkomsel yang bergerak dibidang kartu cellular, IndiHome Wifi khusus *user* pengguna rumah tangga dan Indibiz Wifi khusus user pengguna usaha bisnis.



2.1.1 Gambar Logo Telkom Beserta Produk Anak Perusahaan

Sumber : Telkom.co.id (2023)

Telkom saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 bagian 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

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

VISI

1. Telkom ada untuk menjawab tantangan industri digital, mendukung digitisasi nasional dan untuk menginternalisasi agenda transformasi, maka Telkom pun telah menajamkan kembali Purpose, Visi, dan Misi nya.
2. Telkom ada untuk mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta dapat memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.
3. Telkom ada untuk menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

MISI

1. Telkom ada untuk mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Telkom ada untuk mengembangkan talenta digital unggulan agar membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Telkom ada untuk mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Direksi



Ririek Adriansyah
Direktur Utama



Heri Supriadi
Direktur Keuangan dan
Manajemen Risiko



FM Venusiana R
Direktur Enterprise &
Business Service



Herlan Wijanarko
Direktur Network & IT
Solution



**Muhamad Fajrin
Rasyid**
Direktur Digital Business



**Budi Setyawan
Wijaya**
Direktur Strategic
Portfolio



Afriwandi
Direktur Human Capital
Management



Bogi Witjaksana
Direktur Wholesale &
International Service



Honesti Basyir
Direktur Group Business
Development

Dewan Komisaris



**Bambang Permadi
Soemantri
Brodjonegoro**
Komisaris Utama /
Komisaris Independen



Wawan Iriawan
Komisaris Independen



Bono Daru Adji
Komisaris Independen



**Abdi Negara
Nurdin**
Komisaris Independen



Marcelino Pandin
Komisaris



Ismail
Komisaris



**Rizal
Mallarangeng**
Komisaris



**Isa
Rachmatarwata**
Komisaris



**Arya Mahendra
Sinulingga**
Komisaris



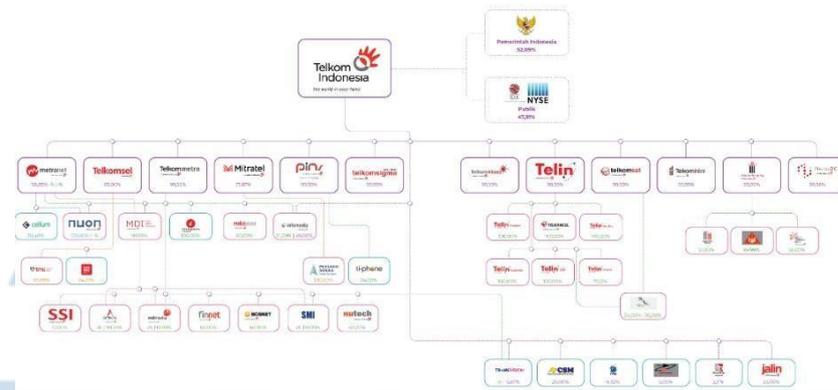
Silmy Karim
Komisaris

[Lihat Detail](#)

2.2.2 Gambar Jajaran Para Direksi Beserta Para Komisaris Di Telkom

Sumber : Telkom Admin/Staff (2023)

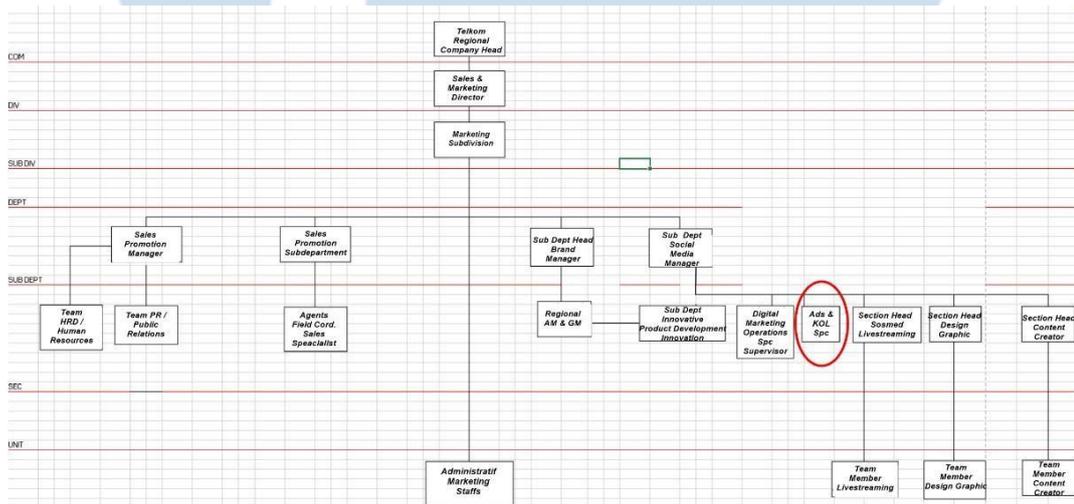
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



2.2.3 Gambar Susunan Perusahaan Di Telkom

Sumber : Telkom Admin/Staff (2023)

2.3 Struktur Organisasi Unit dan Divisi Regional Perusahaan



2.2.4 Gambar Susunan Unit dan Divisi Regional Di Telkom

Sumber : Telkom Admin/Staff (2023)

Berikut adalah uraian deskripsia sebutkan:

1. Regional Company Head:

Regional Company Head adalah eksekutif puncak kepala kantor utama yang bertanggung jawab atas keseluruhan pengambilan keputusan strategis dan manajemen di perusahaan dalam menetapkan untuk mengikuti arahan visi, misi, tujuan, dan arah perusahaan, serta mengawasi berbagai departemen, dan memastikan kesuksesan organisasi perusahaan secara keseluruhan.

2. Sales & Marketing Director:

Sales & Marketing Director bertanggung jawab dalam mengembangkan dan menerapkan strategi penjualan dan pemasaran untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Mereka mengawasi tim lapangan dan penjualan, menganalisis tren pasar, mengidentifikasi target pasar, mengoordinasikan kampanye pemasaran untuk memaksimalkan penjualan dan pangsa pasar.

3. Marketing Subdivision:

Marketing Subdivision bertanggung jawab dalam mengelola divisi tertentu dalam departemen pemasaran. Mereka mengawasi tim lapangan dan pemasar, mengoordinasikan kegiatan pemasaran, memantau anggaran pemasaran, menganalisis data dan riset pasar, dan memastikan implementasi/penerapan strategi pemasaran yang efektif.

4. Sales Promotion Manager:

Sales Promotion Manager bertanggung jawab dalam merencanakan dan melaksanakan suatu kegiatan promosi penjualan. Mereka mengembangkan strategi promosi penjualan di pasaran, mengoordinasikan kampanye promosi, mengelola anggaran, mengawasi promosi, dan mengevaluasi keefektifan promosi.

5. Sales Promotion Subdepartment:

Peran-peran ini serupa dengan manajer dan supervisor promosi penjualan tetapi secara khusus berfokus pada wilayah regional. Mereka mengawasi aktivitas promosi penjualan khususnya di wilayah jabodetabek, mengelola tim, dan memastikan pelaksanaan strategi promosi penjualan yang efektif.

6. Subdepartment Head Brand Manager, Subdepartment Social Media Manager:

Peran mereka bertanggung jawab untuk manajemen merek, manajer merek mengawasi pengembangan merek, penempatan posisi, dan aktivitas pemasaran yang dapat mendukung manajer merek, dan pengawas kreatif merek untuk berfokus pada aspek kreatif seperti konsep desain untuk mengemas merek di sosial media secara online dan offline.

7. Subdepartment Product Development:

Peran mereka bertanggung jawab dalam mengelola proses pengembangan produk. Mereka berkoordinasi dengan berbagai departemen untuk memastikan perkembangan dan peluncuran produk yang sukses, melakukan riset pasar, menganalisis wawasan konsumen, mengelola agenda jadwal dan anggaran, serta mengawasi tim pengembangan produk secara online dan offline.

8. Digital Marketing Operations:

Peran mereka bertanggung jawab dalam mengawasi kegiatan pemasaran digital perusahaan. Mereka mengembangkan strategi pemasaran digital, mengelola kampanye iklan online, menganalisis metrik dan kinerja digital, serta memimpin tim pemasar digital.

9. ADS & KOL: ADS (Advertising) dan KOL (Key Opinion Leader):

Peran mereka bertanggung jawab dalam area spesifik dalam pemasaran digital. Tim ADS dan KOL bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan endorsement, kampanye periklanan, mengelola hubungan dengan pemberi pengaruh dan pemimpin opini utama, serta memanfaatkan pengaruh mereka untuk mempromosikan produk atau layanan serta mengelola dan mengemas konten produk semenarik mungkin.

10. Head Livestreaming:

Peran mereka bertanggung jawab dalam mengawasi aktivitas livestreaming perusahaan. Mereka merencanakan dan melaksanakan kampanye untuk melaksanakan streaming langsung dengan memanfaatkan fasilitas teknologi streaming langsung, serta berkoordinasi dengan pemberi pengaruh atau host, dan menganalisis metrik dan kinerja streaming langsung.

11. Design Graphic:

Design Graphic bertanggung jawab untuk membuat konten visual seperti grafik, ilustrasi, dan tata letak kreativitas untuk materi pemasaran. Mereka berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk mengomunikasikan informasi pesan merek secara visual dan menyempurnakan kampanye pemasaran secara keseluruhan.

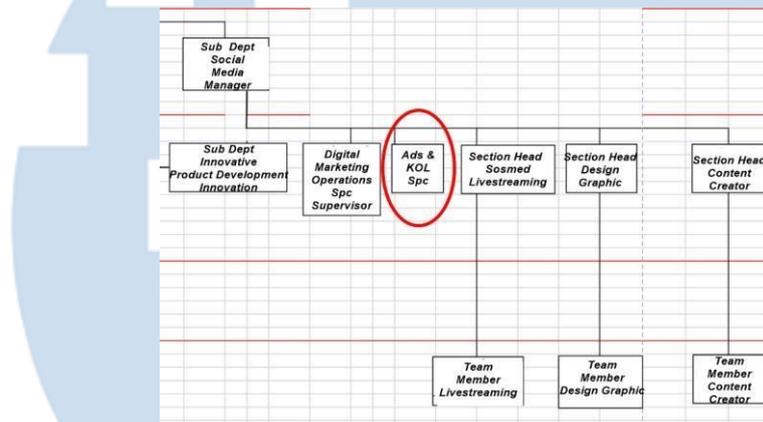
12. Content Creator :

Content Creator bertanggung jawab untuk menghasilkan konten yang menarik untuk berbagai saluran pemasaran. Mereka membuat konten relevan secara tertulis, visual, atau multimedia seperti konten iklan, artikel, poster, foto, video, postingan media sosial, dan blog untuk menarik dan melibatkan audiens target.

13. Member Administrasi Marketing:

Member Administrasi Marketing bertanggung jawab dalam manajemen data untuk memelihara dan memperbarui data pelanggan, agar dapat memastikan informasi yang akurat dan terkini untuk tujuan pemasaran, mempersiapkan dan memproses kelengkapan dokumen terkait pemasaran, pemasukan, pengeluaran, menyusun dan mengatur data angka penjualan.

Dalam peran *Internship* atau magang ini penulis membantu bagian *Digital Marketing Operations* dan *Content Creator* untuk menemukan ide untuk membuat konten mempromosikan produk pada social media serta membantu tim digital untuk mencari KOL serta memberikan ide – ide dalam pemasaran dan penjualan.



2.2.5 Gambar Bagian Subdept KOL Spc Di Telkom

Sumber : Telkom Admin/Staff (2023)

Untuk Ads & KOL berada di dalam *Subdepartment Social Media Management* yang berada di atas digital marketing operation yang menaungi *Teamwork Section Head Sosmed Livestreaming, Design Graphic, dan Content Creator.*

