

AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN ASSURANCE

DIGITAL BIGBOX TELKOM INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

EEP SAEFULLAH

0000053862

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN ASSURANCE

DIGITAL BIGBOX TELKOM INDONESIA



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

EPP SAEFULLAH

0000053862

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

i

Aktivitas Di Departemen..., Eep Saefullah, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Eep Saefullah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053862

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN ASSURANCE DIGITAL BIGBOX TELKOM INDONESIA

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Januari 2025


Eep Saefullah

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN ASSURANCE DIGITAL BIGBOX
TELKOM INDONESIA**

Oleh

Nama : Eep Saefullah
NIM : 00000053862
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 15 Januari 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Khairul Syafuddin, S.I.Kom., M.A.
NIDN: 0309109302

Penguji



Digitally signed
by Fakhriy
Dinansyah
Date: 2025.01.20
16:30:09 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.
NIDN: 0304039001

Pembimbing



Khairul Syafuddin, S.I.Kom., M.A.
NIDN: 0309109302

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eep Saefullah
NIM : 00000053862
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***“AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN ASSURANCE DIGITAL BIGBOX
TELKOM INDONESIA”***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 6 Januari 2025

Yang menyatakan,



Eep Saefullah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN *ASSURANCE DIGITAL* BIGBOX TELKOM INDONESIA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Khairul Syafuddin, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Sonja Yvonne Momuat, Salma Adilah Putri, dan Anton Apriansyah sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Magang.
6. Kepada Perusahaan PT Telkom Indonesia yang telah mengizinkan untuk melakukan kegiatan magang.
7. Kepada Nanda Rafi Ramadhan dan Cahya Cinta Oktavia, sebagai rekan tim magang *CRM & Digital Assurance* yang telah bekerja sama dengan baik selama proses magang berlangsung.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat, pembelajaran, serta motivasi bagi para pembaca khususnya untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 6 Januari 2024



Eep Saefullah

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS DEPARTEMEN CRM DAN ASSURANCE DIGITAL BIGBOX TELKOM INDONESIA

Eep Saefullah

ABSTRAK

Perkembangan teknologi modern yang berkembang sangat pesat, terutama perkembangan *artificial intelligence* dalam menyesuaikan strategi pemasaran yang efektif. Hal inilah yang menjadi latar belakang saya dalam memilih tempat magang. Kegiatan magang di PT Telkom Indonesia memiliki tujuan untuk meningkatkan keterampilan pribadi, dan melihat kondisi nyata mengenai perkembangan platform *artificial intelligence* dan melihat bagaimana strategi yang efektif dalam melakukan pemasaran. Perusahaan yang menjadi pilihan untuk saya melakukan kegiatan magang ini adalah PT Telkom Indonesia yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan teknologi informasi dan komunikasi serta jaringan telekomunikasi di Indonesia yang menaungi BigBox Telkom Indonesia sebagai anak perusahaannya. Posisi yang saya pilih dalam kegiatan magang adalah *digital marketing*. Deskripsi pekerjaan saya sebagai *digital marketing* yaitu melakukan riset topik, mengembangkan ide, menarik data dari *marketing tools* dan membuat beberapa konten setiap seminggu sekali untuk diunggah di sosial media @bigboxcoid. Konsep yang digunakan dalam laporan magang adalah *digital marketing*, menurut Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick bahwa *digital marketing* adalah penerapan teknologi dan media digital untuk menciptakan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan layanan jasa. Kendala utama dalam aktivitas magang adalah kurangnya pengarahan lebih lanjut terkait penugasan. Setelah melakukan kegiatan magang, penulis mendapatkan banyak pengalaman serta pengetahuan baru bahwa dalam membuat strategi digital marketing diperlukan analisa dan kreativitas yang baik akan membuat orang tertarik dengan produk kita.

Kata kunci: *Digital Marketing, Artificial Intelligence, Teknologi*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ACTIVITIES TELKOM INDONESIA'S BIGBOX CRM AND ASSURANCE DIGITAL DEPARTMENT

Eep Saefullah

ABSTRACT

The development of modern technology is growing very rapidly, especially the development of artificial intelligence in adjusting effective marketing strategies. This is the background for me when choosing an internship place. Internship activities at PT Telkom Indonesia aims to improve personal skills, see the real conditions regarding the development of artificial intelligence platforms, and see how effective strategies are in marketing. The company that I chose to do this internship is PT Telkom Indonesia, which is a company engaged in information and communication technology services and telecommunications networks in Indonesia which houses BigBox Telkom Indonesia as its subsidiary. The position I chose for the internship activity is digital marketing. My job description as a digital marketer is to conduct topic research, develop ideas, draw data from marketing tools, and create several pieces of content once a week to be uploaded on social media @bigboxcoid. The concept used in the internship report is digital marketing, according to Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick digital marketing is the application of digital technology and media to create, promote, and distribute products and services. The main obstacle in internship activities is the lack of further briefings on assignments. After doing internship activities, the author gained a lot of experience and new knowledge that in creating a digital marketing strategy, good analysis and creativity are needed to make people interested in our products.

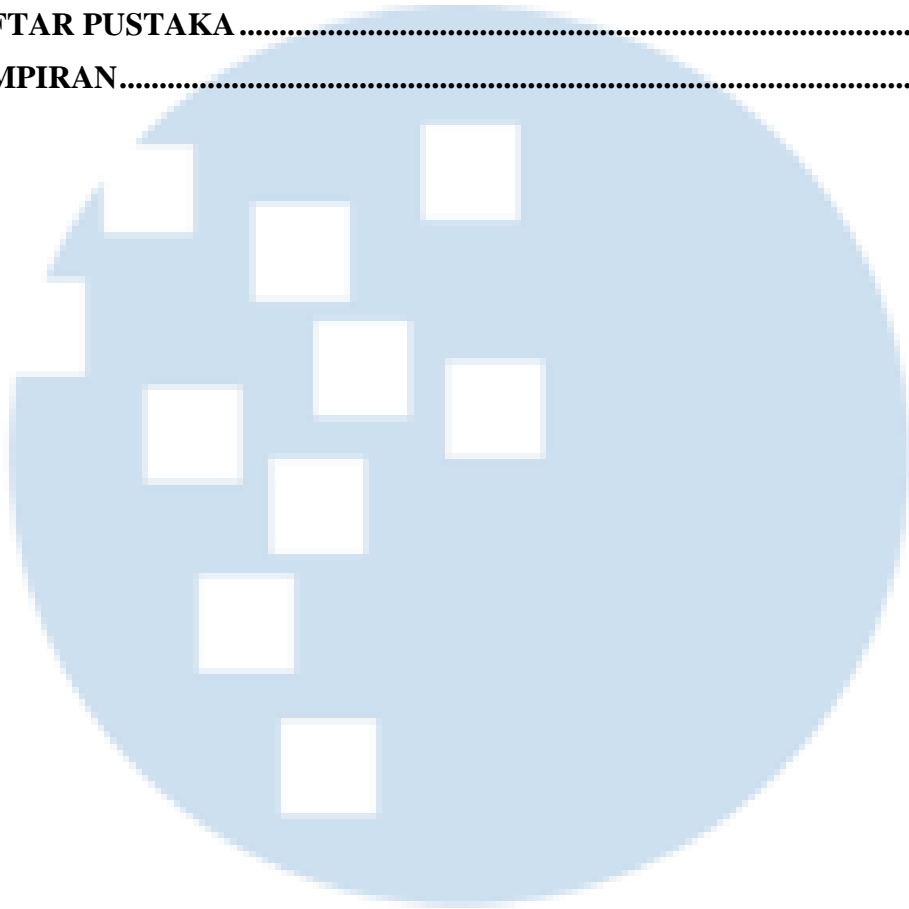
Keywords: *Digital Marketing, Artificial Intelligence, Technology*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang.....	2
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.1.1 Visi Misi	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	13
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	25
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	26
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	27
4.1 Simpulan	27
4.2 Saran	28
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan	28
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	28
4.2.3 Saran Untuk Mahasiswa	28

DAFTAR PUSTAKA 30
LAMPIRAN..... 32

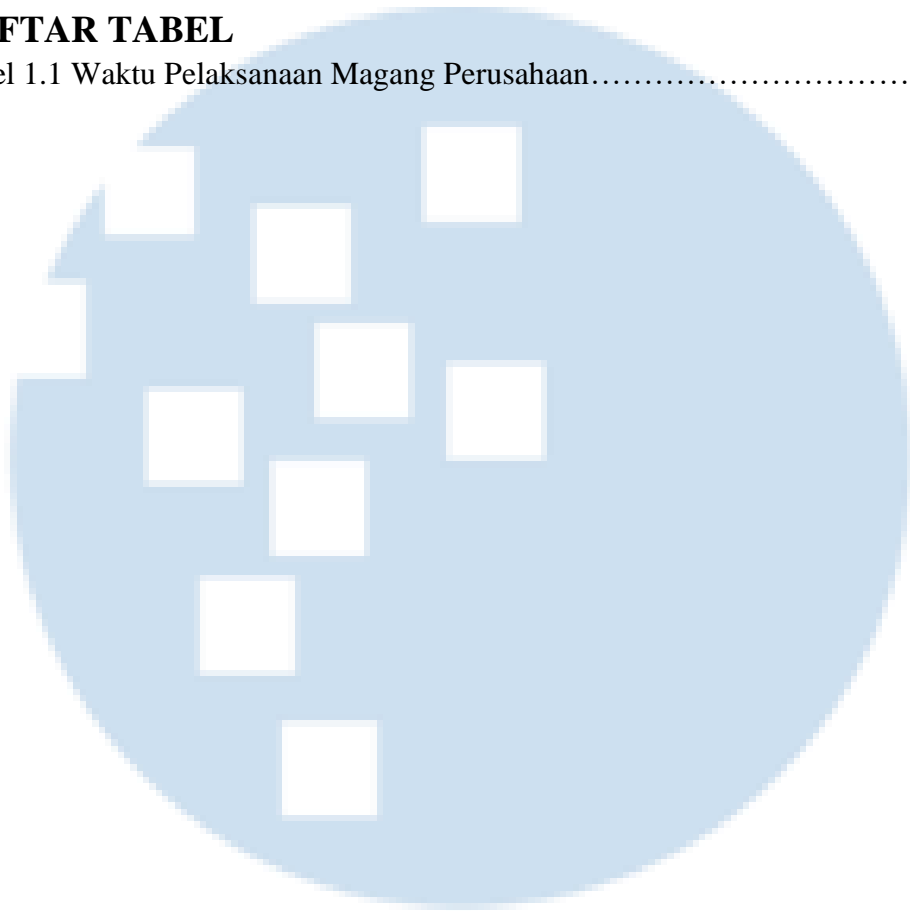


UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....14



UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data penggunaan media sosial di Indonesia	2
Gambar 2.1 Logo BigBox Telkom Indonesia.....	8
Gambar 2.2 Struktur organisasi BigBox Telkom Indonesia	10
Gambar 3.1 Proses <i>Brainstorming</i> dengan Melakukan Rapat	16
Gambar 3.2 Riset Topik menggunakan BigSocial.....	17
Gambar 3.3 Hasil Content Plan dan Content Brief yang telah disusun	18
Gambar 3.4 Hasil Perencanaan Konten	19
Gambar 3.5 Konten Promosi Video di Media Sosial BigBox	20
Gambar 3.6 Menghubungi Calon Customer Via WhatsApp	21
Gambar 3.7 Powerpoint Company Profile BigBox.....	23
Gambar 3.8 Dokumentasi Acara BigBox Day 2024.....	24

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Cover Letter	32
Lampiran B Kartu MBKM.....	33
Lampiran C Daily Task.....	34
Lampiran D Form Konseling	48
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan Magang	49
Lampiran F Acceptance Letter (LoA).....	50
Lampiran G Aktivitas Magang	51
Lampiran H Hasil Konten	52
Lampiran I Curriculum Vitae (CV).....	53
Lampiran J Hasil Turnitin	55

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA