

**LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG  
PADA DIVISI BUSINESS SERVICE  
PT TELKOM WITEL YOGYAKARTA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**Alfiyyah Rahmaningsih**

**NIM: 212031500**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA  
DESEMBER 2023**

## TUGAS AKHIR

### LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG PADA DIVISI *BUSINESS SERVICE* PT TELKOM WITEL YOGYAKARTA

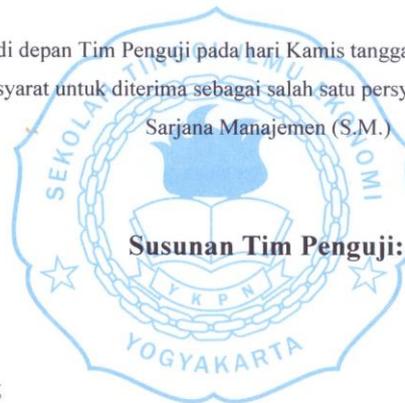
Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ALFIYYAH RAHMANINGSIH**

**Nomor Induk Mahasiswa: 212031500**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 21 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Heni Kusumawati, SE., M.Si.

Penguji

Algifari, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 21 Desember 2023  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Magang untuk mahasiswa memiliki tujuan untuk meningkatkan keterampilan yang sesuai dengan bidang studi mereka, meningkatkan pemahaman dalam disiplin ilmu, serta membentuk tanggung jawab saat melaksanakan tugas pekerjaan. Selain itu, magang juga bertujuan untuk memperluas jaringan profesional dan memenuhi persyaratan kelulusan S1 di jurusan manajemen STIE YKPN Yogyakarta.

Dalam waktu periode magang di divisi *business service* PT Telkom Witel Yogyakarta, penulis melibatkan diri dalam berbagai kegiatan, termasuk menyusun kontrak dan berita acara, melakukan survei POI, menciptakan konten digital, bertindak sebagai pencatat saat melakukan kunjungan ke pelanggan, dan menginput data proyek ke situs web My Tens GoBeyond.

Selama menjalani magang, beberapa kendala teridentifikasi, seperti kekurangan pengetahuan produk perusahaan dan pembuatan konten yang kurang terkonsep. Dalam konteks ini, disarankan agar perusahaan menyelenggarakan sesi sosialisasi produk TELKOM untuk seluruh karyawan internal PT Telkom Witel Yogyakarta pada 2(dua) hari pertama masa orientasi. Selanjutnya, untuk mengatasi masalah konsep konten digital, pembuatan konten dapat dimulai dengan menyusun jadwal yang mencakup waktu produksi, nama talent, dan topik yang akan dibahas. Setelah konten dibuat, evaluasi perlu dilakukan untuk menilai hasil dari video konten tersebut.

## ABSTRACT

*Internship for students aims to enhance skills relevant to their field of study, deepen understanding in their academic discipline, and cultivate a sense of responsibility in carrying out job tasks. Additionally, internships also aim to expand professional networks and fulfill graduation requirements for a Bachelor's degree in the management department at STIE YKPN Yogyakarta.*

*During the internship period in the business service division of PT Telkom Witel Yogyakarta, the author engaged in various activities, including drafting contracts and official reports, conducting POI surveys, creating digital content, acting as a recorder during customer visits, and inputting project data into the My Tens GoBeyond website.*

*Throughout the internship, several challenges were identified, such as a lack of knowledge about the company's products and the creation of less-conceptualized content. In this context, it is recommended that the company organize a TELKOM product orientation session for all internal employees of PT Telkom Witel Yogyakarta in the first two days of the orientation period. Furthermore, to address the issue of digital content conceptualization, content creation can begin by developing a schedule that includes production time, talent names, and topics to be covered. After content creation, evaluation is necessary to assess the results of the video content.*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Tugas akhir merupakan aspek inti dalam serangkaian tahap pembelajaran yang harus dijalani oleh mahasiswa sebagai syarat meraih kelulusan serta memperoleh gelar sarjana dari STIE YKPN Yogyakarta. Terdapat berbagai jenis tugas akhir yang dapat dipilih di STIE YKPN, penulis memutuskan untuk mengambil jalur tugas akhir berupa magang, menganggapnya sebagai kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktis yang sangat berharga. Melalui proses magang ini, penulis optimis bahwa dengan mengikuti magang dapat meningkatkan mutu, potensi, dan profesionalismenya secara personal, sekaligus mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama masa studi di dalam lingkungan perusahaan tempat melakukan magang.

Magang ini berlangsung selama 3(tiga) bulan, dan akhirnya penulis diminta untuk menyusun serta mengajukan laporan akhir magang. Selain memberikan manfaat yang signifikan dalam peningkatan kompetensi di dunia kerja bagi penulis, program magang juga memiliki peran yang signifikan dalam mempererat hubungan kerjasama antara STIE YKPN dan perusahaan tempat magang.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membawa dunia memasuki era digital. Teknologi informasi berdampak pada berbagai aspek kehidupan manusia seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan. Sektor bisnis di era digital saat ini mengalami perubahan akibat adanya teknologi informasi. Perubahan bisnis dari sistem tradisional menjadi sistem yang berbasis digital dikenal dengan sebutan transformasi digital yang digambarkan sebagai integrasi antara teknologi informasi dan bisnis menjadi satu kesatuan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Transformasi digital menjadi pemicu adanya pertumbuhan inovasi dan produktivitas di berbagai kegiatan perusahaan. Adanya transformasi digital dipengaruhi dan didukung oleh adanya internet sehingga segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Teknologi informasi menghasilkan informasi yang sangat dibutuhkan dalam menunjang kegiatan bisnis perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan, seperti efisiensi layanan publik dan meningkatnya kesejahteraan melalui informasi, data, dan pengetahuan. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi kebutuhan dan keharusan bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan usaha untuk memenangkan persaingan serta mendukung perusahaan untuk semakin berinovasi dalam mengembangkan layanan yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan efisiensi waktu dan biaya serta meningkatkan hasil penjualan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam hal digital yaitu PT Telkom Indonesia yang merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana layanan PT Telkom Witel Yogyakarta untuk mendukung bisnis di Indonesia yang diharapkan konsumen dapat memenuhi kebutuhan pemasaran hingga finansial yang didukung oleh internet handal dari Telkom Indonesia.

## **Tujuan Magang**

Dalam setiap kegiatan memiliki tujuan tertentu dalam pelaksanaannya agar tercipta sebuah hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Adapun tujuan mahasiswa melakukan magang kerja sebagai berikut:

1. Mahasiswa dapat mengetahui secara umum profil perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Yogyakarta agar mahasiswa mendapatkan wawasan mengenai perusahaan di bidang informasi dan komunikasi di Indonesia.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Meningkatkan keterampilan mahasiswa secara individu dan bekerja sama dalam kelompok untuk menjadi pekerja yang profesional dibidangnya setelah tamat kuliah.
3. Untuk memperoleh gambaran nyata tentang penerapan atau implementasi dari ilmu atau teori yang selama ini selama ini diperoleh di bangku kuliah dan membandingkan dengan kondisi nyata yang ada di lapangan.
4. Untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan strata satu program Studi Manajemen, STIE YKPN Yogyakarta



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

### PROFIL PERUSAHAAN

#### Sejarah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia adalah sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang beroperasi dalam bidang informasi dan komunikasi. Awal mula PT. Telkom Indonesia dapat ditelusuri dari pendirian sebuah badan usaha swasta pada era kolonial pada tahun 1882 yang menyediakan layanan pos dan telegraf. Pada tanggal 23 Oktober 1856, layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama kali dioperasikan dengan menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor. Pada era perusahaan negara pada tahun 1961, badan usaha tersebut diubah statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Pada tahun 1965, PN Postel dibagi menjadi dua perusahaan, yaitu Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1991, perusahaan berubah status menjadi Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia. Perubahan ini merupakan langkah awal perusahaan ini menjadi perusahaan publik. Pada tahun 2009, PT. Telekomunikasi Indonesia menetapkan tahun tersebut sebagai momen penting untuk merayakan hari lahir perusahaan mereka. TELKOM, atau PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang beroperasi di Indonesia dan berfokus pada penyediaan layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah tersebut.

#### Logo PT. Telekomunikasi Indonesia

Pada tanggal 23 Oktober 2009, PT. Telekomunikasi Indonesia merilis logo baru mereka sebagai bagian dari perubahan identitas perusahaan. Logo baru ini mencerminkan *brand positioning* yang disebut "*Life Confident*" yang menjanjikan pemberian keahlian dan dedikasi kepada semua pelanggan untuk mendukung kehidupan mereka di mana pun berada. *Brand*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

*positioning* ini diwujudkan melalui pendekatan "*service culture*" baru yang meliputi nilai-nilai seperti *expertise, empowering, assured, progressive* and *heart*.

## Visi dan Misi PT Telekomunikasi Indonesia

### Visi

“Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat”.

### Misi

1. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

## AKTIVITAS MAGANG

### 1. Membuat Kontrak Berlangganan

PT Telkom Witel Yogyakarta sebagai penyedia layanan internet membuat kontrak berlangganan yang akan ditanda tangan oleh pelanggan dan manajer dari divisi *Business Service* diatas materai. Kontrak berlangganan memiliki ketentuan mengenai lamanya kontrak, lampiran biaya yang harus dibayarkan, serta layanan atau manfaat yang diterima pelanggan selama periode kontrak. Kontrak berlangganan PT Telkom Witel Yogyakarta bertujuan untuk saling mengikatkan diri antara kedua belah pihak dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang sesuai dengan pasal-pasal yang sudah tertera dalam kontrak.

### 2. Membuat Berita Acara

Berita Acara Siap Operasi (BASO) adalah dokumen resmi yang dibuat oleh sebuah organisasi atau proyek untuk menyatakan bahwa segala persiapan dan uji coba operasional

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

telah selesai dilaksanakan dan proyek siap untuk memulai kegiatan operasional secara penuh. Berita Acara *Close Order* adalah dokumen yang digunakan untuk mengkonfirmasi penyelesaian pesanan layanan internet antara penyedia layanan dan pelanggan. Pada PT Telkom Witel Yogyakarta terdapat 2 (Dua) macam Berita Acara *Close Order* yaitu *Deactivation Order* (DO) dan *Resumption Order* (RO). *Deactivation Order* (DO) adalah instruksi yang dikeluarkan oleh penyedia layanan untuk menonaktifkan layanan, akun, atau perangkat karena terjadi pelanggaran kontrak, non pembayaran, atau ketika layanan tidak lagi diperlukan. *Resumption Order* (RO) adalah instruksi yang dikeluarkan oleh penyedia layanan untuk mengaktifkan kembali layanan, akun, atau perangkat yang telah dinonaktifkan sebelumnya.

### 3. Konten Digital

Konten digital adalah segala bentuk informasi, materi, atau media yang dibuat dan didistribusikan dalam format elektronik. Konten ini dapat mencakup berbagai jenis, seperti teks, gambar, audio, video, dan interaktif. Pada saat melakukan magang di PT Telkom Witel Yogyakarta, penulis berkesempatan membuat beberapa konten untuk media sosial Tiktok Indibiz Yogyakarta.

### 4. Survey POI (*Point of Interest*)/ Survey Validasi Data Perusahaan

Survey POI/survey validasi data layanan internet merupakan metode untuk mengumpulkan informasi dari pelanggan atau pengguna layanan internet untuk memastikan bahwa layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Survey ini membantu PT Telkom Witel Yogyakarta untuk memahami kepuasan pelanggan, mengidentifikasi masalah, dan memperbaiki layanan internet PT Telkom Witel Yogyakarta. Metode survey yang digunakan adalah mendatangi langsung lokasi pelanggan sesuai titik koordinat yang telah dibuat dari database. Survey dilakukan dengan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mewawancarai langsung pelaku usaha baik owner maupun karyawannya untuk menjawab beberapa pertanyaan yang sudah disediakan di *google form* atau aplikasi *My Siis*.

## 5. Menyusun Notula dalam Kunjungan Penawaran Produk

PT Telkom Witel Yogyakarta menggunakan metode penjualan langsung dimana perwakilan dari perusahaan berkunjung langsung kepada calon pelanggan untuk memperkenalkan produk dari PT Telkom Witel Yogyakarta. Peran penulis dalam kunjungan ini adalah membuat notula tentang diskusi pembicaraan selama kunjungan berlangsung. Penulis melakukan kunjungan di SMP IT Darussalam 2 Cangkringan pada Rabu, 1 November 2023 pukul 11.00 WIB bersama perwakilan AM (*Account Manager*) dan SF (*Sales Force*) PT Telkom Witel Yogyakarta. Kunjungan dilakukan untuk menawarkan produk dari Telkom yaitu aplikasi “Pijar Sekolah” serta berdiskusi mengenai layanan internet yang digunakan oleh SMP IT Darussalam 2 Cangkringan.

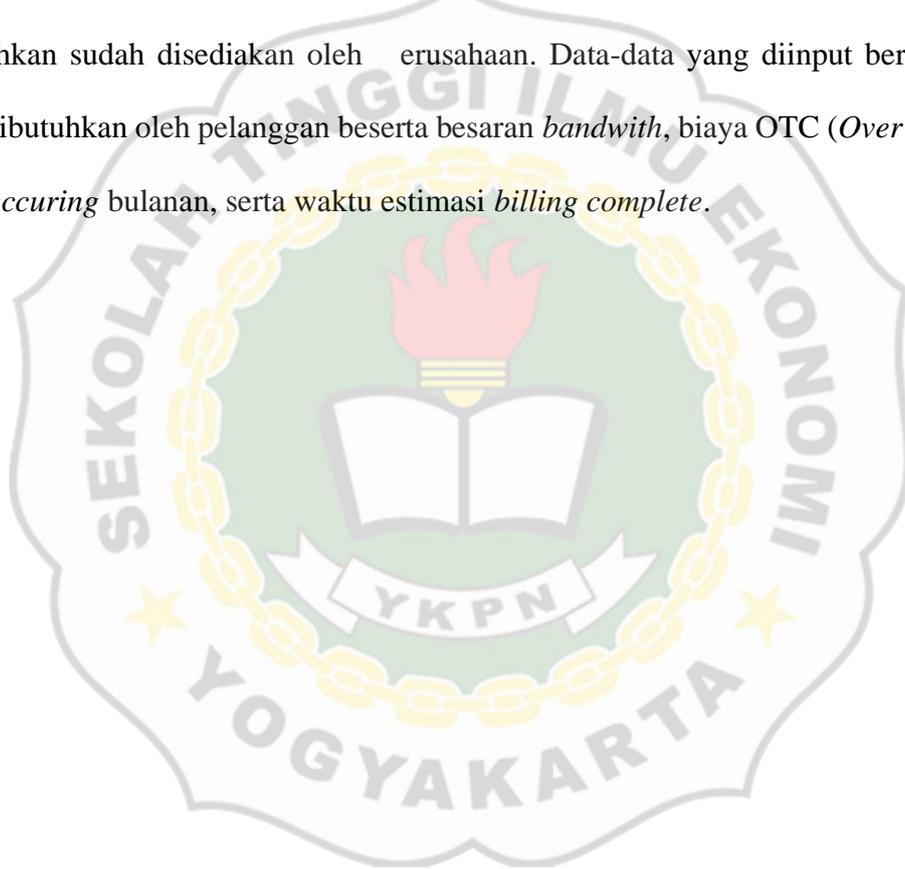
## 6. Menjelaskan Produk IoT Telkom saat mendapat Kunjungan

IoT (*Internet of Things*) diprogram ke dalam objek atau perangkat yang memungkinkannya untuk berinteraksi, mengontrol, dan bertukar data dengan perangkat lain yang tersambung ke internet. Dengan menggunakan berbagai data, instruksi, dan sistem untuk pembelajaran mandiri, perangkat yang diprogram oleh IoT memiliki kemampuan untuk melakukan tugas, berpikir, bertindak, dan merespon secara rasional seolah-olah mereka adalah manusia. Pada tanggal 22 November 2023, PT Telkom Witel Yogyakarta divisi *business service* mendapat kunjungan dari mahasiswa magang PT Telkom Witel Magelang. Penulis berkesempatan untuk mendeskripsikan tentang produk Telkom yaitu Antares. Antares menawarkan platform IoT baik untuk perangkat maupun aplikasi, berdasarkan standar *One Machine-to-Machine* (M2M) dengan beragam fitur dan kapasitas data tanpa batas.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 7. Input Proyek pada website MyTens GoBeyond

MyTens GoBeyond App adalah aplikasi yang menyediakan layanan pra-penjualan (menjelajah produk, daftar pelanggan, daftar proyek, serta aktivitas harian AM) dan layanan pasca-penjualan (pengiriman dan dukungan) produk Telkom untuk pelanggan perusahaan yang dikelola oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Telkom). Pada proses input proyek melalui website *MyTens GoBeyond*, data-data atau informasi yang dibutuhkan sudah disediakan oleh perusahaan. Data-data yang diinput berupa layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan beserta besaran *bandwith*, biaya OTC (*Over the counter*) dan *Reccuring* bulanan, serta waktu estimasi *billing complete*.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## LANDASAN TEORI

### Manajemen

Manajemen sebagai suatu proses berarti usaha sistematis yang dilakukan untuk menjalankan suatu pekerjaan. Proses disini merupakan serangkaian Tindakan yang berjenjang, berlanjut, dan berkait dilakukan untuk menggapai sesuatu yang telah ditetapkan.(Verawati, 2009).

Berikut adalah rincian lebih lanjut mengenai proses manajemen:

1. Perencanaan (*Planning*)

Merupakan tahap awal manajemen yang melibatkan tujuan organisasi, mengevaluasi sumber daya yang diperlukan, dan merancang strategi untuk mencapai tujuan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Proses ini melibatkan strukturisasi dan penataan sumber daya meliputi pemilihan dan penempatan sumber daya manusia, pengaturan tugas dan tanggung jawab, serta penciptaan kerangka kerja organisasi.

3. Penggerakan (*Directing*)

Proses ini melibatkan motivasi, membimbing, dan memberikan arahan kepada anggota tim atau pekerja untuk bekerja menuju pencapaian tujuan.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Merupakan tahap evaluasi dan pemantauan kinerja yang melibatkan perbandingan antara hasil dengan tujuan, serta mengambil tindakan korektif jika diperlukan.

### Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.(Swastha, Basu, 2014)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Strategi pemasaran yang disebut juga dengan konsep 4P meliputi:

## 1. Produk (*Product*)

Produk mencakup semua atribut layanan yang ditawarkan oleh Perusahaan, termasuk desain produk, kualitas, fitur, merek, dan segala sesuatu yang membuat produk tersebut unik. Produk yang ditawarkan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk antara lain:

- 1) Astinet
- 2) Indibiz
- 3) *Omni Communication Assistant* (OCA)
- 4) Netmonk
- 5) Pijar Sekolah
- 6) Antares

## 2. Tempat (*Place*)

Menentukan cara produk akan didistribusikan dan diakses oleh pelanggan. Hal ini melibatkan pemilihan saluran distribusi, strategi distribusi fisik, dan lokasi tempat penjualan.

## 3. Promosi (*Promotion*)

Melibatkan semua kegiatan pemasaran dan komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produk atau layanan kepada target pasar. Promosi melalui Tiktok dan Instagram dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif, terutama karena keduanya adalah platform media sosial yang sangat populer terutama di kalangan generasi muda.

## 4. Harga (*Price*)

Penetapan harga produk atau layanan harus sesuai dengan permintaan pasar dan bersaing dengan produk sejenis. Strategi harga dapat mencakup penetapan harga premium, penetapan harga diskon, atau strategi harga bersaing.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Sistem Informasi Manajemen**

Sistem Informasi Manajemen, yaitu Sistem Informasi yang mengeluarkan input, output, dan bermacam fungsi lain yang outputnya diperlukan bagi keperluan khusus pada aktifitas pimpinan (Hadi et al., 2021). SIM pada perusahaan PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk menggunakan aplikasi MyTens GoBeyond dan MySiis. MyTens GoBeyond merupakan layanan digital yang sudah terintegrasi untuk pelanggan dan calon pelanggan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Sedangkan MySiis adalah sebuah *touch point* resmi dari Telkom yang digunakan untuk melakukan kegiatan survey POI.

## **Komunikasi Digital**

Menurut Badri (2022) Kemampuan komunikasi digital merupakan keterampilan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan menjalin hubungan dengan orang lain. Ini menjadi keahlian yang esensial bagi individu di era modern. Keterampilan komunikasi digital juga mencakup kemampuan berkolaborasi dengan orang lain menggunakan media dan teknologi digital. Ini merujuk pada kecakapan dalam memilih saluran komunikasi digital yang sesuai untuk berinteraksi dengan rekan kerja, atasan, dan mitra bisnis.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis

#### 1. Konten Tiktok yang tidak terkonsep

Pembuatan video untuk konten tiktok yang dilakukan oleh divisi *business service* PT Telkom Witel Yogyakarta dinyatakan tidak berkonsep mengacu pada video yang dibuat secara spontan tanpa ada perencanaan sebelumnya yang mengakibatkan hasilnya tidak optimal. Isi konten yang kurang bervariasi merujuk pada situasi di mana materi atau informasi yang disampaikan cenderung monoton dan terbatas pada tema atau gaya tertentu.

#### 2. Kurangnya *product knowledge*

Semua internal karyawan PT Telkom Witel Yogyakarta yang tidak dibekali dengan pengetahuan yang cukup mengenai produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan merasa kebingungan saat diminta untuk menjelaskan produk perusahaan apabila terdapat kunjungan.

### Pembahasan

#### 1. Konten Tiktok yang tidak terkonsep

Menyusun konten TikTok yang komunikatif memerlukan pendekatan yang kreatif dan menarik untuk menangkap perhatian pemirsa dalam waktu singkat. Berikut adalah beberapa tips untuk menyusun konten TikTok yang efektif dan komunikatif:

- 1) Memahami target audience dan mengenali minat dan kebutuhan mereka untuk menyusun konten yang relevan.
- 2) Menetapkan tujuan yang jelas untuk konten yang dibuat. seperti menghibur, mengedukasi, atau mempromosikan produk serta menjelaskan pesan utama yang ingin disampaikan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- 3) Menggunakan narasi yang menarik untuk membangun ketertarikan.
  - 4) Memastikan konten yang dibuat relevan dengan tren terkini atau topik-topik populer yang menarik perhatian pengguna TikTok.
  - 5) Menggunakan efek visual dan suara yang menarik untuk meningkatkan kreativitas konten serta melakukan eksplorasi berbagai fitur efek, filter, dan suara yang disediakan oleh TikTok.
  - 6) Memilih musik yang cocok dengan suasana dan pesan yang ingin disampaikan. Musik yang populer atau lagu yang sedang tren dapat meningkatkan daya tarik video.
  - 7) Menggunakan bahasa tubuh dan ekspresi wajah untuk menyampaikan pesan supaya menarik perhatian penonton.
  - 8) Memberi tahu penonton untuk melakukan sesuatu setelah menonton video, seperti memberikan *like*, mengikuti akun, atau mengunjungi tautan.
2. Kurangnya *product knowledge*
- Untuk meningkatkan *product knowledge*, perusahaan dapat menyediakan sosialisasi produk Telkom kepada seluruh internal karyawan PT Telkom Witel Yogyakarta pada 2 (dua) hari awal masa orientasi. Sosialisasi *product knowledge* (pengetahuan produk) melibatkan serangkaian langkah atau tahapan untuk memastikan bahwa anggota tim atau pelanggan memahami produk dengan baik.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Aswiputri, M. (2022). Literature Review Determinasi Sistem Informasi Manajemen: Database, Cctv Dan Brainware. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 312–322. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.821>
- Badri, M. (2022). Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 291–303. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653>
- digitalbisa. (n.d.). *Antares*. Retrieved from [leap.digitalbisa.id](https://leap.digitalbisa.id): <https://leap.digitalbisa.id/en/our-product/antares>
- Hadi, S., Taswanda, S., Ferhat Aziz, T., & Taryo, T. (2021). *Universitas Pamulang Manajemen S-2 Sistem Informasi Manajemen Sistem Informasi Manajemen* (Issue 1). redERP. (2023, Maret 27). *Sistem Informasi Manajemen: Pengertian, Jenis, Tujuan, hingga Contohnya*. Retrieved from [rederp.co.id](https://rederp.co.id): <https://rederp.co.id/blog/sistem-informasi-manajemen/>
- Siregar, E. (2022). *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Bandung: Penerbit Widina.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Telkom. (2020). *Tentang Telkomgroup*. Retrieved from [telkom.co.id](https://www.telkom.co.id): [https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id\\_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22](https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22)
- Telkom. (2023). *IndiBiz*. Retrieved from [telkomdbs.com](https://telkomdbs.com): <https://telkomdbs.com/IndiBiz/>
- Verawati, B. R. (2009). Gambaran Manajemen Literatur. *Universitas Indonesia*, 7–43. [lib.ui.ac.id/file?file=digital/126487-S.Gambaran manajemen](https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/126487-S.Gambaran%20manajemen).