

MAKALAH

ANALISA WEBSITE TELKOM INDONESIA

DOSEN PENGAMPU : Ir. Nurhayati., S.Si., M.Kom

KELOMPOK 1

NURMALA	236270009
ROZZIQIN	236270029
RAMADHANI	236270068
ADLIR RAZAK	236270019
AULIA RAHMAH	236270054
ALIYAH INAYYAH	236270033
KOMALA IDA ANDANI	236270059
MAWADA WARAHMAH	236270012



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini yang berjudul "Analisis Website Telkom Indonesia". Makalah ini disusun sebagai salah satu tugas dalam mata kuliah Interaksi Manusia dan Komputer

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan makalah ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Semoga makalah ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Penulis

Kelompok 1

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	III
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Pengertian Interaksi Manusia dan Komputer	1
1.2. Sejarah Interaksi Manusia dan Komputer	2
1.2.1. Tahun 1950-an	2
1.2.2. Tahun 1970-an	3
1.2.3. Tahun 1980-an	3
1.2.4. Tahun 1950-an	4
1.2.5. Tahun 1960-1970-an	4
1.2.6. Tahun 1970-1990-an	5
1.2.7. Tahun 1980-an	5
1.2.8. Tahun 1990-an	5
1.2.9. Tahun 2000-an	5
1.3. Tujuan Interaksi Manusia dan Komputer	5
1.3.1. Meningkatkan Pengalaman Pengguna (User Experience – UX).....	5
1.3.2. Meningkatkan Produktivitas dan Efisiensi	6
1.3.3. Keselamatan dan Keamanan.....	6
1.4. Inklusi dan Aksesibilitas	6
1.4.1. Inovasi Teknologi	6
1.5. Kekurangan dan Kelebihan Interaksi Manusia dan Komputer	7
1.5.1. Kelebihan:	7
1.5.2. Kekurangan:	7
BAB 2	9
ISI.....	9
2.1 . Sejarah website Telkom Indonesia	9
2.2. Sistem Penjualan	11
2.2.1. Cara Membeli Saham TLKM	11
2.2.2. Jenis-jenis Sistem Penjualan Telkom Indonesia.....	11
2.2.2.5. Penjualan Langsung:	12
2.2.3. Filosofi Logo dan Nama	12
2.3. Bahasa dan Desain website PT Telkom	14

2.3.1.	Bahasa yang Digunakan di Website PT Telkom	14
2.3.3.	Upaya PT. Telkom dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Internet Speedy dalam Memuaskan Pelanggan.....	15
2.4.	User Experience	17
BAB 3	18
PENUTUP	18
3.1.	Kesimpulan	18
3.2.	Saran	18
DAFTAR PUSTAKA	19

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Pengertian Interaksi Manusia dan Komputer

Interaksi Manusia Komputer (IMK), atau yang sering disebut sebagai Human Computer Interaction (HCI), merujuk pada cabang ilmu yang memperdalam aspek desain dan penggunaan teknologi komputer.

HCI menitikberatkan pada pemahaman antarmuka antara individu dan komputer, serta bagaimana merancang, dan menerapkan sistem komputer interaktif yang memuaskan pengguna. Ini adalah tentang bagaimana manusia dan sistem komputer, secara luas, berkolaborasi untuk mencapai tujuan Bersama.

Bidang Interaksi Manusia Komputer telah mengalami pertumbuhan pesat sejak awal kemunculannya. Saat komputer pribadi pertama kali dikenal sebagai *personal komputer* (PC). Pengguna awal harus menjalani pelatihan yang intensif agar dapat menggunakan perangkat ini dengan benar.

Pentingnya HCI muncul ketika pengalaman pengguna dengan komputer pada masa awal tersebut penuh dengan tantangan. Tugas sederhana seperti menjalankan kursor atau menghapus teks menjadi hal yang rumit dan sulit dilakukan oleh pengguna. Pada saat itu, kegunaan komputer dihadapkan pada berbagai hambatan yang signifikan. Pada awal tahun 1980-an, HCI muncul sebagai upaya untuk memahami bagaimana dan mengapa komputer dapat dirancang agar lebih ramah pengguna.

Seiring berjalannya waktu, bidang studi ini berkembang dan mencakup hampir semua aspek Teknologi Informasi (TI). Awalnya, HCI hanya membahas masalah yang dihadapi oleh pengguna pertama kali, tetapi kemudian berkembang untuk mempertimbangkan berbagai faktor, seperti:

- Kesenangan dan kenyamanan pengguna.
- Kesejahteraan pengguna, termasuk potensi kecanduan atau ketergantungan pada teknologi yang dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mereka.
- Efektivitas penggunaan teknologi, yang melibatkan bagaimana jaminan yang diberikan oleh desain memengaruhi kinerja keseluruhan.
- Alur penggunaan antarmuka atau *interface*.
- Dukungan untuk perkembangan manusia.

1.2. Sejarah Interaksi Manusia dan Komputer

1.2.1. Tahun 1950-an

Pertama kali diperkenalkan secara komersil. Sistem interaktif multi-modality adalah sistem yang tergantung pada penggunaan beberapa (multiple) saluran (channel) komunikasi pada manusia. Dengan definisi ini, semua sistem interaktif dapat dianggap sebagai sistem muti-modality, karena manusia selalu menggunakan saluran / indera visual dan haptic pada saat memanipulasi komputer. Bahkan kita sering menggunakan saluran audio untuk mendengarkan apakah komputer benar beroperasi dengan semestinya. Sistem multi-modality modern sangat besar melibatkan penggunaan banyak (multiple) saluran komunikasi secara simultan baik untuk input maupun output. Normalnya, manusia memproses informasi menggunakan beberapa saluran komunikasi secara simultan. Para perancang sistem ini mencoba meniru fleksibilitas

observasi dan artikulasi yang dimiliki oleh manusia dengan meningkatkan kemampuan ekspresi input dan output pada sistem interaktif. Multi-modal, multi-media, dan virtual reality adalah contoh dari penelitian dalam bidang sistem interaktif yang dikategorikan dalam bidang sistem multi sensor (multi-sensory system). Pada tahun 1940 dan 1950-an, terjadi perkembangan yang signifikan dalam teknologi perangkat keras komputer. Hingga pada tahun 1960-an, perkembangan

teknologi hardware yang cepat ini kelihatan menjadi sia-sia jika tidak diimbangi dengan pemanfaatannya, dan mendorong para peneliti untuk mencari ide-ide baru yang akan diaplikasikan pada perkembangan teknologi perangkat keras komputer yang cepat tersebut.

Salah satu kontribusi yang besar pada masa itu adalah konsep time-sharing yang memungkinkan sebuah komputer mampu mendukung / dapat digunakan oleh banyak (multiple) user. Sebelumnya, user / programmer dibatasi oleh pemrosesan batch, dengan memberikan data atau instruksi yang akan dijalankan dalam bentuk punched card atau paper tape kepada operator yang akan memasukkannya ke dalam komputer. Pada konsep time-sharing, komputer diperuntukan bagi individual user dan peningkatan keluaran (throughput) sistem menjadikan user lebih reaktif dan kolaboratif. Dapat dikatakan bahwa time-sharing memungkinkan interaksi interaktif antara manusia dengan komputer.

1.2.2. Tahun 1970-an

Pada tahun 1970 perkembangan IMK mulai berkembang sangat pesat ke berbagai penjuru bidang seperti pendidikan, perdagangan, perusahaan DLL. dan muncul isu teknik antarmuka pengguna (user interface).

1.2.3. Tahun 1980-an

Pada awal tahun 1980-an, dengan harga hardware grafik yang memiliki kemampuan dan kualitas yang tinggi menurun, para perancang mulai menyadari bahwa aplikasinya akan meningkat popularitasnya seiring dengan bertambahnya fungsi visualisasi. Pada interaksi command-line standar, satu-satunya cara untuk mendapatkan hasil interaksi sebelumnya adalah dengan bertanya menggunakan perintah (command) dan harus tahu bagaimana memberikan perintah tersebut. Dengan adanya umpan balik (feedback) atau respon cepat secara visual dan audio pada layar dengan resolusi tinggi dan sistem suara berkualitas akan memudahkan pemberian informasi mengenai

setiap aksi user yang dieksekusi. Dan tehnik ini dikenal sebagai direct manipulation (manipulasi langsung). Sukses komersial pertama yang mendemonstrasikan direct manipulation ini adalah personal computer macintosh dari Apple Computer Inc. Manipulasi langsung ini memungkinkan user untuk mengubah keadaan internal sistem dengan cepat. Contoh lain dari direct manipulation adalah konsep WYSIWYG (what you see is what you get). Apa yang user lihat pada layar display pada saat menggunakan word processing misalnya, adalah bukan dokumen sebenarnya yang nantinya dihasilkan pada tahap akhir. Namun merupakan representasi atau rendering dari bagaimana rupa dokumen final nantinya. Implikasi dari WYSIWYG ini adalah perbedaan antara representasi dan hasil akhir adalah minimal, dan user dapat dengan mudah memvisualisasikan hasil akhir dari representasi yang diberikan komputer.

Tapi menurut sumber lain sejarah perkembangan interaksi manusia dan komputer sebagai berikut:

Sejarah interaksi manusia dan komputer dimulai pada tahun 1700-an dan 1800-an. Akan tetapi baru menjadi sebuah teknologi pada tahun 1940-an dan 1950-an. Berikut perkembangan sejarah interaksi manusia dan komputer:

1.2.4. Tahun 1950-an

Di tahun ini antarmuka pada level hardware untuk teknik (ex. switch panel). Di tahun ini, mesin sangat sulit digunakan dan tidak praktis di karenakan mesin komputer sangat mahal dan besar.

1.2.5. Tahun 1960-1970-an

Di tahun ini antarmuka pada level pemrograman (ex. COBOL, FORTRAN) dengan perkembangan penggunaan teknologi ini secara cepat dan mengagumkan ke berbagai penjuruk kehidupan (pendidikan, perdagangan, pertahanan, perusahaan, dll) dan mempengaruhi perancangan sistem.

1.2.6. Tahun 1970-1990-an

Ditahun ini mulai muncul isu teknik antarmuka pemakai (user interface). Antarmuka pada level intruksi para peneliti akademis mengatakan suatu rancangan sistem yang berorientasi kepada pemakai yang memperhatikan kapabilitas dan kelemahan pemakai ataupun sistem (komputer) akan memberikan kontribusi kepada interaksi manusia-komputer yang lebih baik.

1.2.7. Tahun 1980-an

Ditahun ini diperkenalkan istilah Human-Computer Interaction (HCI) atau Interaksi Manusia dan Komputer. Antarmuka pada level dialog interaksi (ex. GUI, Multimedia)

1.2.8. Tahun 1990-an

Antarmuka pada level lingkungan kerja (ex. Sistem Network, Groupware)

1.2.9. Tahun 2000-an

Antarmuka berkembang dengan luas (ex. mobile device, interactive screen).

1.3. Tujuan Interaksi Manusia dan Komputer

Human Computer Interaction (HCI) adalah bidang yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi antara manusia dan teknologi komputer. Secara sederhana, tujuan HCI adalah menciptakan sistem yang ramah pengguna, berfungsi dengan baik dan aman.

Tujuan yang ingin dicapai dari pengembangan HCI di antaranya:

1.3.1. Meningkatkan Pengalaman Pengguna (User Experience – UX)

Salah satu tujuan utama HCI adalah menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Ini berarti merancang antarmuka pengguna yang intuitif, efisien, dan menyenangkan digunakan. Dengan demikian, pengguna dapat berinteraksi dengan teknologi tanpa hambatan dan mampu mencapai tujuan mereka dengan mudah.

1.3.2. Meningkatkan Produktivitas dan Efisiensi

Salah satu tujuan HCI adalah meningkatkan produktivitas manusia dalam menggunakan teknologi. Ini termasuk mengidentifikasi dan mengatasi hambatan yang mungkin menghambat produktivitas, serta merancang alat dan antarmuka yang memungkinkan tugas-tugas yang lebih cepat dan efisien.

1.3.3. Keselamatan dan Keamanan

HCI bertujuan untuk menjaga keselamatan dan keamanan pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi, seperti meminimalkan risiko kesalahan pengguna. Selain itu, ini juga berarti memastikan bahwa data dan informasi pengguna terlindungi dari ancaman keamanan.

1.4. Inklusi dan Aksesibilitas

Tujuan HCI lainnya yakni memastikan bahwa teknologi dapat diakses oleh semua orang, termasuk mereka yang memiliki beragam kemampuan dan kebutuhan. Ini mencakup perancangan yang ramah terhadap disabilitas, sehingga semua individu dapat mengakses dan menggunakan teknologi dengan mudah.

1.4.1. Inovasi Teknologi

HCI mendorong inovasi dalam teknologi komputer. Ini melibatkan eksplorasi dan pengembangan antarmuka baru, metode interaksi, dan teknologi terbaru yang dapat meningkatkan cara manusia berinteraksi dengan komputer.

Dengan mempertimbangkan tren dan perkembangan teknologi, HCI membantu menciptakan solusi yang relevan dan canggih. Sehingga inovasi teknologi semakin relevan dan tepat guna.

Human Computer Interaction (HCI) adalah disiplin ilmu lintas bidang yang fokus pada desain teknologi komputer dan interaksi antara manusia atau pengguna dengan komputer.

Tujuan utamanya adalah mencapai interaksi yang berhasil antara manusia dan komputer, serta mengidentifikasi bidang-bidang yang masih memerlukan pengembangan lebih lanjut.

Sehingga diharapkan Human Computer Interaction (HCI) dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik, mengedepankan aksesibilitas universal, meningkatkan produktivitas. Selain itu, HCI membantu menjaga keselamatan serta keamanan pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi. Sambil terus mendorong inovasi dalam antarmuka, metode interaksi, dan teknologi komputer untuk memenuhi kebutuhan dan perkembangan yang terus berubah dalam dunia digital.

1.5. Kekurangan dan Kelebihan Interaksi Manusia dan Komputer

Interaksi manusia dan komputer (HCI) memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan, di antaranya:

1.5.1. Kelebihan:

- Meningkatkan efisiensi dan produktivitas
- Mengurangi kesalahan manusia
- Manajemen yang disederhanakan
- Skalabilitas

1.5.2. Kekurangan:

- Solusi HCI bisa mahal, terutama untuk organisasi kecil
- Dapat berdampak buruk pada tenaga manusia yang digunakan karena bekerja lebih cepat.

1.6. Karakteristik Interaksi Manusia dan Komputer

Interaksi manusia dan komputer (IMK) melibatkan berbagai elemen yang saling mempengaruhi, membentuk sebuah sistem yang kompleks. Berikut adalah beberapa karakteristik utama IMK:

- Dialog: IMK bersifat dialogis, artinya terdapat pertukaran informasi antara pengguna dan komputer. Pengguna memberikan input, dan komputer memberikan respons.
- Tujuan: Setiap interaksi memiliki tujuan tertentu. Pengguna memiliki tujuan yang ingin dicapai, dan komputer dirancang untuk membantu mencapai tujuan tersebut.
- Konteks: Konteks interaksi sangat penting. Faktor-faktor seperti lingkungan fisik, sosial, dan budaya dapat mempengaruhi cara pengguna berinteraksi dengan komputer.
- Umpan Balik: Umpan balik sangat penting dalam IMK. Komputer harus memberikan umpan balik kepada pengguna agar pengguna mengetahui bahwa tindakannya telah diterima dan sistem sedang memprosesnya.
- Antarmuka Pengguna: Antarmuka pengguna (user interface) adalah titik temu antara pengguna dan komputer. Desain antarmuka yang baik akan memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem.
- Kognisi: IMK melibatkan proses kognitif manusia, seperti persepsi, perhatian, memori, dan pemecahan masalah.
- Afektif: Emosi dan perasaan pengguna juga berperan dalam interaksi. Desain antarmuka yang baik akan dapat membangkitkan emosi positif pada pengguna.
- Sosial: Interaksi melalui komputer dapat bersifat sosial, seperti pada media sosial atau game online.

BAB 2

ISI

2.1 . Sejarah website Telkom Indonesia

Perusahaan ini memulai sejarahnya pada tanggal 6 Juli 1965 saat pemerintah Indonesia membagi "PN Pos dan Telekomunikasi" (PN Postel) menjadi dua perusahaan negara (PN) terpisah, yakni "PN Pos dan Giro" untuk menyediakan layanan pos & giro dan "PN Telekomunikasi" untuk menyediakan layanan telekomunikasi.^[7] Pada tahun 1974, sebagian aset perusahaan ini dijadikan modal oleh pemerintah untuk mendirikan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang bergerak di bidang produksi peralatan telekomunikasi.^[8] Status perusahaan ini kemudian diubah menjadi perusahaan umum (Perum).^[9] Pada tahun 1991, status perusahaan ini kembali diubah menjadi persero^[10] dan mulai berbisnis dengan merek "Telkom".

Pada tahun 1995, perusahaan ini mendirikan Telkomsel untuk berbisnis di bidang telekomunikasi seluler. Pada tahun 1995 juga, perusahaan ini resmi melantai di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya, mendaftarkan sahamnya di NYSE dan LSE, serta menawarkan sahamnya (tanpa melantai) di Bursa Efek Tokyo. Pada tahun 1999, perusahaan ini meluncurkan satelit Telkom-1. Pada tahun 2001, perusahaan ini membeli 35% saham Telkomsel yang masih dipegang oleh Indosat sebagai bagian dari restrukturisasi industri telekomunikasi Indonesia dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara perusahaan ini dan Indosat. Pada tahun 2005, perusahaan ini meluncurkan satelit Telkom-2.

Pada tahun 2010, perusahaan ini berhasil menyelesaikan pembangunan kabel serat optik bawah laut Jakarta-Kalimantan-Sulawesi-Denpasar-Makassar (JaKaLaDeMa). Pada tahun 2014, perusahaan ini menjadi yang pertama di Indonesia untuk menyediakan layanan 4G LTE. Pada tahun 2014 juga, perusahaan ini menarik diri dari LSE dan Bursa

Efek Tokyo.^[11] Setahun kemudian, perusahaan ini juga meluncurkan paket layanan IndiHome yang menggabungkan layanan internet, telepon, dan TV. Pada tahun 2016, perusahaan ini berhasil menyelesaikan pembangunan kabel bawah laut *Southeast Asia-Middle East-Western Europe 5* (SEA-ME-WE 5). Setahun kemudian, perusahaan ini juga berhasil menyelesaikan pembangunan kabel serat optik bawah laut *Southeast Asia-United States* (SEA-US) dan meluncurkan satelit Telkom-3S.

Pada tahun 2018, perusahaan ini meluncurkan satelit Telkom-4 dan meresmikan The Telkom Hub di Jakarta. Perusahaan ini juga berhasil menyelesaikan pembangunan kabel bawah laut *Indonesia Global Gateway* (IGG). Pada tahun 2019, melalui Mitratel, perusahaan ini mengakuisisi 2.100 unit menara telekomunikasi milik Indosat Ooredoo dan mengakuisisi 95% saham PT Persada Sokka Tama yang memiliki 1.017 unit menara telekomunikasi. Pada tahun 2020, perusahaan ini setuju untuk menjual 6.050 unit menara telekomunikasi miliknya ke Mitratel. Perusahaan ini juga menjalin kerja sama dan berinvestasi di Gojek. Pada akhir tahun 2020, perusahaan ini mengumumkan bahwa mereka akan menyingkat namanya menjadi "PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk", tanpa mengubah nama aslinya.^[6]

Pada bulan Mei 2021, melalui Telkomsel, perusahaan ini menjadi yang pertama di Indonesia untuk menyediakan layanan 5G. Pada akhir tahun 2021, Mitratel resmi melantai di Bursa Efek Indonesia. Pada tahun 2022, perusahaan ini berhasil menyelesaikan tahap pertama dari pembangunan *Hyperscale Data Center* di Cikarang. Pada akhir tahun 2022, perusahaan ini meletakkan batu pertama pembangunan *Hyperscale Data Center* di Batam. Melalui Telin, perusahaan ini juga bergabung ke dalam konsorsium pembangunan kabel bawah laut SEA-ME-WE 6.

2.2. Sistem Penjualan

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan merupakan perusahaan terbuka (Tbk), yang artinya sahamnya diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham TLKM.

2.2.1. Cara Membeli Saham TLKM

Anda dapat membeli saham TLKM melalui:

- **Broker Sekuritas:** Buka rekening saham di salah satu sekuritas yang terdaftar di BEI. Anda akan dibantu oleh broker untuk melakukan transaksi jual beli saham.
- **Platform Trading Online:** Beberapa sekuritas menyediakan platform trading online yang memungkinkan Anda melakukan transaksi saham secara mandiri.

2.2.2. Jenis-jenis Sistem Penjualan Telkom Indonesia

Secara umum, sistem penjualan Telkom Indonesia dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

2.2.2.1. Jaringan Toko:

- **Plasa Telkom:** Toko resmi Telkom yang menyediakan berbagai produk dan layanan, mulai dari pemasangan telepon rumah, internet, hingga produk bundling.
- **Mitra Telkom:** Toko-toko yang bekerja sama dengan Telkom untuk menjual produk dan layanan Telkom.

2.2.2.2. Penjualan Online:

Website Resmi Telkom: Pelanggan dapat membeli produk dan layanan secara online melalui website resmi Telkom.

2.2.2.3. Aplikasi MyTelkom:

Aplikasi mobile yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian, pembayaran, dan pengelolaan layanan secara mandiri.

2.2.2.4. Marketplace:

Telkom juga bekerja sama dengan berbagai marketplace online untuk memperluas jangkauan penjualan.

2.2.2.5. Penjualan Langsung:

- Sales Force : Tenaga penjualan Telkom yang secara langsung mengunjungi pelanggan untuk menawarkan produk dan layanan.
- Telemarketing : Penjualan melalui telepon yang dilakukan oleh petugas Telkom.

2.2.3. Filosofi Logo dan Nama

2.2.3.1. Logo



Logo Telkom Indonesia ini dikenalkan pada 16 Agustus 2013 dan berlaku hingga saat ini. Penampilan logo ini mencakup perubahan menyeluruh dari logo sebelumnya, serta terintegrasi dengan empat aspek perusahaan. Melalui logo ini, Telkom Indonesia menunjukkan dasar perusahaan yang meliputi transformasi, infrastruktur, sistem dan model operasi, serta sumber daya manusia

Jika ditelusuri hingga ke poin warna, logo Telkom Indonesia terdiri atas empat warna, yaitu merah, putih dan hitam. Warna merah mencerminkan semangat Telkom

untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan. Warna putih mencerminkan semangat Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa. Warna hitam melambangkan kemauan keras, sementara warna abu-abu sebagai transisi melambangkan kemajuan teknologi.

Semua perubahan yang diaplikasikan mengacu pada filosofi Telkom Corporate, yaitu *Always The Best*, yang merepresentasikan keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan, serta memperbaiki hal-hal biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik.

Perubahan logo ini juga menandakan semangat Telkom sebagai perusahaan telekomunikasi nasional hingga internasional.

2.2.3.2. Nama

Meskipun tidak ada penjelasan resmi yang sangat rinci mengenai filosofi di balik nama "Telkom", kita dapat melakukan analisis sederhana berdasarkan kata-kata penyusunnya:

- Tel: Singkatan dari "Telekomunikasi". Ini adalah inti dari bisnis perusahaan, yaitu menyediakan layanan komunikasi jarak jauh.
- Kom: Singkatan dari "Komunikasi". Kata ini menguatkan fokus utama perusahaan pada penyediaan layanan komunikasi.

2.3. Bahasa dan Desain website PT Telkom

2.3.1. Bahasa yang Digunakan di Website PT Telkom

Secara umum, website PT Telkom menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama. Hal ini sangat wajar mengingat target pasar utama Telkom adalah masyarakat Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan mudah dipahami membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih efektif dan mudah dicerna oleh pengguna.

Selain bahasa Indonesia, website Telkom juga sering menyertakan bahasa Inggris pada beberapa bagian tertentu, seperti:

- Materi yang bersifat internasional: Misalnya, pada bagian yang membahas kerja sama dengan perusahaan asing atau informasi mengenai produk yang berstandar internasional.
- Istilah teknis: Beberapa istilah teknis dalam bidang telekomunikasi mungkin menggunakan bahasa Inggris karena sudah menjadi standar internasional.

2.3.2. Desain Website PT Telkom

Desain website PT Telkom secara keseluruhan mengusung konsep yang modern, minimalis, dan user-friendly. Beberapa ciri khas desain website Telkom antara lain:

- Tampilan yang bersih dan sederhana: Penggunaan warna yang tidak terlalu mencolok dan tata letak yang teratur membuat informasi mudah ditemukan.
- Navigasi yang intuitif: Menu-menu utama ditempatkan pada posisi yang mudah diakses, sehingga pengguna dapat dengan mudah berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya.
 - Responsif: Website Telkom dirancang untuk dapat diakses dengan baik di berbagai jenis perangkat,

baik itu komputer desktop, laptop, tablet, maupun smartphone.

- Penggunaan gambar dan video: Penggunaan gambar dan video yang berkualitas tinggi membuat website menjadi lebih menarik dan informatif.
- Fokus pada user experience: Desain website Telkom selalu mengedepankan kenyamanan pengguna. Hal ini terlihat dari kemudahan dalam mencari informasi, melakukan transaksi, dan mendapatkan bantuan.

2.3.3. Upaya PT. Telkom dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Internet Speedy dalam Memuaskan Pelanggan.

Penyediaan sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Apabila sarana tidak mendukung maka upaya pelayanan tidak dapat mencapai sasaran atau tujuan yang di tetapkan. Fagenbaum dalam Nasution (2004, h. 41) menyatakan Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu produk. Sehingga produk atau layanan yang dihasilkan perusahaan harus memenuhi spesifikasi yang ditentukan pelanggan dan dinilai berkualitas, dengan kata lain kualitas harus selalu berfokus pada kepentingan pelanggan.

Peralatan kantor yang memadai akan dapat membantu mempercepat serta memperlancar proses kinerja pegawai. Dengan begitu konsumen dapat terpuaskan. Sarana dan prasarana yang terdapat pada PT. Telkom sangat baik dan peralatannya sudah cukup serta memadai. PT. Telkom memberikan berbagai variasi serta pengembangan produk Speedy agar para pelanggan dapat menikmati layanan yang terus berkembang. hal ini sangat penting agar pelanggan dapat

terpuaskan. Menurut Islamy, dalam Ismail (2010, h. 54) bahwa lima prinsip pokok dalam pelayanan publik yaitu Aksetabilitas, Kontinuitas, Teknikalitas, Profitabilitas, Akuntabilitas. Hal tersebut terbukti dengan adanya produk PT. Telkom yang selalu memberikan mutu terdepan dengan menyediakan variasi yang selalu disesuaikan dengan keinginan pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan pada masyarakat dibidang prosedur dalam pemasangan produk Speedy diwujudkan oleh PT. Telkom sesuai dengan prinsip pelayanan publik dalam KepMenPan No. 81 Tahun 1993, yaitu:

1. Prinsip Kesederhanaan,
2. Prinsip Kejelasan,
3. Kepastian Waktu.

Hal ini terbukti adanya kemudahan dalam bidang prosedur pemasangan bukan hanya itu saja tetapi PT. Telkom juga memberikan kemudahan dalam bidang pembayaran serta permasalahan dari pelanggan. Memberikan pelayanan kepada masyarakat agar dapat memuaskan pelanggan. Sehingga, upaya peningkatan kualitas pelayanan dalam hal pelayanan harus dilakukan Customer Service sesuai dengan peraturan pelayanan. Customer Service berperan memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menanggapi permasalahan dan bertugas untuk menyelesaikan masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan.

Kualitas pegawai akan dapat mempengaruhi kinerja dalam pelayanan. Memberikan kualitas pelayanan yang prima PT. Telkom dalam sistem rekrutmennya cukup ketat serta bagi pegawai yang telah bekerja harus mengikuti proses pendidikan dan pelatihan. Dengan begitu karyawan mampu memberikan pelayanan yang prima, hal ini sesuai yang diungkapkan oleh

Dwiyanto (2008, h. 140) SDM: Pegawai di semua posisi yang memiliki kapasitas yang bersifat responsive terhadap keinginan pelanggan. Sehingga dengan tindakan yang dilakukan pegawai dengan merespon keinginan masyarakat maka pegawai harus dapat bertanggungjawab terhadap setiap tugas untuk menyelesaikannya dengan cara tepat waktu.

Adanya disiplin kinerja yang diutamakan hal ini harus menjadi syarat pokok bagi karyawan yang malas. Serta dapat memperbaiki kualitas sumber daya manusia yang lebih baik dalam melayani masyarakat. Bahwa dalam melakukan pekerjaan pegawai dituntut untuk disiplin dan dapat bertanggung jawab dengan tugasnya.

2.4. User Experience

Pengalaman pengguna (UX) Telkom sangat beragam dan bergantung pada berbagai faktor, seperti:

- Produk dan layanan yang digunakan : Pengalaman pengguna IndiHome akan berbeda dengan pengguna Telkomsel.
- Lokasi : Kualitas layanan dan cakupan jaringan dapat bervariasi antar wilayah.
- Waktu penggunaan : Gangguan atau masalah teknis mungkin terjadi pada waktu-waktu tertentu.
- Interaksi dengan layanan pelanggan : Responsivitas dan kualitas layanan pelanggan juga sangat mempengaruhi pengalaman pengguna.

BAB 3

PENUTUP

3.1. Kesimpulan

PT Telkom merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan sejarah panjang dalam melayani masyarakat. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Telkom memiliki peran penting dalam menyediakan infrastruktur telekomunikasi yang menunjang kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di Tanah Air. Melalui berbagai layanannya, seperti telepon tetap, internet, dan data seluler, Telkom telah berkontribusi dalam menghubungkan masyarakat Indonesia dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital.

3.2. Saran

Bantu mahasiswa merasa nyaman di kelas dengan menciptakan suasana yang inklusif, bebas dari tekanan yang tidak perlu, dan mendorong partisipasi aktif.

DAFTAR PUSTAKA

<https://kripto.ajaib.co.id/human-computer-interaction-hci/>

<http://whisnumimbarmaulana.blogspot.com/2015/11/sejarah-perkembangan-interaksi-manusia.html?m=1>

https://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia

<https://smktelkom-pwt.sch.id/uncategorized/logo-telkom-indonesia/>

<https://media.neliti.com/media/publications/72569-ID-upaya-pt-telkom-dalam-meningkatkan-kuali.pdf>

https://www.telkom.co.id/sites/profil-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22