

RESEARCH ARTICLE

Pengembangan Konten Transmedia Program *Innovation Day* PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Mella Rahensa, Agus Pratondo* and Rikman Roedavan

Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Jawa Barat, Indonesia

*Corresponding author: agus@tass.telkomuniversity.ac.id

Received on 10 September 2024; accepted on 15 October 2024

Abstrak

Limitations of face-to-face activities during the COVID-19 pandemic have led many companies to shift their events online, broadcasting them on specific platforms such as YouTube and Instagram to ensure that operations continue effectively despite the restrictions. In this regard, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. has provided a platform for sharing knowledge through the online program called *Innovation Day*, which is live-streamed on the Microsite *Innovation Day* and also on YouTube. Since the event is conducted online, it requires a set of assets such as animations, videos, designs, and online media collectively referred to as the multimedia set called 'Transmedia.' The ultimate goal is to create interactive video productions that will be showcased on the website and YouTube channel of *Innovation Day*, providing valuable knowledge to both the internal Telkom Grup audiens and the general publik through the development of transmedia content for the *Innovation Day* program. The total production of *Innovation Day* content has reached 23 videos, consisting of 19 public broadcasts and 4 internal Telkom Group broadcasts.

Key words: *Transmedia, Content, Webinar, Multimedia Aset.*

Pendahuluan

Perkembangan produksi video dan juga film sangat pesat perkembangannya, kebutuhan dalam kegiatan video promosi dan edukasi lebih interaktif dibandingkan menggunakan foto. Salah satu perkembangannya yaitu *sharing knowledge* menggunakan media *online* atau yang sering kita dengar dengan sebutan webinar. Dimana web seminar (WEBINAR) mulai ramai dibicarakan sejak adanya pandemi COVID-19 pada tahun 2020 silam. Dikarenakan keterbatasan kegiatan tatap muka pada saat pandemi COVID-19, banyak perusahaan yang membuat acara secara *online* melalui *live streaming* seperti webinar. Salah satunya perusahaan yang melakukan kegiatan menggunakan web seminar adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Untuk menjalin hubungan antara karyawan dengan perusahaan, PT Telkom Indonesia memberikan wadah *sharing knowledge* melalui program *Innovation Day*.

Innovation Day merupakan sarana belajar, berbagi ilmu, dan berinovasi bersama dengan Leap Telkom Digital yang menghadirkan para ahli dibidangnya. *Innovation Day* berdiri sejak tahun 2016 yang dibentuk sebagai wadah bagi karyawan Telkom untuk memberikan *sharing knowledge* secara *offline* di internal telkom saja, semakin berkembangnya waktu terlebih pada masa COVID-19, *Innovation Day* bertransformasi menjadi kegiatan *online* berbasis web seminar yang dilakukan secara *live streaming*. Kegiatan tersebut memerlukan produk multimedia seperti animasi, gambar, desain, audio, video, dan yang lainnya karena dilakukan secara *online*. Dan di sebarakan melalui berbagai

platform seperti Instagram dan Youtube dimana hal tersebut berkaitan dengan adanya transmedia. Tujuannya yaitu mengetahui sistem serta tahapan pengembangan konten transmedia pada program *Innovation Day* dalam memberikan pengetahuan kepada *audiens* baik internal Telkom grup maupun publik guna meningkatkan *engagement* program *Innovation Day*.

Tinjauan Pustaka

Transmedia

Transmedia adalah sebuah konsep dalam karya seni, hiburan, atau pemasaran dimana sebuah cerita diperluas dan diperkaya melalui penggunaan berbagai *platform* media yang saling terhubung. Dalam transmedia, cerita atau konten diceritakan melalui media yang berbeda, seperti contoh permainan video, situs web, media sosial dan yang lainnya. Setiap media memberikan kontribusi unik dalam cerita secara keseluruhan, dan *audiens* diundang untuk berpartisipasi dalam eksplorasi dan pemahaman cerita melalui berbagai saluran media. Transmedia bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam, terlibat, dan *holistic* bagi *audiens*, serta memperluas dan memperkaya narasi di luar batasan satu media tunggal [1]. Produk Transmedia merupakan sebuah produk multimedia yang sangat kompleks. Produk ini harus dapat disebar ke dalam berbagai jenis media dan menjangkau berbagai tipe *audiens* yang memiliki karakteristik berbeda. Sehingga

tidak ada jaminan untuk dapat menghasilkan tingkat *engagement* yang sama untuk sebuah produk Transmedia di berbagai media. Transmedia *Development Life Cycle* (TDL) merupakan sebuah siklus pengembangan produk Transmedia yang diawali dengan proses analisis kebutuhan market, pengembangan produk dan peluncuran produk.

Konten

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan - laporan, dan lain - lain. Menurut Simarmata (2011), konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik [2]. Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah "artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku" (*the articles or parts contained in a magazine or book*) [3].

Web Seminar (Webinar)

Webinar adalah akronim dari kata web dan seminar. Sementara arti dari kata seminar adalah pertemuan atau persidangan untuk membahas suatu masalah di bawah pimpinan ahli. Maka dapat dikatakan bahwa webinar adalah kegiatan seminar yang dilakukan secara *online* atau melalui media digital. Dalam webinar, seminar yang biasa dilakukan secara langsung dialihkan ke webinar. Melalui jaringan internet dan tidak perlu hadir ke suatu tempat [4].

Aset Multimedia

Aset multimedia merujuk pada kumpulan berbagai jenis media. Aset multimedia biasanya digunakan pada konteks desain grafis, produksi video, dan berbagai proyek kreatif lainnya. Contoh aset multimedia meliputi gambar, audio, video, animasi, teks, dan elemen pendukung lainnya seperti kamera, *microphone*, laptop, dan yang lainnya. Aset multimedia digunakan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, memvisualisasikan konsep, menyampaikan informasi, atau menciptakan atmosfer tertentu dalam suatu karya.

Engagement

Engagement secara sederhana berarti komunikasi dua arah, yang menurut pakar komunikasi Wilbur Schramm (pada 1954) adalah komunikasi interaksional [5]. Kunci dari komunikasi interaksional ini adalah umpan balik (*feedback*) atau tanggapan terhadap pesan atau konten tertentu. Pentingnya *feedback* ini diungkapkan praktisi pemasaran *online* dan penulis beberapa buku tentang media sosial Jason Falls. *Engagement* pada program *Innovation Day* diukur dari interaksi berupa jumlah *viewers* pada video dan berupa *likes*, komen, *share* dan juga jumlah jangkauan konten tersebut pada *platform* Instagram [6].

Metodologi Penelitian

Proses produksi program *Innovation Day* diikuti oleh beberapa tahapan dari mulai *pra-event*, *event*, dan *post-event* 1. Dimana metode pengerjaannya kompleks dan saling terhubung satu sama lain.

Pra-Event

Pra-event merupakan salah satu tahapan awal pada proses produksi program *Innovation Day* dengan tujuan agar proses produksi berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang direncanakan. Pada tahap ini juga akan menentukan bagaimana pembuatan *asset* multimedia dan strategi penyebaran konten transmedia untuk meningkatkan *engagement*.

- *Speaker*

Table 1. Proses Produksi Program Innovation Day

No	Tahapan	Role Job/ activities
1	Pra - Event	Search Speaker
		Perencanaan Ide
		Briefing
		Desain Poster/ flyer
		Landing Page
		Manage sertifikat Asets
		Content Writer
		Visual lower third and Intro
		Marketing Communication
		Moderator
2	Event	Host
		Co-Host
		Admin Slido
		Operator v-Mix
		Visual lower third QnA Pemenang
		Analitik Youtube Google
		Quality Check
		LinkAja
3	Post-Event	Merchandise
		Cuplikan Video



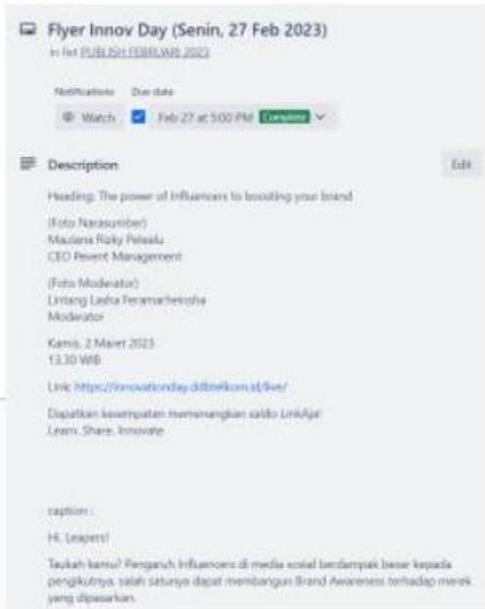
Gambar 1. Fitur "Be Our Speaker!".

Calon *speaker* langsung menghubungi tim *Innovation Day* melalui Whatsapp atau *direct message Instagram* yang telah terintegrasi pada website *Innovation Day*. Atau bisa langsung *booking* jadwal pada website *Innovation Day* pada fitur "Be Our Speaker!" 1.

- Perencanaan Ide
Perencanaan ide dilakukan ketika sudah mengetahui bidang yang dikuasai oleh calon *speaker*. Perencanaan dilakukan untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan merencanakan tema/judul pada acara *Innovation Day* 2.
- Briefing
Tahapan diskusi bersama dengan *speaker* yang membahas mengenai hal hal yang harus dilakukan ketika acara berlangsung agar tidak terjadi kesalahan. *Briefing* dilakukan secara *online via google meet* dan penulis menjelaskan secara rinci aturan acara kepada *speaker*.
- Content Writer



Gambar 2. Perencanaan Ide.



Gambar 3. Content Writer.



Gambar 4. Warna.

Content writer menciptakan tulisan yang menarik dan informatif pada caption di postingan poster Instagram sehingga audiens penasaran dengan tayangan tersebut 3.

- Desain flyer
 - Warna

Guideline warna yang digunakan pada feeds Instagram akun Innovation Day yakni hijau (kode : 00974A) , biru (kode : 54ACBC) , kuning (kode : F2B121), dan ungu (kode : 7D67F8). Warna tersebut dipilih dikarenakan merupakan warna kuat dan solid 4.

- Font

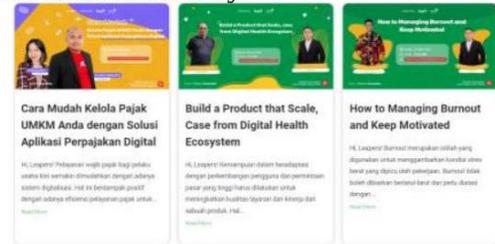
Paytone One Outfit Quicksand Poppins

Gambar 5. Font.

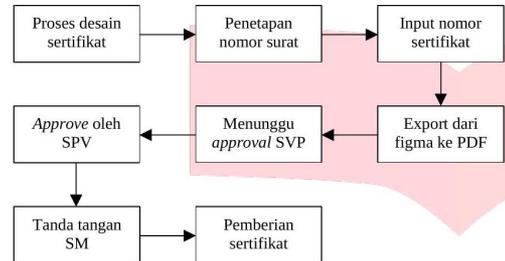


Gambar 6. Layout.

IDC INNOVATION Day.



Gambar 7. Landing Page.



Gambar 8. Manage sertifikat dan Aset .

Guideline font atau bentuk tulisan yang digunakan pada feeds Instagram akun Innovation Day yakni Paytone One, Poppins, Outfit, dan Quicksand 5.

- Layout

Guideline layout header dan footer pada postingan akun Instagram Innovation Day dapat diganti sesuai dengan desain yang dibuat. Berikut beberapa contoh layout header dan footer feeds Instagram dan thumbnail Youtube akun Innovation Day 6.

- Landing Page

Tim Innovation Day yang bertanggung jawab atas job role tersebut akan membuat link acara Innovation Day di Microsite Innovation Day dan Youtube Innovation Day.

- Manage sertifikat dan Aset 8.
- Visual lower third & Intro Bumper

Bumper opening yang merupakan alat yang efektif dalam menciptakan identitas, membangun ekspektasi, dan memberikan pengalaman yang lebih profesional serta menarik bagi audiens. Bumper opening mengandung banyak elemen seperti logo, musik, informasi acara, dan desain visual yang khas. Pembuatan visual lower third juga sangat penting, yang isinya mengandung judul acara, nama speaker, title speaker, nama moderator, serta jadwal acara Innovation Day.

- Marketing Communication



Gambar 9. Visual lower third & Intro Bumper.

Menurut Philip J. Kitchen *marketing communication* adalah interaksi komunikasi dua arah antara organisasi dan khalayak yang ditujukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan *audiens*, serta menciptakan, berbagi, dan pertukaran informasi yang relevan dan bermakna.

- **Event**

Event merupakan tahapan eksekusi, dimana hasil dari kegiatan *pra-event* di implementasikan. Pada tahap *event* banyak role job yang harus bekerjasama agar produksi berjalan dengan lancar [7].

- Moderator

Bertanggung jawab dalam memimpin jalannya acara *Innovation Day* dari awal hingga akhir. Peran moderator yaitu memastikan bahwa diskusi berjalan dengan lancar, berdiskusi bersama dengan *speaker*, serta mengatur waktu pada acara.

- Host

Bertanggung jawab untuk menghubungkan antara moderator dan *speaker* terkait pertanyaan *audiens*, sehingga moderator dapat membaca pertanyaan dan juga kuis. *Host* juga bertanggung jawab atas materi presentasi *speakers* berupa PDF ataupun PPT.

- Co-Host

Bertanggung jawab sebagai admin pada slido untuk menyapa para *audiens* yang sedang menonton tayangan *Innovation Day*, bertanggung jawab untuk memilah pertanyaan di slido, sehingga pertanyaan tersebut dapat langsung dibuatkan *visual lower third*, juga bertanggung jawab untuk memilih 2 pemenang kuis dan 2 pemenang pertanyaan terbaik.

- Admin Slido

Bertanggung jawab dalam bagian kuis di slido, tugasnya yaitu melakukan *input* pertanyaan yang telah dibuat oleh *speaker* melalui slido yang telah terintegrasi oleh tayangan *Innovation Day* yang akan datang. Bertanggung jawab pula sebagai admin kuis yang tugasnya *start kuis* dan *end kuis*.

- Operator V-Mix

Vmix merupakan satu perangkat lunak yang digunakan untuk *live streaming*. Vmix digunakan dalam siaran agar bisa menghadirkan kualitas pada saat *live streaming* berlangsung. Vmix membantu para penggunaannya untuk bisa melakukan racikan *broadcasting* dengan baik, sehingga video yang di hasilkan terlihat menarik.

- Visual Lower Third QnA

Bertanggung jawab untuk membuat *lower third QnA audiens* ketika sedang live dan juga membuat *lower third* nama pemenang kuis dan pertanyaan terbaik.

- Analitik Youtube

Bertanggung jawab untuk memantau secara berkala terkait *viewers* acara *Innovation Day* di Youtube dan *screenshot* pemantauan terakhir sebagai dokumentasi.

- Quality Check

Bertanggung jawab dalam memastikan *live streaming* pada *Microsite* tidak ada masalah dan sudah mencapai standar kualitas tertentu serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan.



Gambar 10. Moderator.

- **Post-Event**

Post-event merupakan tahapan akhir dari proses produksi acara khususnya *Innovation Day*. Dimana terdapat pembagian hadiah pemenang dan pengiriman merchandise kepada narasumber.

- Distribusi Link Aja (Hadiah)

Bertanggung jawab untuk membagikan hadiah uang tunai menggunakan LinkAja.

- Distribusi Merchandise

Bertanggung jawab untuk memberikan *merchandise* berupa kaos, gantungan kunci, totebag, dan *card holder* kepada *speaker*.

Hasil dan Pembahasan

Implementasi

Implementasi pada pengembangan konten transmedia program *Innovation Day*, yaitu memberikan implementasi berupa hasil desain dan juga video yang dikembangkan melalui transmedia. Berikut adalah produk video *Innovation Day* selama 1 tahun *internship*.

1. *Am I Financially Independent?* (9 Agustus 2022) as *Moderator* dapat dilihat pada gambar 10.
2. *Maintain Defect Software Implementation* (25 Agustus 2022) as *Designer* dapat dilihat pada gambar 11.
3. *Enhance Your StartUp with Indigo Incubator & Accelerator* (22 September 2022) as *Co-Host* dapat dilihat pada gambar 12 & 13.

Hasil Implementasi

Hasil implementasi dari acara dan *design*, penulis menggunakan Youtube analitik pada fitur *channel* analitik dan Instagram analitik untuk melihat *insight* secara keseluruhan. Hasil ini dapat membantu memahami bagaimana konten program *Innovation Day* dengan tahapan konten transmedia dapat diterima oleh *audiens*.

1. *Insight* akun Youtube 14
2. Jangkauan Akun Instagram 15
3. *Viewers* 16



Gambar 11. Desainer.



Gambar 15. Jangkauan Akun Instagram.



Gambar 12. Co-Host.



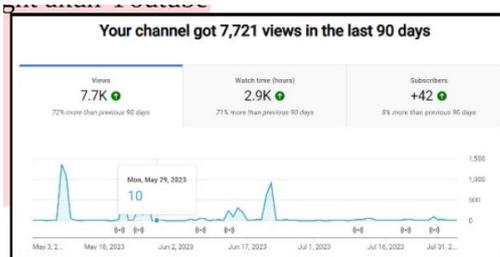
Gambar 16. Viewers.



Gambar 13. Co-Host.

Table 2. Pengujian

Poin	Keterangan
5	Sangat Puas
4	Puas
3	Cukup
2	Tidak Puas
1	Sangat Tidak Puas



Gambar 14. Insight akun Youtube.

Pengujian

Pengujian dilakukan menggunakan *feedback* dari para *audiens* ketika acara *Innovation Day* berjalan dan jumlah total tayangan per sub kategori. Link *feedback* diberikan dibawah slido setiap live *Innovation Day*. Berikut merupakan sample yang *feedback audiens* yang diambil dari bulan juli 2022 sampai desember 2022 berjumlah 21 responden dengan indikator sebagai berikut: 2

Berikut 17 merupakan sampel hasil dari *feedback* yang diberikan kepada *audiens* setiap acara *Innovation* yang diambil dari bulan juli 2022 hingga bulan desember 2022. Dari data yang diambil terdapat 21 koresponden yang mengisi *form feedback*. Dari nilai rata-rata yang didapatkan, penulis mendapatkan nilai rata-rata lebih dari 4,5 dimana

Pemeriksaan	Kategori						
1	1	2	3	4	5	6	7
2	1	2	3	4	5	6	7
3	1	2	3	4	5	6	7
4	1	2	3	4	5	6	7
5	1	2	3	4	5	6	7
6	1	2	3	4	5	6	7
7	1	2	3	4	5	6	7
8	1	2	3	4	5	6	7
9	1	2	3	4	5	6	7
10	1	2	3	4	5	6	7
11	1	2	3	4	5	6	7
12	1	2	3	4	5	6	7
13	1	2	3	4	5	6	7
14	1	2	3	4	5	6	7
15	1	2	3	4	5	6	7
16	1	2	3	4	5	6	7
17	1	2	3	4	5	6	7
18	1	2	3	4	5	6	7
19	1	2	3	4	5	6	7
20	1	2	3	4	5	6	7
21	1	2	3	4	5	6	7
22	1	2	3	4	5	6	7
23	1	2	3	4	5	6	7
24	1	2	3	4	5	6	7
25	1	2	3	4	5	6	7
26	1	2	3	4	5	6	7
27	1	2	3	4	5	6	7
28	1	2	3	4	5	6	7
29	1	2	3	4	5	6	7
30	1	2	3	4	5	6	7

V. KESIMPULAN

Gambar 17. Sample Feedback Audiens.

nilai tersebut dapat menjadi acuan bahwa *audiens* sudah puas dengan acara *innovation day* sesuai dengan indikator yang ada.

Kesimpulan

Berdasarkan perancangan terhadap sistem transmedia pada program *Innovation Day* di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Tahapan pengembangan konten transmedia dilakukan melalui 3 tahap, yaitu *pra-event*, *event* dan *post-event*, dengan strategi optimalisasi *asset audio*, visual, animasi serta publikasi acara yang berkolaborasi dengan pihak internal dan external Telkom grup. Dari implementasi pengembangan transmedia tersebut program *Innovation Day* memiliki *engagement* yang tinggi dikarenakan *platform* penyebarannya melalui Instagram, Youtube dan *Microsite*. Sehingga hasil proyek akhir ini dapat disimpulkan bahwa implementasi transmedia memiliki peran penting dan berkesinambungan terhadap acara program *Innovation Day*.

YANG BELUM , TABEL,

Daftar Pustaka

- Kurniawan AP, Sujana AP, Pratondo A, Pudjoatmodjo B, Prasetyanto F, Roedavan R, et al. Pengantar Rekayasa Perangkat Lunak: Metodologi Rekayasa Produk Multimedia. Bandung: Tel-U Press; 2023.
- Simarmata J. Rekayasa Web. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET; 2011.
- Dictionary CO. Cambridge University Press; 2021. [Online]. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/karaoke>.
- Blog G. Pengertian Webinar; 2023. [Online]. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-webinar/>.
- Schramm W. The Process and Effect of Mass Communication. New York: University of Illinois Press; 1985.
- HiDayatullah S. Pengertian Engagement di Media Sosial dan Cara Mengukurnya; 2020. [Online]. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/pengertian-engagement-di-media-sosial-dan-cara-mengukurnya>.
- Amalia YR. Divisi PR Dalam Event Gerrymagination. Interaksi Online. 2018;1(1).
- Bhariatta EC, Rufaidah IN, Adnina MR. Jual Beli Followers, Likes, Viewers di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB). 2019;9(1):32-45.
- Telkom IDD. About Us; 2023. [Online]. <https://InnovationDay.ddbtelkom.id/Innovation-Day/>.
- Erl yana Y, Bonjoni M. Perancangan Film Pendek "Tanya Sama Dengan". Rupa Rupa. 2017;3(2).
- Husna HT, Susanti F, Pratondo A. Perancangan Dan Implementasi Desain User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Pendidikan Seks Untuk Anak Usia 6-12 Tahun. EProceedings of Applied Science. 2020;6(2).
- Digital LT. About Us; 2023. [Online]. <https://leap.digitalbisa.id/#about-us>.
- Mahmudah SM, Rahayu M. Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. Jurnal Komunikasi Nusantara. 2020;2(1):1-9.
- Moloney K. Transmedia Journalism; 2021. [Online]. <https://transmediajournalism.org>.
- Tbk PTIP. About Telkomgroup; 2023. [Online]. https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/en_US/page/profile-and-brief-history-24.