

**AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT
TELEKOMUNIKASI INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

NISRINA SHIDQI NABILA

00000089621

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

2025

**AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT
TELEKOMUNIKASI INDONESIA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

NISRINA SHIDQI NABILA

00000089621

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nisrina Shidqi Nabila

Nomor Induk Mahasiswa 00000089621

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT TELEKOMUNIKASI 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Juni 2025



(Nisrina Shidqi Nabila)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT TELEKOMUNIKASI
INDONESIA**

Oleh
Nama : Nisrina Shidqi Nabila
NIM : 00000089621
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 Juni 2025

Pembimbing


Novaldy
Prawhesmara
2025.06.29
12:28:21 +07'00'
Novaldy Prawhesmara, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0307117806

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Irwan Fakhruddin
2025.06.29
22:04:49 +07'00'
2025.001.20531
Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA

Oleh

Nama : Nisrina Shidqi Nabila
NIM : 00000089621
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

 Novaldy

Prawhesmara

2025.07.24 09:55:03

+07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0307117806

Penguji



Digitally signed
by Anton Binsar
Date: 2025.07.23
14:05:45 +07'00'

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.

NIDN 0309027705

Pembimbing



Novaldy

Prawhesmara

2025.07.24

09:55:18 +07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0307117806

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.25
12:27:39 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisrina Shidqi Nabila

NIM 00000089621

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : 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 MARKETING INTERN DI PT TELEKOMUNIKASI
INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Nisrina Shidqi Nabila)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul **“AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

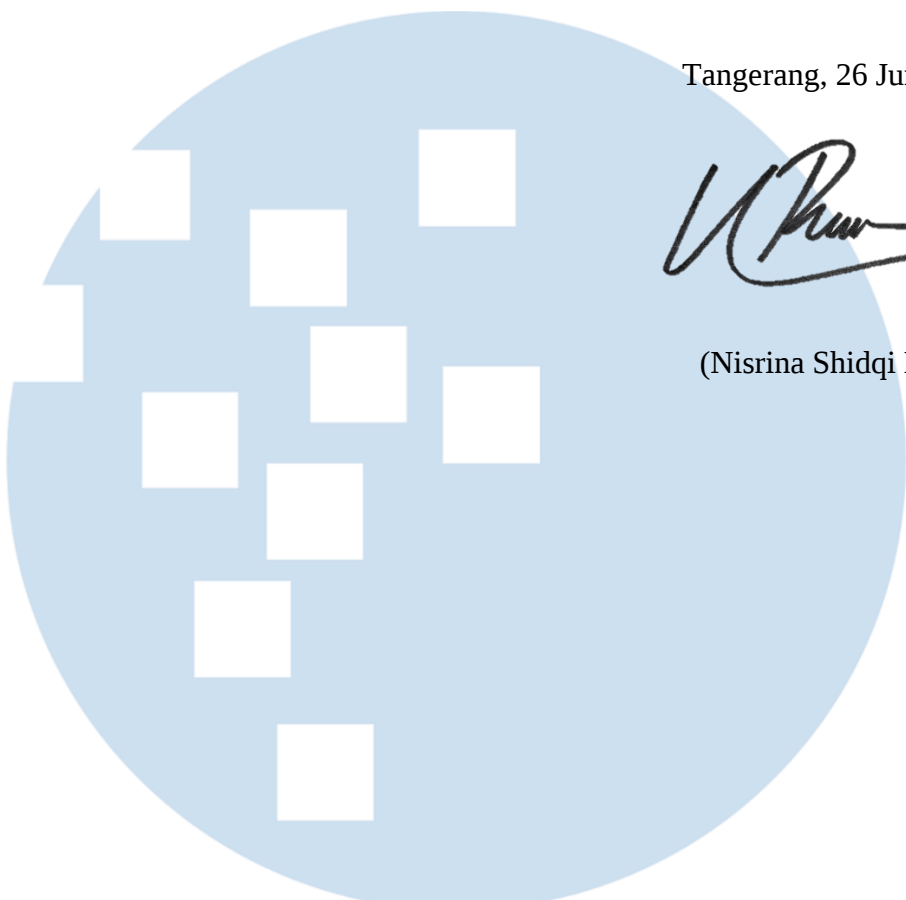
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Novaldy Prawhesmara, S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang.
5. Kepada PT Telekomunikasi Indonesia telah memberikan kesempatan untuk bekerja magang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemagang dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Kepada teman-teman saya yang telah memberikan dukungan secara emosional selama magang dan membuat laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi gambaran, pembelajaran, motivasi, dan referensi ke depannya bagi individu yang membaca, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan melaksanakan magang dan menyusun laporan magang.

Tangerang, 26 Juni 2025



(Nisrina Shidqi Nabila)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

vii

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA

Nisrina Shidqi Nabila

ABSTRAK

Industri telekomunikasi digital terus berkembang seiring meningkatkan kebutuhan akan efisiensi kerja dan transformasi digital di berbagai sektor. PT Telekom Indonesia perusahaan BUMN di bidang telekomunikasi meluncurkan program *Digistar Class Intern* untuk mengembangkan talenta digital melalui praktik kerja nyata. Dalam praktik kerja magang sebagai Marketing Intern di tim *Design and Experience* (DEX), pemagang bertugas menyusun perencanaan *campaign internal* yang bertujuan meningkatkan adopsi *Design Principles* untuk tim internal. Proses perencanaan dilakukan melalui riset persona, analisis kebutuhan, serta penyusunan temuan di lapangan. Proses kerja ini mengacu pada teori komunikasi strategis seperti *Introduction to Strategic Communication* dan pendekatan *Design Thinking* yang menekankan pentingnya riset, empati, serta strategi. Selama magang, pemagang juga terlibat dalam tugas lintas peran bersama tim *UX Writer*, *UX Researcher*, dan *Legion*, sehingga memperluas pengalaman kerja di lingkungan profesional. Selain itu, program ini juga mencakup pengembangan diri melalui kelas *soft skill* dan *hard skill* yang menambah kesiapan pemagang untuk terjun langsung ke dunia kerja. Meskipun *campaign* belum terlaksana karena dinamika internal perusahaan, pengalaman ini memberikan pemahaman nyata mengenai tantangan kerja di industri digital, serta pentingnya fleksibilitas dan kemampuan adaptasi dalam lingkungan kerja yang terus berubah.

Kata kunci: *campaign internal, marketing intern, design principles, telekomunikasi digital*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

INTERNSHIP ACTIVITIES AS A MARKETING INTERN AT PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA

Nisrina Shidqi Nabila

ABSTRACT

The digital telecommunications industry continues to grow along with increasing demands for efficiency and digital transformation. PT Telkom Indonesia, a state owned enterprise in telecommunications, launched the Digistar Class Intern program to develop digital talents through real world work experience. During the internship as a Marketing Intern in the Design and Experience (DEX) team, the intern was responsible for planning an internal campaign aimed at improving the adoption of Design Principle within the design team. The planning process involved persona research, need analysis, and strategy development based on research findings. This process applied concepts from Introduction to Strategic Communication and the Design Thinking approach, which emphasized the importance of research, empathy, and strategy. The intern was also involved in cross-functional tasks with the UX Writer, UX Researcher, and Legion teams, which broadened their professional experience in a collaborative work environment. In addition, the program included personal development through soft and hard skill sessions, which helped prepare the intern for entering the workforce. Although the campaign was not implemented due to internal company dynamics, the internship provided valuable insights into real workplace challenges and the importance of flexibility and adaptability in a fast changing work environment.

Keywords: internal campaign, marketing intern, design principles, digital telecommunications

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II.....	9
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang Telekomunikasi Indonesia	9
2.2 Visi Misi Telekomunikasi Indonesia	10
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
2.3.1 Struktur Organisasi Telekomunikasi Indonesia	10
2.3.2 Struktur Organisasi Divisi Digital Business & Technology	11
BAB III.....	14
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	14
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	16
3.2.1 Tugas Kerja Magang	16
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	18

3.3 Kendala yang Ditemukan.....	47
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	48
BAB IV	50
KESIMPULAN	50
4.1 Simpulan.....	50
4.2 Saran	51
4.2.1 Perusahaan	51
4.2.2 Universitas	51
4.2.3 Mahasiswa yang Akan Magang.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53



DAFTAR TABEL

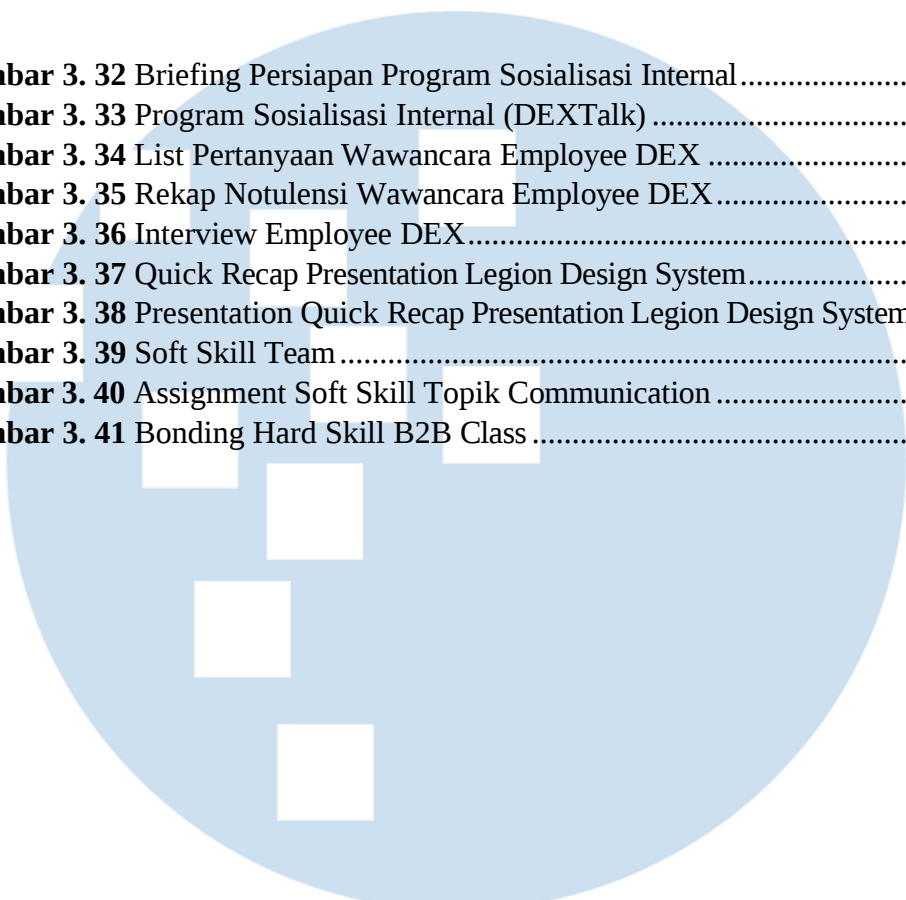
Tabel 3.1 Kerja Marketing dan Digistar Class Intern	17
---	----

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Socioeconomic Survey/BPS-Statistics Indonesia	2
Gambar 1. 2	Perusahaan Telekomunikasi Terbaik Indonesia 2023.....	2
Gambar 1. 3	Announcement Digistar Class Intern	3
Gambar 1. 4	Soft and Hard Skill Digistar Class Intern.....	4
Gambar 1. 5	Announcement Digistar Class Intern	4
Gambar 2. 1	Logo Utama Telekomunikasi Indonesia	9
Gambar 2. 2	Struktur Organisasi Telkom.....	11
Gambar 2. 3	Struktur Organisasi Telkom.....	11
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi DEX Team.....	15
Gambar 3. 2	Alur Kerja	16
Gambar 3. 3	Alur Journey Digistar Class Intern	16
Gambar 3. 4	Materi DEX.....	19
Gambar 3. 5	Notulensi Wawancara Employee DEX	20
Gambar 3. 6	Recording Wawancara Employee DEX	20
Gambar 3. 7	Materi Perkuliahan.....	21
Gambar 3. 8	Materi Perkuliahan.....	21
Gambar 3. 9	Form Survei Media Komunikasi dan Kolaborasi Tim DEX.....	22
Gambar 3. 10	Hasil Persona DEX Telkom	23
Gambar 3. 11	Sharing Discussion DBT bersama Supervisor	23
Gambar 3. 12	Breakdown Hasil Temuan Dikaitkan dengan Materi Perkuliahan	25
Gambar 3. 13	Issue and Findings dari Problem yang Ditemukan dalam DEX....	26
Gambar 3. 14	Identifikasi Issues and Findings Lebih Mendalam	26
Gambar 3. 15	Impact Effort Matrix untuk Prioritas Campaign Strategy.....	28
Gambar 3. 16	Possible Issue (1) untuk Keberlanjutan Campaign	29
Gambar 3. 17	Campaign Possible Issues (1) untuk Keberlanjutan Campaign.....	29
Gambar 3. 18	Possible Issue (2) untuk Keberlanjutan Campaign	30
Gambar 3. 19	Campaign Possible Issue (2) untuk Keberlanjutan Campaign	30
Gambar 3. 20	Timeplan Campaign From Skill Mapping to Career Growth	32
Gambar 3. 21	Gantt Chart Campaign From Skill Mapping to Career Growth.....	33
Gambar 3. 22	Bukti Chat Dinamika Kerja.....	34
Gambar 3. 23	Sesi Usability Testing	35
Gambar 3. 24	Notulensi Hasil Sesi Usability Testing	36
Gambar 3. 25	Hasil Rekap Notulensi Sesi Usability Testing.....	36
Gambar 3. 26	Instagram Official Akun @telkom.design	37
Gambar 3. 27	Salah Satu Postingan Reels @telkom.design	38
Gambar 3. 28	Postingan Reels @telkom.design.....	39
Gambar 3. 29	Proses Editing Video.....	39
Gambar 3. 30	Pembuatan Thumbnail Reels @telkom.design	39
Gambar 3. 31	Wordingan Blast untuk Sosialisasi	40



Gambar 3. 32 Briefing Persiapan Program Sosialisasi Internal.....	41
Gambar 3. 33 Program Sosialisasi Internal (DEXTalk)	41
Gambar 3. 34 List Pertanyaan Wawancara Employee DEX	42
Gambar 3. 35 Rekap Notulensi Wawancara Employee DEX.....	42
Gambar 3. 36 Interview Employee DEX.....	43
Gambar 3. 37 Quick Recap Presentation Legion Design System.....	43
Gambar 3. 38 Presentation Quick Recap Presentation Legion Design System	44
Gambar 3. 39 Soft Skill Team	45
Gambar 3. 40 Assignment Soft Skill Topik Communication	46
Gambar 3. 41 Bonding Hard Skill B2B Class	46

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Pengantar MBKM – MBKM 01	54
LAMPIRAN 2 Kartu MBKM – MBKM 02.....	55
LAMPIRAN 3 Daily Task MBKM – MBKM 03	56
LAMPIRAN 4 Verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04	69
LAMPIRAN 5 Surat Penerimaan MBKM (Pakta Integritas).....	70
LAMPIRAN 6 Formulir Konsultasi Magang.....	72
LAMPIRAN 7 Pengecekan Hasil Turnitin	73
LAMPIRAN 8 Dokumentasi Foto Magang di Telkom Indonesia	76
LAMPIRAN 9 <i>Curriculum Vitae</i>	77

