

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Telkomsel adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1995 (Telkomsel, 2023a). Dimana Telkomsel merupakan anak perusahaan dari Telkom Indonesia. Dengan berfokus pada bidang telekomunikasi, Telkomsel menyediakan layanan berupa komunikasi suara, pesan singkat, data, dan berbagai layanan digital lainnya. Pada pemaparan selanjutnya, penulis akan merangkum profil dan sejarah dari perusahaan Telkomsel.

2.1.1 Profil Perusahaan

Sejak awal berdirinya perusahaan Telkomsel, visi dan misinya telah menjadi bagian dari dasar tujuan perusahaan, serta menjadi cerminan komitmennya untuk menjadi pemimpin di industri telekomunikasi digital di Indonesia, bahkan regional Asia. Penulis pun merangkum visi dari perusahaan Telkomsel yakni, untuk menjadi penyedia layanan telekomunikasi digital terdepan di lingkup Asia, dengan tujuan utamanya berupa memberdayakan masyarakat Indonesia agar dapat bersaing di era global yang sedang berlangsung. Melalui inovasi dan pengembangan teknologinya, Telkomsel bertekad untuk mewujudkan masa depan yang lebih baik (Telkomsel, n.d.-b).

Sedangkan untuk misi dari perusahaan Telkomsel ini telah di rangkum penulis, yakni tekad Telkomsel untuk menyediakan konektivitas, layanan, dan solusi digital yang unggul serta dapat di akses seluruh segmen masyarakat, baik dari individu hingga bisnis, guna membuka lebih banyak peluang serta memperluas akses menuju dunia digital (Telkomsel, n.d.-b). Dengan ini, Telkomsel terus menerus berupaya untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan maju. Gabungan dari visi dan misi yang dimiliki oleh Telkomsel ini menegaskan bahwa Telkomsel tidak hanya berfokus kepada

teknologi semata-mata, akan tetapi juga terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat, melalui layanannya yang berorientasi pada masa depan digital yang berkelanjutan dan terus berkembang.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Telkomsel
Sumber: Telkomsel (2024)

Pada tanggal 18 Juni 2021, tepatnya pada perayaan ulang tahun Telkomsel yang ke-26, perusahaan ini resmi menyanggah logo barunya (Telkomsel, n.d.-a). Peluncuran logo baru ini dimaknai sebagai suatu simbol perubahan berupa transformasi digital beserta dengan nilai-nilai baru yang diterapkan guna menjadi harapan akan kemajuan dari bangsa. Logo baru yang digunakan merupakan hasil desain dari Deni Anggara dari Degarism Studio Bandung. Desain yang ia buat terinspirasi dari batik yang tercemin pada font yang digunakan, yakni Telkomsel Batik. Terdapat juga bentuk “portal” dengan guratan, yang memaknai hal-hal baru dan juga dunia baru yang dapat dijelajahi bersama dengan Telkomsel. Adapula pemilihan komponen warna yang diterapkan yakni, warna merah dan putih sebagai warna dasar, yang menandakan keberanian, kekuatan, kemurnian, dan juga kejujuran. Gradasi warna kuning yang melambangkan optimisme dan perasaan senang.

Perusahaan Telkomsel bergerak di bidang telekomunikasi dan digital, yakni dengan berfokus pada penyediaan layanan jaringan seluler serta solusi digital inovatif di Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, Telkomsel menyediakan berbagai layanan, mulai dari

telepon seluler, pesan teks, layanan internet berbasis data melalui jaringan 2G, 3G, 4G, dan kini 5G. Selain itu, untuk menghadirkan solusi digital inovatif, Telkomsel menghadirkan berbagai produk lainnya, seperti MyTelkomsel yang merupakan aplikasi layanan mandiri yang menawarkan berbagai fitur. Dengan terus menerus berinovasi, Telkomsel mendukung konektivitas dan transformasi digital pada berbagai sektor di Indonesia.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sejarah Telkomsel dimulai ketika perusahaan ini resmi berdiri pada 26 Mei 1995 (Telkomsel, 2023a). Sejak awal berdirinya, Telkomsel berupaya untuk menjadi pionir dalam industri telekomunikasi seluler dan secara konsisten melayani masyarakat Indonesia. Dengan inovasinya yang terus berkembang, Telkomsel berhasil memperluas jangkauannya hingga hampir mencakup seluruh wilayah di Indonesia, yakni dari Sabang sampai Merauke. Dalam perjalanan inovasinya, Telkomsel telah melalui proses dan adaptasi yang panjang terhadap perubahan teknologi seiring berjalannya waktu.

Pada awal mulanya, Telkomsel meluncurkan layanan GSM (*Global System for Mobile Communications*), dan pada tahun 1997 Telkomsel menjadi penyedia layanan pertama yang meluncurkan sistem pra-bayar di Indonesia berupa produk “simPATI”. Alhasil hal ini menjadi salah satu tonggak sejarah penting di Indonesia. Beberapa tahun kemudian Telkomsel menghadirkan kembali teknologi 2G. Dengan adanya jaringan ini, masyarakat Indonesia dapat menikmati akses layanan telepon dan pesan, yang membuat interaksi serta komunikasi menjadi lebih simple dan efektif.

Seiring berkembangnya zaman, Telkomsel kembali berinovasi dan meluncurkan teknologi generasi ketiga atau 3G. Bahkan pada tahun 2004, Telkomsel mencatatkan prestasi kembali sebagai operator pertama di Indonesia yang dapat memberikan layanan EDGE (*Enhanced Data Rates for GSM Evolution*). Dengan layanan ini, pengguna mampu melakukan transfer data hingga 126 kbps, yang menjadikannya sebuah teknologi transmisi data

tercepat pada zaman itu. Teknologi terus berkembang, Telkomsel pun membawa era 4G LTE ke Indonesia pada tahun 2014. Jaringan 4G ini begitu canggih, dimana teknologinya memberikan pengguna kesempatan untuk menikmati akses internet dengan kecepatan yang lebih tinggi dan dapat juga memaksimalkan fitur lainnya di *smartphone*. Dengan pencapaian yang telah di peroleh, Telkomsel tidak berhenti berinovasi dan turut mengembangkan teknologi generasi kelima atau 5G di Indonesia. Melalui sejarah panjangnya ini, Telkomsel terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada untuk tetap menjadi terdepan di industri telekomunikasi Indonesia.

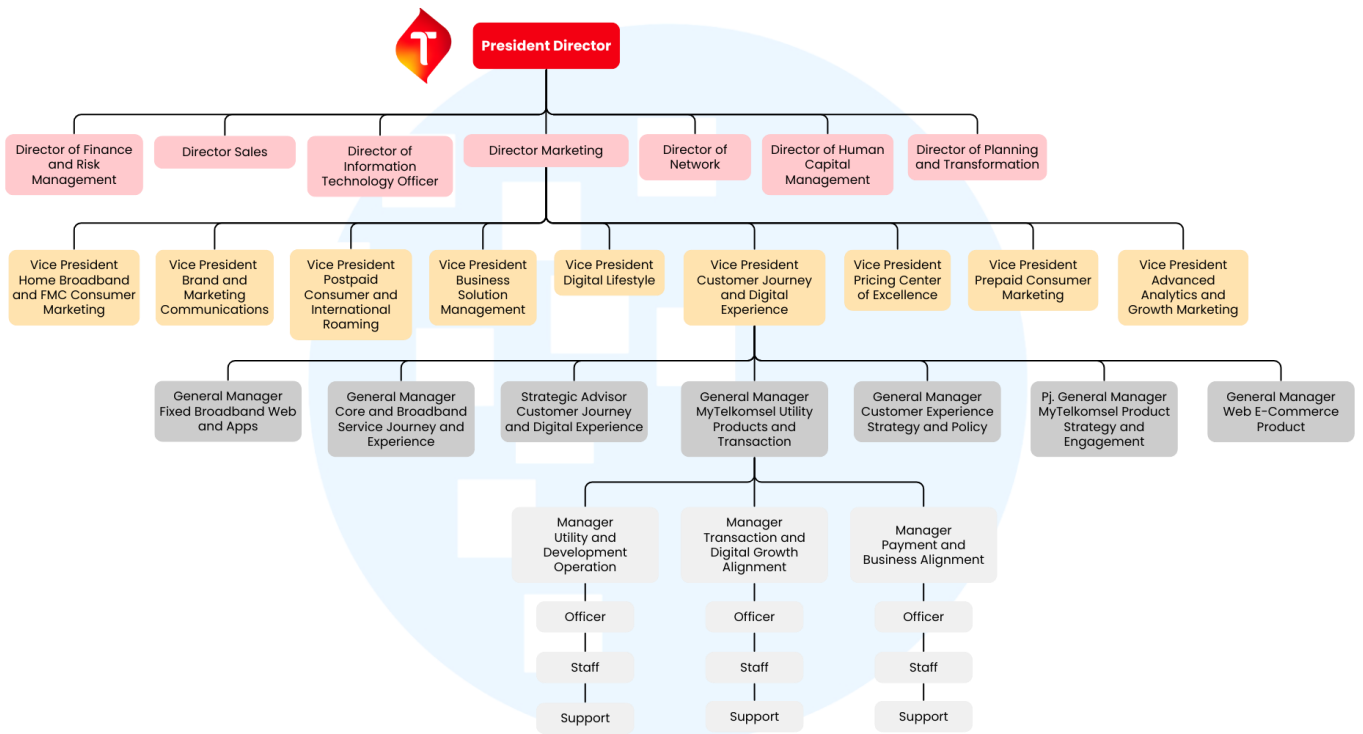
Saat ini Telkomsel sendiri telah menjadi operator seluler terbesar di Indonesia dengan jutaan pelanggannya yang tersebar di seluruh negeri. Hingga sekarang, perusahaan ini dikenal dengan menawarkan berbagai macam layanannya yang berupa komunikasi suara, pesan singkat, internet berbasis data, dan juga menyediakan produk layanan digital lainnya yang ditawarkan seperti, MyTelkomsel, MAXstream, Langit Musik, dan masih banyak lagi. Secara konsisten perusahaan Telkomsel hadir dan melayani berbagai kebutuhan pelanggan melalui setiap layanannya.

Yang melatar belakangi semua upaya dari perusahaan Telkomsel ialah rasa cintanya pada negeri Indonesia. Hal ini mendorong perusahaan untuk senantiasa menciptakan inovasi dalam menyajikan teknologi dan layanan yang unggul, serta memainkan peran penting dalam menghubungkan jutaan masyarakat di berbagai daerah.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Penulis menganalisa detail dari struktur organisasi perusahaan, melalui pihak internal secara langsung. Data yang di dapati berupa, Perusahaan Telkomsel ini memiliki tiga pembagian unit kerja secara struktural, yakni Directorate, Non Directorate dan Area. Ketiga unit kerja ini akan bertanggung jawab langsung kepada Direksi. Penulis sendiri ditempatkan di Head Office dari Telkomsel, dimana

penulis menjabarkan untuk bagan struktur Directorate secara umum, kemudian di *breakdown* sesuai dengan detail penempatan kerja penulis.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Telkomsel
Sumber: Telkomsel (2024)

Terdapat President Director yang mengkepalai beberapa Directorate. Directorate adalah sebuah unit kerja yang dikepalai langsung oleh direktur. Directorate ini membawahi berbagai unit kerja strategis yang terdiri dari Direktorat Keuangan dan Manajemen Risiko, Direktorat Penjualan, Direktorat Information Technology Officer, Direktorat Pemasaran, Direktorat Jaringan, Direktorat Perencanaan dan Transformasi, dan Direktorat Manajemen Sumber Daya Manusia. Pada program kerja magang, penulis ditempatkan dalam Direktorat Pemasaran, maka dari itu penulis melakukan *breakdown* lanjutan untuk Sub-Directorate dari Pemasaran. Terdapat beberapa macam unit kerja lainnya di bawah Sub-Directorate, yang bertanggung jawab kepada seorang Vice President. Penulis sendiri termasuk di dalam Sub-Directorate Customer Journey and Digital Experience. Penulis melakukan *breakdown* lanjutan untuk pembagian penempatan General Manager dari unit kerja Customer Journey and Digital Experience. Di bawah General

Manager yang ada, terdapat beberapa posisi penting lainnya yang berperan dalam membantu menjalankan sistem operasional sehari-hari, yakni general manager, manager, officer, staff dan support, yang juga terbagi atas beberapa bagian untuk pemfokusan pola kerja. Berikut penjabaran umum terkait masing-masing tingkatan dalam struktur perusahaan Telkomsel:

2.2.1 President Director

President Director atau direktur utama, merupakan orang yang mengemban posisi sebagai nahkoda dari perusahaan. Direktur utama bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan strategi Telkomsel. Pada posisinya, ia perlu merumuskan, menetapkan kebijakan, serta memastikan bahwa perusahaan bergerak sesuai visi, misi dan tujuan yang telah disepakati.

2.2.2 Director

Director merupakan orang yang ditugaskan untuk mengelola perusahaan berdasarkan mandat pada bagian yang dipegangnya. Setiap keputusan operasional yang berkaitan dengan tujuan bisnis dari perusahaan berada di tangan direktur, dimana ia bertanggung jawab mengawasi implementasinya di bawah arahan president director. Selain itu, direktur juga mengkoordinir beberapa divisi atau departemen strategis dalam perusahaan. Dalam hal ini Telkomsel membagi posisi Direktur yang ada berdasarkan 7 unit kerja, yakni Keuangan dan Manajemen Risiko, Penjualan, Petugas Teknologi Informasi, Pemasaran, Jaringan, Perencanaan dan Transformasi, dan Manajemen Sumber Daya Manusia.

2.2.3 Vice President

Vice President memimpin unit kerja di bawah Direktorat, dimana vice president bertanggung jawab langsung kepada Direktur. Orang yang berada pada posisi ini memiliki fokus utama dalam eksekusi program yang ada, serta memastikan pencapaian target dalam bidang unit kerja yang di pegangnya. Dengan kemampuan kepemimpinan yang kuat, seorang Vice President

diharapkan dapat mendorong kolaborasi antar tim dan memastikan kinerja unit kerja selaras dengan prioritas dari organisasi secara keseluruhan.

2.2.4 General Manager

General Manager merupakan orang yang bertugas untuk memimpin divisi atau departemen yang lebih spesifik lagi, namun di bawah Vice President. Pada posisinya, ia bertanggung jawab untuk mengelola kinerja dan operasional dari tim yang ada, sehingga dapat memastikan bahwa proyek serta tugas-tugas telah diselesaikan sesuai dengan sasaran dari perusahaan. Hal ini mencakup pengelolaan sumber daya, perencanaan strategi, serta pengawasan terhadap pelaksanaan tugas-tugas didalam divisinya.

2.2.5 Manager

Manager berperan penting dalam mengoordinasikan tim kerja dengan scope yang lebih detail, dimana posisi manager berada pada *middle level management*. Sehingga manager pun harus dapat berperan sebagai mediator antara karyawan dan para pimpinan perusahaan. Peran ini membutuhkan kemampuan untuk menjembatani kebutuhan organisasi dengan kebutuhan tim, menciptakan keseimbangan antara efisiensi kerja dan kepuasan karyawan.

2.2.6 Officer

Officer merupakan seorang staf operasional yang menangani tugas-tugas spesifik terkait dengan operasional dari perusahaan. Posisi ini memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran berbagai aktivitas organisasi. Hal ini mencakup analisis data, manajemen proyek, atau pelaksanaan tugas-tugas administrasi lainnya.

2.2.7 Staff

Staff juga merupakan bagian dari tim pelaksana yang menjalankan peran-peran fungsional dalam berbagai bidang seperti operasional lapangan, keuangan, layanan pelanggan dan lainnya. Dalam menjalankan tugas-

tugasnya, Staff bekerja berdasarkan arahan dan panduan yang diberikan oleh Manager. Keberhasilan Staff dalam melaksanakan tugas-tugasnya tidak hanya membantu operasional perusahaan berjalan lancar, tetapi juga menjadi pondasi untuk pencapaian tujuan strategis perusahaan.

2.2.8 Support

Posisi support ini berperan sebagai tim pendukung yang menyediakan berbagai layanan penting seperti IT support dan lain sebagainya, guna memastikan seluruh kegiatan perusahaan berjalan dengan lancar. Pihak support bekerja sama dengan semua tingkatan manajemen yang ada untuk membantu memenuhi kebutuhan operasional dari perusahaan. Dengan kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan dinamis organisasi, posisi ini menjadi komponen penting dalam menjaga efisiensi kerja dan mendukung tercapainya tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Sistem struktural yang telah dirancang oleh Telkomsel ini bertujuan untuk mengelola alur kerja agar menjadi lebih efisien, dengan pola tanggung jawab yang jelas untuk setiap tingkatan organisasinya, serta juga memastikan bahwa Telkomsel tetap dapat berkembang di industri yang ada. Setiap posisi yang ada, baik dari President Director hingga Support memiliki peran yang begitu penting dalam mendukung visi dan misi dari perusahaan, serta menjaga keberlangsungan sistem operasional Telkomsel.

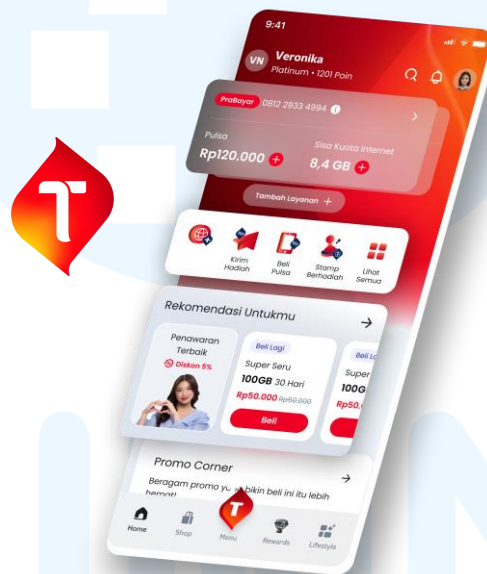
2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio merupakan suatu hal yang berisikan terkait kumpulan dokumentasi yang sistematis terkait, pengalaman atau pencapaian yang dilakukan dalam bentuk sebuah karya (Pamungkas et al., 2021). Perusahaan Telkomsel yang telah berdiri sejak tahun 1995 ini telah menghasilkan berbagai macam inovasi dan capaian baru. Hasil pencapaian tersebut pun dilampirkan sebagai *draft* dari portofolio perusahaan. Portofolio ini menampilkan proyek-proyek Telkomsel yang berhasil menyampaikan pesan, membangun nilai *brand*, serta juga meningkatkan *engagement* pelanggan. Pada kesempatan ini, penulis akan menjabarkan beberapa

pencapaian atau portofolio yang dimiliki oleh perusahaan Telkomsel, namun dengan berfokus pada bidang desain.

2.3.1 Aplikasi MyTelkomsel

Perusahaan Telkomsel telah mengembangkan aplikasi MyTelkomsel sebagai sebuah solusi digital yang dapat mempermudah pengguna untuk mengakses berbagai macam layanan Telkomsel. Tidak hanya berfokus pada fungsionalitas aplikasi, desain *ui/ux* juga menjadi perhatian utama dalam pengembangan aplikasi ini. Telkomsel secara berkala melakukan iterasi dan uji coba desain *ui/ux* untuk terus meningkatkan kepuasan pengguna dan memberikan pengalaman pengguna menjadi semakin nyaman dan efisien.



Gambar 2. 3 Aplikasi MyTelkomsel

Hasil dari inovasi ini pun bahkan membuat aplikasi MyTelkomsel berhasil memperoleh beberapa penghargaan. Pada bulan Januari kemarin, tepatnya pada tanggal 29 Januari 2024, Telkomsel berhasil meraih tiga penghargaan internasional pada ajang Asian Telecom Awards 2024 di Singapura. Penghargaan ini diberikan sebagai pengakuan atas konsistensi serta komitmen dari perusahaan Telkomsel dalam menghadirkan solusi, konektivitas, layanan inovatif, serta kontribusinya dalam membuka pintu peluang untuk kemajuan ekosistem dan ekonomi digital di Indonesia. Salah

satu gelar yang dinobatkan kepada Telkomsel ialah Digital Initiative of the Year, melalui inisiatifnya yang secara terus menerus berusaha meningkatkan pengalaman layanan aplikasi MyTelkomsel. Aplikasi MyTelkomsel yang dikembangkan kini bahkan menawarkan akses hiburan digital seperti konten video dan program gamifikasi yang dapat memberikan hadiah serta layanan asisten virtual Veronika yang menggunakan *artificial intelligence (AI)*. Maka aplikasi MyTelkomsel ini tidak hanya menjadi sebuah aplikasi utilitas saja, tetapi juga menjadi wadah dalam segi *lifestyle*, yakni akses gaya hidup digital dalam ekosistem yang telah diintegrasikan.

2.3.2 Kampanye Telkomsel

Salah satu portofolio Telkomsel, yang juga mencakup aspek desain ialah dengan kesuksesannya dalam meluncurkan berbagai macam kampanye yang berhasil dalam mempersuasi masyarakat Indonesia dalam memilih produk dan layanan mereka. Kampanye-kampanye yang dibuat ini tidak hanya berfokus pada *marketing* atau promosi saja, tetapi juga sangat memperhatikan unsur desain visual yang menarik dan tetap sesuai dengan citra *brand* Telkomsel. Perancangan desain yang dibuat dengan menggabungkan elemen desain yang modern serta minimalis, mampu menciptakan komunikasi yang efektif dan juga berhasil memikat perhatian dari masyarakat.



Gambar 2. 4 Kampanye #PastiAdaSolusi
Sumber: Telkomsel (2024)

Kampanye terbaru dari Telkomsel, #PastiAdaSolusi, merupakan sebuah bukti nyata bagaimana perusahaan ini menggabungkan antara strategi pemasaran dengan desain yang kuat dan efektif. Dimana kampanye ini

dirancang untuk mendukung proses transformasi digital dengan solusi inovatif berbasis teknologi, sambil menyoroti kisah-kisah sukses dari pelanggan bisnis yang berhasil mengadopsi solusi Telkomsel. Desain kampanye #PastiAdaSolusi mengusung visual yang modern dan dinamis, menggunakan warna-warna yang berani, tipografi tegas, serta elemen-elemen desain yang futuristik. Keberhasilan kampanye ini tidak hanya terletak pada kualitas pesan, tetapi juga pada kekuatan dari visual yang diimplementasikan, sehingga mampu memperkuat daya tarik dan relevansi solusi Telkomsel bagi para pelanggannya. Dengan berbagai desain yang diterapkan, Telkomsel mampu untuk membangun koneksi emosional bersama dengan pengguna, meningkatkan loyalitas dari pelanggan, bahkan menarik pengguna baru.

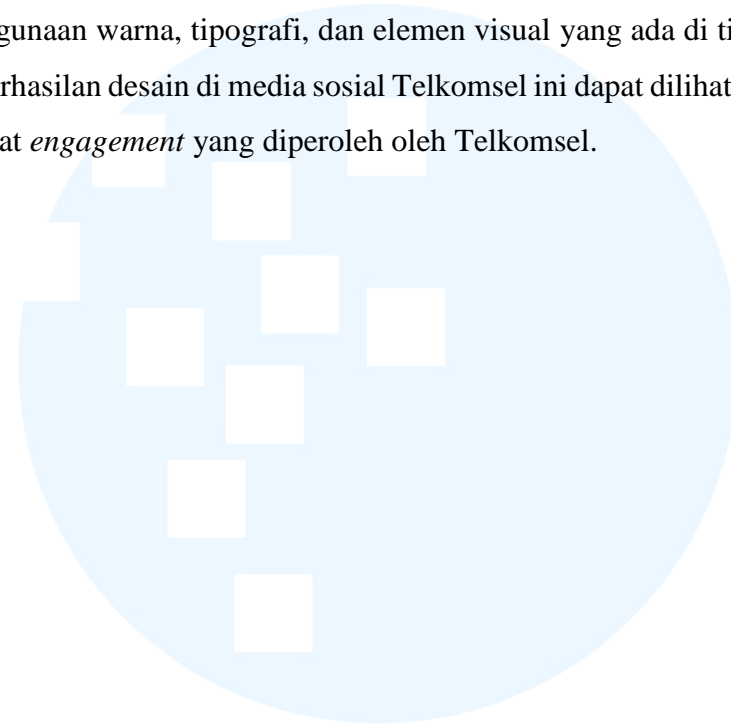
2.3.3 Media Sosial Telkomsel

Telkomsel juga menunjukkan pencapaian signifikannya di bidang desain, melalui implementasi visual-visual kontennya di media sosial. Dengan memanfaatkan platform, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook, Telkomsel menghadirkan konten visual yang dirancang dengan memadukan kreativitas grafis dan video yang begitu informatif namun juga berhasil mempersuasi pengguna. Media-media ini menjadi salah satu kanal dari Telkomsel dalam menarik perhatian dan interaksi dengan pengguna.



Gambar 2. 5 Media Sosial Telkomsel
Sumber: Screenshot Instagram Telkomsel (2024)

Desain-desain yang diterapkan pada konten tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan layanan saja, akan tetapi berfungsi juga untuk memperkuat identitas merek dari Telkomsel. Dengan konsistensinya dalam penggunaan warna, tipografi, dan elemen visual yang ada di tiap kontennya. Keberhasilan desain di media sosial Telkomsel ini dapat dilihat dari tingginya tingkat *engagement* yang diperoleh oleh Telkomsel.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA