J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.5, Agustus 2025

Strategi Unit *School of Enabler and Corporate Transformation* Dalam Meningkatkan Pemahaman Komunikasi Di Telkom *Corporate University*

Iin Arfiati[1], Ika Sartika[2]
Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia
E-mail: iinarfiati03@gmail.com[1], Ika.sartika@apps.ipb.ac.id[2]

Article History:
Received: 12 Mei 2025
Revised: 21 Juli 2025
Accepted: 04 Agustus 2025

Keywords: *Communication Strategy, Video Learning, Digital Communication, Graham Wallas Theory, Telkom Corporate University.*

Abstract: *The development of information and communication technology in the Society 5.0 era has a significant impact on various aspects of life, including in the world of education and communication. One of the innovations in the learning process is the use of video learning as an interactive and flexible educational media. This study aims to explain the strategies used by the SoECT (School of Enabler & Corporate Transformation) unit in video learning human representation, identify factors that influence its success, and analyze the effect of the implementation of these strategies on improving employee communication understanding at Telkom Corporate University. This research uses a mixed method approach, with descriptive qualitative and inferential quantitative methods. The results showed that the effectively designed video learning strategy was able to significantly improve communication understanding. This is proven through statistical tests, where a correlation coefficient value of 0.721 and significance <0.001 are obtained, as well as a determination value of 51.9%, which indicates a strong relationship between the video learning strategy and employee communication understanding. Thus, the SoECT unit's strategy in preparing video learning is not only effective in delivering information, but also has a long-term impact on improving the quality of communication within Telkom Corporate University.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, mampu mempermudah akses, penyebaran, pengelolaan informasi dalam berbagai bidang kehidupan serta memudahkan manusia dalam berkomunikasi tanpa adanya batas jarak dan waktu. *Era Society* 5.0 menandai babak baru dalam kehidupan manusia, terutama dalam bidang komunikasi. Perkembangan era ini, manusia memanfaatkan teknologi secara optimal untuk mengakses berbagai informasi (Wahyudi & Sartika, 2024). Komunikasi merupakan elemen esensial yang selalu melekat dalam kehidupan manusia, baik dalam peran individu maupun sebagai makhluk sosial (Mahadi, 2021). Komunikasi

penting dalam sebuah hubungan sosial yang berfungsi sebagai sarana interaksi dengan sesama, memungkinkan seseorang untuk berbagi informasi, mengungkapkan keinginan, perasaan, dan pemikiran, serta menyampaikan pendapat, nasihat, dan pengalaman kepada orang lain.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan. Media pembelajaran digital memungkinkan audiens untuk mengakses informasi dan belajar secara lebih efisien melalui pemanfaatan teknologi digital (Hendra et al., 2023). *E-learning, video learning*, dan sistem pembelajaran berbasis *Learning Management System* (LMS) menjadi solusi inovatif dalam proses penyampaian materi yang lebih menarik dan mudah diakses. Adanya perkembangan teknologi yang interaktif, pembelajaran kini dapat dilakukan secara mandiri, kapan saja dan di mana saja, tanpa terbatas oleh ruang.

Perkembangan metode pembelajaran semakin berkembang pesat salah satunya pembelajaran berbasis video yang semakin banyak digunakan sebagai sebuah metode edukasi yang efektif. Salah satu metode pembelajarannya yaitu melalui pemanfaatan *video learning. Video learning* adalah video yang dirancang secara khusus sebagai media edukasi yang efektif, berisi materi praktis yang relevan sehingga memungkinkan siswa belajar secara mandiri dan mendukung pemahaman materi secara lebih mendalam (Winarni et al., 2021). Pembelajaran berbasis media digital, *video learning* menawarkan cara yang interaktif dan efektif dalam menyampaikan materi.

Penelitian sebelumnya mengenai efektivitas *video learning* menunjukkan bahwa pembelajaran daring berbasis video dinilai baik dalam aspek materi, kesesuaian, kompleksitas, ketercobaan, dan kebermanfaatan, sehingga efektif untuk digunakan dalam proses pembelajaran (Saidah & Sutriyani, 2021). Selain itu, dalam penelitian terdahulu, ditemukan bahwa efektivitas penggunaan *video learning* telah terujikan dan menunjukkan bahwa setiap indikator seperti aspek materi, aspek kesesuaian video, aspek ketercobaan video, dan aspek kebermanfaatan dalam efektivitas video sebagai media pembelajaran tergolong sangat efektif, dengan rata-rata capaian sebesar 89 persen. Penggunaan video pembelajaran memungkinkan penyampaian informasi yang lebih mudah dipahami, karena dapat diputar berulang kali dan diakses kapan saja serta di mana saja (Wahyuni et al., 2022). Berdasarkan penelitian sebelumnya, *video learning* terbukti efektif dalam pembelajaran daring, terutama dalam aspek materi, ketercobaan, dan manfaatnya dengan hasil uji efektivitas menunjukan nilai tinggi menguatkan bahwa media ini sangat mendukung proses belajar. Penggunaan metode pembelajaran *video learning* memungkinkan peserta didik dapat menerima materi secara fleksibel dan mudah diakses kapan saja.

Transformasi digital dalam pembelajaran menekankan proses pembuatan *video learning* mulai dari pembuatan *script video learning, storyboard,* proses *tapping* hingga editing menjadi aspek penting dalam menciptakan *video learning* yang menarik, mudah dipahami, dan efektif dalam menyampaikan informasi. Terdapat aspek yang perlu diperhatikan dalam sebuah *video learning* dalam penyampaian informasi seperti struktur narasi yang jelas dan terarah, teknik *storytelling* yang menarik, penyampaian informasi yang efektif dan mudah dipahami, serta audio visual yang baik.

Video learning dapat mencapai tujuan pembelajaran secara optimal dengan strategi perancangan yang tepat. Strategi merupakan suatu proses manajemen yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik perusahaan (Wardani et al., 2021). Strategi tidak hanya berperan sebagai panduan konsep, tetapi juga mencakup taktik operasional yang memastikan hasil yang ditawarkan diterima dan diminati oleh audiens. Adanya penerapan strategi yang tepat, *video learning* tidak hanya menjadi alat penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana

pembelajaran yang mampu menciptakan pengalaman belajar yang efektif dan berdampak jangka panjang.

Telkom *Corporate University* berfokus pada pengembangan kompetensi karyawan di lingkungan Telkom Group, perusahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia melalui berbagai program pembelajaran. Salah satu *video learning* yang dibuat yaitu *video learning human representation*, yang bertujuan untuk meningkatkan komunikasi antara sesama karyawan Telkom *Corporate University*. Keberhasilan program ini bergantung pada strategi yang berkualitas dan efektif dalam penyusunan serta pembuatan *video learning*. Strategi yang dirancang secara kreatif, memungkinkan informasi dapat disampaikan dengan lebih jelas, menarik, dan sesuai dengan konsep *human representation*.

LANDASAN TEORI

Proses berpikir kreatif merupakan suatu tahapan yang dialami setiap individu dalam mengembangkan dan menciptakan gagasan baru yang orisinal, inovatif, serta memiliki nilai guna (Indriastuti et al., 2021).

Berdasarkan teori Wallas (1962), proses berpikir kreatif terdiri dari empat tahapan utama yang saling berkaitan dalam menghasilkan ide atau solusi inovatif, yaitu tahap persiapan, tahap inkubasi, tahap iluminasi, dan tahap verifikasi, yang masing-masing memiliki peran penting dalam menghasilkan ide-ide baru (Indriastuti et al., 2021)

a) Tahap Persiapan

Pada tahap ini, individu mulai mengidentifikasi dan memahami masalah yang dihadapi. Proses ini melibatkan upaya berpikir kritis, mengumpulkan informasi, serta mencari berbagai alternatif jawaban melalui pembelajaran, eksplorasi ide, dan diskusi dengan orang lain. Tujuan utama dari tahap ini adalah memperoleh pemahaman yang mendalam tentang permasalahan serta mengenali berbagai kemungkinan solusi yang dapat digunakan.

b) Tahap Inkubasi

Setelah mengumpulkan informasi dan melakukan analisis awal, individu memasuki tahap inkubasi, di mana pemrosesan ide berlangsung secara tidak sadar. Pada tahap ini, individu seolah-olah mengambil jarak atau beristirahat dari permasalahan yang sedang dihadapi tanpa secara aktif mencari solusi. Meskipun terlihat pasif, proses berpikir tetap berlangsung dalam alam bawah sadar, memungkinkan ide-ide baru untuk berkembang tanpa tekanan berpikir yang eksplisit.

c) Tahap Iluminasi

Tahap ini merupakan momen munculnya inspirasi atau gagasan baru yang merupakan hasil dari proses berpikir sebelumnya. Ide yang semula tidak tampak tiba-tiba muncul dengan lebih jelas dan terasa sebagai sebuah solusi inovatif. Proses psikologis dalam tahap ini melibatkan pemahaman mendalam yang datang secara tiba-tiba setelah periode inkubasi, yang sering disebut sebagai "aha moment" atau pencerahan.

d) Tahap Verifikasi

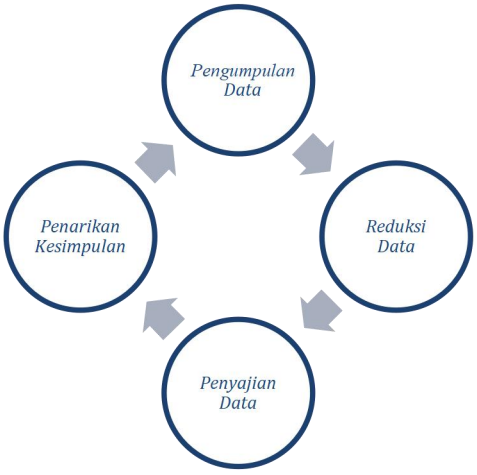
Tahap terakhir adalah verifikasi atau pengujian terhadap ide tersebut. Pada tahap ini, individu harus menilai kelayakan dan efektivitas gagasan yang telah ditemukan dengan membandingkannya dengan realitas dan kebutuhan yang ada. Proses ini mengharuskan adanya pemikiran kritis (*konvergen*) untuk mengevaluasi, menyempurnakan, dan mengimplementasikan ide yang telah dihasilkan melalui pemikiran kreatif (*divergen*).

METODE PENELITIAN

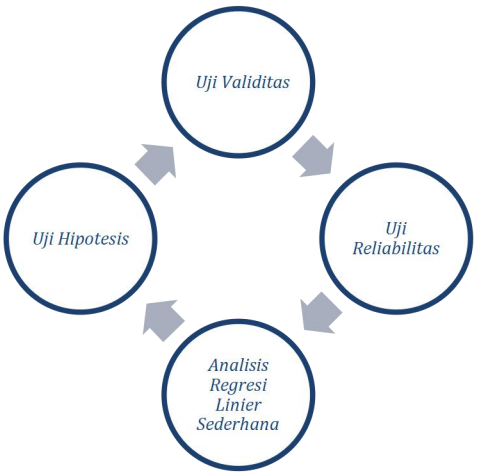
Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian *mixed method,* yaitu pendekatan yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian. Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, sedangkan pendekatan kuantitatif dengan analisis menggunakan jenis penelitian deksriptif. Penelitian ini menggunakan *mixed method* dengan tujuan untuk menguraikan strategi unit SoECT dalam *video learning human representation*, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya, serta menganalisis sejauh mana strategi unit SoECT terhadap pemahaman komunikasi melalui *video learning human representation*. Waktu yang diperlukan untuk memproduksi penelitian mulai dari riset hingga penulisan laporan proyek akhir selama Februari hingga Mei 2025. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, yaitu Kantor Telkom *Corporate University* yang berlokasi di Jl. Gegerkalong Hilir No. 47, Bandung, Jawa Barat.

Subyek penelitian ini adalah staf unit SoECT di Telkom *Corporate University* yang bertanggung jawab atas perencanaan dan implementasi strategi dalam *video learning human representation*. Subyek dipilih karena memiliki wawasan mendalam tentang metode dan efektivitas strategi yang diterapkan. Wawancara mendalam dilakukan untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan serta faktor-faktor penunjang keberhasilannya dalam meningkatkan pemahaman komunikasi karyawan. Subyek penelitian terdiri atas populasi dan sampel. Populasi dari penelitian ini yaitu karyawan Telkom *Corporate University* pengguna *MyDigiLearn.* Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih sebagai sumber data dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari pengguna *MyDigiLearn* yang mempelajari materi komunikasi melalui *video learning human representation*.

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel dikenal sebagai sampling. Teknik yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *probability* sampling, yaitu metode pemilihan sampel yang memberikan setiap anggota populasi peluang yang sama untuk terpilih sebagai bagian dari sampel. Ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 130 responden untuk mewakili populasi 193 orang dengan margin of error 5 persen. Pengumpulan data dari responden dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dirancang menggunakan skala *Likert*. Skala ini berfungsi untuk mengukur opini, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Penggunaan skala *Likert*, peneliti dapat mengukur variabel yang kemudian dianalisis melalui indikator-indikator yang telah ditentukan.



Gambar 1. Diagram Metode Kualitatif



Gambar 2. Diagram Metode Kuantitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi dalam sebuah *video learning* memegang peran penting dalam memastikan proses pembelajaran, salah satunya terhadap efektivitas peningkatan pemahaman komunikasi yang menjadi fokus penelitian ini. Strategi unit SoECT dalam *video learning* dapat dirancang untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterlibatan emosional dan kognitif peserta. Penelitian ini berupaya menganalisis lebih dalam mengenai strategi yang diterapkan oleh unit SoECT terhadap *video learning Human representation*, dan bagaimana penerapan yang tepat mampu mendukung peningkatan pemahaman komunikasi secara lebih optimal melalui media pembelajaran video *learning*.

Strategi *video learning* yang diterapkan oleh unit SoECT dimulai dengan pemetaan kebutuhan pembelajaran yang berbasis kompetensi dan diselaraskan dengan inisiatif strategis perusahaan. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa konten yang dikembangkan relevan dan mendukung pencapaian tujuan pembelajaran secara menyeluruh. Setelah kebutuhan teridentifikasi, ditetapkan tujuan pembelajaran yang spesifik dan terukur. Tujuan ini menjadi acuan dalam penyusunan konten dan penentuan format video yang paling sesuai, seperti *motion graphic*, *human talking head*, atau dokumenter, tergantung pada kompleksitas materi serta karakteristik audiens.

Berikutnya, disusun timeline produksi yang mencakup tahapan pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Pada tahap ini, dilakukan kolaborasi antara *subject matter expert* (SME), tim desain instruksional, dan tim produksi untuk memastikan kolaborasi antara konten, pendekatan pembelajaran, dan aspek teknis visual maupun audio. Secara keseluruhan, proses perencanaan ini bertujuan untuk menghasilkan *video learning* yang tidak hanya informatif, tetapi juga efektif, menarik, dan selaras dengan kebutuhan pembelajaran karyawan di lingkungan Telkom *Corporate University*.

Desain visual dan audio merupakan aspek penting dalam produksi *video learning*. Unit SoECT menerapkan standar visual profesional dengan konsisten menggunakan elemen identitas perusahaan, seperti warna, logo, dan font sesuai *brand guideline*. Pada aspek audio, kualitas suara dijaga dengan rekaman yang jernih, *voice over* yang artikulasi, serta musik latar yang sesuai konteks untuk menjaga atensi peserta. Perpaduan visual yang menarik dan audio yang nyaman

diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan peserta dan efektivitas penyampaian materi.
Strategi durasi video pada *video learning Human representation* menjadi faktor krusial dalam menjaga perhatian peserta. Idealnya, satu video modul tidak melebihi 7 menit. Jika materi tergolong kompleks, maka konten dipecah menjadi beberapa video pendek berbasis *microlearning* dengan durasi 3–5 menit. Pendekatan ini terbukti membantu menjaga fokus dan keterlibatan peserta, serta mendorong retensi informasi yang lebih efektif dibandingkan video berdurasi panjang. *Video learning Human representation* disajikan dalam durasi 8 menit dari *bumper in* hingga *bumper out*.

Struktur konten dalam *video learning* disusun secara sistematis untuk memudahkan pemahaman peserta. Setiap video diawali dengan pemantik (*hook*) untuk menarik perhatian, dilanjutkan dengan penjelasan inti yang didukung studi kasus atau ilustrasi, dan ditutup dengan rangkuman poin-poin penting. Selain itu, bahasa dan visual disesuaikan dengan profil audiens, agar pesan yang disampaikan lebih relevan dan mudah dipahami.

Proses produksi *video learning* di unit SoECT terdiri dari lima tahapan utama. Pertama, dilakukan identifikasi kebutuhan pembelajaran. Kedua, tim menyusun naskah (*script*) dan *storyboard* sesuai tujuan pembelajaran. Ketiga, masuk ke tahap produksi yang meliputi perekaman, animasi, dan editing video. Selanjutnya, dilakukan *quality control* dan review bersama *Subject Matter Expert* (SME) untuk memastikan akurasi dan kualitas konten. Terakhir, video didistribusikan melalui platform LMS internal yaitu *MyDigiLearn*. Proses ini bersifat iteratif, sehingga dapat dilakukan penyesuaian bila diperlukan untuk menjamin hasil akhir yang optimal. Strategi unit SoECT dalam proses produksi video *learning* berdasarkan dengan proses kreatif dari teori wallas yaitu:

Kesatu, tahap persiapan. Pengembangan video *learning* diawali dengan diskusi bersama *Subject Matter Expert (SME)* serta analisis kurikulum kompetensi yang berlaku. Selain itu, dilakukan observasi terhadap permasalahan lapangan untuk memastikan konten menjawab kebutuhan nyata. Unit SoECT juga mengambil *insight* dari forum diskusi internal, *feedback* pelatihan sebelumnya, serta melakukan perbandingan kinerja ke perusahaan lain guna memperoleh referensi dan praktik terbaik dalam pengembangan konten video.

Kedua, tahap inkubasi. Setelah script awal selesai, unit SoECT memberikan waktu jeda 1–2 hari sebelum melanjutkan ke tahap produksi. Jeda ini penting untuk memungkinkan ide berkembang secara alami dan memberikan ruang untuk penyempurnaan agar hasil akhir lebih matang sebelum dieksekusi secara teknis.

Ketiga, tahap iluminasi. Pengembangan ide kreatif, dilakukan melalui *brainstorming*, serta membuka kembali referensi tren *video learning* terbaru untuk memperoleh wawasan yang lebih segar. Selain itu, unit SoECT juga meminta *insight* langsung dari peserta sasaran untuk memastikan relevansi konten. Untuk mendukung eksplorasi visual dan alternatif naskah, unit SoECT memanfaatkan *AI tools* yang dapat membantu memperkaya ide-ide kreatif.

Keempat, tahap verifikasi. Setelah ide video dikembangkan, unit SoECT melakukan uji coba awal kepada sebagian kecil peserta untuk mengukur efektivitas dan daya tarik video. Umpan balik dikumpulkan melalui kuesioner singkat dan diskusi terfokus (FGD). Selain itu, unit SoECT juga memantau *engagement rate* dan *completion rate* di LMS sebagai indikator kuantitatif untuk menilai sejauh mana video dapat menarik perhatian dan membantu peserta dalam mencapai tujuan pembelajaran.

Keberhasilan strategi unit SoECT dalam *video learning Human representation* tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung yang saling berinteraksi, mulai dari kredibilitas narasumber, kemampuan komunikasi, hingga cara membangun koneksi emosional dengan

audiens. Penelitian ini, faktor-faktor tersebut menjadi bagian penting untuk dianalisis guna memahami sejauh mana *human representation* dapat meningkatkan pemahaman komunikasi dalam proses pembelajaran berbasis video.

Kredibilitas narasumber menjadi faktor kunci dalam strategi *video learning* dengan *Human representation*. Narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan di bidangnya dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap materi yang disampaikan. Kredibilitas ini bukan hanya berlandaskan pada keahlian, tetapi juga pada reputasi dan otoritas narasumber dalam konteks pembelajaran tersebut. Ketika peserta merasa yakin terhadap narasumber, mereka lebih cenderung untuk menerima dan menerapkan informasi yang diberikan.

Selain itu, kemampuan komunikasi narasumber sangat mempengaruhi keberhasilan penyampaian materi. Narasumber yang mampu menyampaikan informasi dengan jelas, mudah dipahami, dan dengan gaya yang menarik akan lebih efektif dalam menjaga perhatian peserta. Komunikasi yang baik tidak hanya terbatas pada kata-kata, tetapi juga pada intonasi suara, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh, yang semuanya berkontribusi pada pemahaman dan keterlibatan peserta.

Koneksi emosional yang tercipta antara narasumber dan audiens juga memiliki peran yang signifikan. Wajah manusia dalam video memiliki kekuatan untuk menciptakan keterikatan emosional, yang pada gilirannya memperkuat proses pembelajaran. Ketika peserta merasa terhubung dengan narasumber, mereka lebih terbuka untuk menyerap materi yang disampaikan dan lebih mudah mengingatnya. Koneksi emosional ini bisa diperkuat dengan *storytelling* yang membangkitkan emosi atau memberikan contoh kehidupan nyata yang relevan bagi peserta. *storytelling* memungkinkan peserta untuk melihat hubungan antara teori yang diajarkan dan penerapannya dalam dunia nyata, meningkatkan motivasi belajar dan membuat materi lebih bermakna.

Secara keseluruhan, kombinasi dari kredibilitas, kemampuan komunikasi, koneksi emosional, dan storytelling yang kuat membuat representasi manusia dalam video *learning* tidak hanya lebih menarik, tetapi juga lebih efektif dalam memastikan transfer pengetahuan yang sukses. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi unit SoECT dalam video *learning Human representation* yaitu: [1] Interaktivitas, Elemen interaktif dalam video *learning*, seperti kuis dan polling yang diterapkan oleh unit SoECT, berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan peserta, memperkuat pemahaman materi, serta mendorong partisipasi aktif dalam pembelajaran. Kuis memungkinkan peserta mengukur pemahaman mereka, sementara polling menggali pandangan terhadap topik tertentu, menciptakan pengalaman belajar yang lebih dinamis, menyenangkan, dan aplikatif. [2] Motivasi belajar, elemen motivasi belajar berperan penting dalam keberhasilan strategi video *learning* unit SoECT, karena mampu meningkatkan keterlibatan, pemahaman, dan penerapan materi dalam konteks nyata. Untuk itu, SoECT menyisipkan elemen-elemen motivasi seperti success story, kutipan inspiratif, dan konteks kerja yang relevan dalam setiap video, guna membangun koneksi emosional peserta dengan materi serta mendorong semangat belajar yang berkelanjutan. [3] Keterlibatan peserta, elemen tingkat keterlibatan peserta sangat memengaruhi efektivitas strategi video *learning* unit SoECT, karena partisipasi aktif berkorelasi dengan pemahaman yang lebih baik dan kemampuan mengaplikasikan materi dalam pekerjaan. Untuk menjaga keterlibatan, SoECT memantau metrik interaksi di LMS seperti completion rate dan feedback peserta, serta melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap aspek seperti durasi, format, dan gaya penyampaian video guna memastikan materi tetap menarik dan relevan. [4] Durasi video, elemen durasi video yang terlalu panjang dapat menurunkan konsentrasi dan efektivitas pembelajaran, sehingga unit SoECT mengatasi hal ini dengan membagi topik menjadi beberapa segmen pendek yang masing-masing berfokus pada satu tujuan pembelajaran. Strategi ini membantu peserta tetap fokus, mencegah

kejenuhan, dan memungkinkan mereka belajar dengan tempo yang sesuai, sehingga pemahaman materi dapat tercapai secara optimal.

Pada penelitian kuantitatif ini menggunakan metode *probability* sampling dengan teknik *simple random sampling* untuk memilih responden. Responden yang dapat mengisi kuesioner harus memenuhi syarat yaitu karyawan Telkom Indonesia dan menyaksikan *video learning Human representation.* Identitas responden penelitian ini berbeda-beda dan dievaluasi berdasarkan berbagai faktor, seperti usia dan jenis kelamin. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disebarkan kepada karyawan Telkom *Corporate University* melalui link *Google Form*.

Tabel 1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	40 orang	30,8%
Perempuan	90 orang	69,2%
Total	130 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil penyebaran kuesioner memberikan data yaitu keseluruhan responden yang berjumlah seratus orang, dengan pembagian sebanyak 40 orang (30,8%) berjenis kelamin laki-laki, dan 90 orang (69,2%) lainnya adalah perempuan.

Tabel 2 Profil responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
< 20 Tahun	0	0%
20-30 Tahun	85	65,4%
31-40 Tahun	23	17,7%
>40 Tahun	22	16,9%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel 2 merupakan data subjek penelitian dilihat dari usianya. Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa rentang usia subjek penelitian yaitu mulai dari dibawah 20 tahun. Data menunjukan subjek didominasi oleh responden dengan usia kurang dari 20 tahun sebanyak 0 responden. Subjek penelitian berusia 20-30 tahun sebanyak 85 responden, subjek berusia 31-40 tahun sebanyak 23 responden, dan subjek dengan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 22 responden.

Tabel 3 Hasil uji validitas variabel X

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Saya lebih mudah memahami materi dalam *video learning Human representation* yang menggunakan grafik, animasi, dan warna yang menarik.	0,392	0,195	Valid
2.	Saya merasa nyaman ketika mendengarkan *video learning Human representation* dengan kualitas suara yang jelas dan intonasi yang mudah	0,257	0,195	Valid

	dipahami.			
3.	Saya memahami materi dalam *video learning Human representation* dengan durasi pendek (5-15 menit) agar lebih fokus dan tidak mudah bosan.	0,461	0,195	Valid
4.	Saya lebih memahami materi *video larning Human representation* ketika video disusun secara sistematis, mulai dari konsep dasar hingga materi yang lebih kompleks.	0,416	0,195	Valid
5.	Saya lebih mudah menangkap inti materi *Human representation* ketika video memiliki pengantar, isi utama, dan kesimpulan yang jelas.	0,436	0,195	Valid
6.	Saya merasa terbantu dengan *video learning Human representation* yang menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.	0,258	0,195	Valid
7.	Saya lebih terlibat dalam pembelajaran *video learning Human representation* karena menyediakan fitur interaktif seperti kuis atau pertanyaan reflektif.	0,346	0,195	Valid
8.	Saya lebih termotivasi untuk belajar karena *video learning Human representation* mengajak saya mencoba atau menerapkan materi yang telah dipelajari.	0,475	0,195	Valid

9.	Saya merasa lebih memahami komunikasi dalam *video learning Human representation* karena saya dapat memberikan komentar, bertanya, atau berdiskusi setelah menonton.	0,413	0,195	Valid
10.	Saya lebih memahami komunikasi dalam *video learning Human representation* karena pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan pembelajaran saya.	0,455	0,195	Valid
11.	Saya dapat memahami komunikasi dalam *video learning Human representation* dengan lebih baik karena terdapat contoh nyata atau studi kasus yang relevan.	0,425	0,195	Valid
12.	Saya lebih mudah memahami komunikasi dalam *video learning Human representation* yang disesuaikan dengan latar belakang dan tingkat pemahaman saya.	0,486	0,195	Valid
13.	Saya mampu mengaplikasikan strategi komunikasi yang dipelajari dalam *video learning Human representation* ke dalam lingkungan kerja nyata.	0,446	0,195	Valid
14.	Saya aktif dan antusias dalam mengikuti sesi video *learning Human representation*, termasuk menyelesaikan video hingga akhir.	0,497	0,195	Valid
15.	Saya merasa terbantu dalam memahami	0479	0,195	Valid

	komunikasi ketika dapat memberikan feedback atau mengisi survei mengenai efektivitas video *learning Human representation*.			

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Data yang dihasilkan pada Tabel 3 menunjukkan hasil validitas item kuesioner menggunakan program SPSS bahwa nilai r hitung item pertanyaan strategi dalam video *learning* lebih besar dari r tabel, nilai r hitung > 0,195. Maka dari itu dapat diartikan bahwa seluruh item pertanyaan ini dapat digunakan untuk mengukur variabel strategi unit SoECT dalam *video learning*.

Tabel 4 Hasil uji validitas variabel Y

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Materi *video learning Human representation* yang disampaikan telah membantu dalam memahami pesan komunikasi yang disampaikan.	0,330	0,195	Valid
2.	Saya merasa puas dan merasakan efektivitas *video learning Human representation* dalam meningkatkan pemahaman komunikasi.	0,469	0,195	Valid
3.	Penggunaan narasi berbasis cerita membantu saya meningkatkan keterikatan dengan materi komunikasi melalui pengalaman karyawan.	0,303	0,195	Valid
4.	Saya menilai *video learning Human representation* memiliki kualitas desain video, termasuk tata letak, pemilihan warna, dan tipografi, sudah berkualitas.	0,299	0,195	Valid
5.	Saya merasa animasi atau infografis dalam *video learning Human*	0,460	0,195	Valid

	representation efektif untuk menjelaskan materi komunikasi.			
6.	Saya melihat keseragaman desain dan gaya visual sepanjang *video learning Human representation.*	0,469	0,195	Valid
7.	Saya merasa bahwa konten dalam *video learning Human representation* sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang saya hadapi di tempat kerja.	0,454	0,195	Valid
8.	Saya dapat menerapkan informasi dari *video learning Human representation* untuk menyelesaikan tantangan dalam pekerjaan saya.	0,422	0,195	Valid
9.	*Video learning Human representation* membantu saya meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan.	0,450	0,195	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Data yang dihasilkan pada Tabel 4 menunjukkan hasil validitas item kuesioner menggunakan program SPSS bahwa nilai r hitung item pertanyaan variabel pemahaman komunikasi (y) lebih besar dari r tabel, nilai r hitung > 0.195. Maka dari itu dapat diartikan bahwa seluruh item pertanyaan ini dapat digunakan untuk mengukur variabel pemahaman komunikasi.

Tabel 5 Hasil uji reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	*Alpha*	Keterangan
Strategi dalam video *learning*	0,959	0,60	Reliabel
Pemahaman audiens terhadap pemahaman komunikasi	0,945	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pada Tabel 5 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel strategi unit SoECT dalam *video learning* mendapatkan nilai 0,959 > 0,60 dan variabel pemahaman komunikasi mendapatkan nilai 0,945 > 0,60. Hal ini mengartikan kedua variabel tersebut reliabel dan semua item pertanyaan di dalam kuesioner dapat menghasilkan hasil yang sama dan konsisten apabila diuji dalam beberapa kali.

Tabel 6 Hasil deskriptif statis strategi unit SoECT dalam video *learning*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VS	130	42	60	51.30	4.421

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel 6 menunjukan hasil nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari data penelitian variabel strategi unit SoECT dalam video *learning*. Kategorisasi bertujuan untuk menentukan jenjang dan nilai item yang diukur dalam suatu kelompok.

Tabel 7 Hasil deskriptif statis pemahaman komunikasi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VP	130	24	36	30.68	2.826

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel 7 menunjukan hasil nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari data penelitian variabel pemahaman komunikasi. Kategorisasi bertujuan untuk menentukan jenjang dan nilai item yang diukur dalam suatu kelompok.

Tabel 8 Koefisien korelasi strategi unit SoECT dalam video *learning* terhadap pemahaman komunikasi

Model	R	R *Square*	*Adjust R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	0,721	0,519	0,516	1.967

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai koefisien yang didapat antara strategi unit SoECT dalam video *learning* dan pemahaman audiens adalah 0,721 (R). Berdasarkan kategorinya nilai 0,721 masuk ke dalam kategori kuat karena kategori ini memiliki nilai rentang 0,600 – 0,799 (Sugiyono, 2022). Dapat disimpulkan keeratan hubungan strategi unit SoECT dalam video *learning* dengan peningkatan pemahaman komunikasi adalah **kuat.**

Tabel 9 Hasil koefisien determinasi

Koefisien Determinasi:	$(721)^2$ x 100%
	$(0,721)^2$ x 100%
	0,519 x 100%
	51,9%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Nilai koefisien determinan uji ini sebesar 51,9 persen. Dapat disimpulkan pemahaman komunikasi dipengaruhi variabel strategi unit SoECT dalam video *learning* sebanyak 51,9 persen dan 48,1 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 10 Hasil uji regresi linier sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	7.042	2.017		3.491	<0,001
(Constant) X	0,461	0.39	0.721	11.761	<0,001

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel 10 menunjukan bahwa nilai koefisien regresi untuk strategi unit SoECT dalam video *learning* yaitu 0,461 dengan nilai konstanta 7.042. adapun persamaan regresi yang dapat dibentuk:

$$Y = 7.042 + 0{,}461X1$$

Keterangan:
Y : Pemahaman Komunikasi
X1 : Strategi Unit SoECT dalam Video *Learning*
Berdasarkan persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a. Nilai koefisien regresi strategi unit SoECT dalam video *learning* memiliki nilai positif sebesar 0,461. Dengan ini dapat diartikan jika terdapat peningkatan pemahaman komunikasi dalam satu satuan, maka menyebabkan peningkatan pemahaman komunikasi sebanyak 0,461 kali.
b. Semakin meningkat penilaian terhadap strategi unit SoECT dalam video *learning*, maka akan meningkat penilaian terhadap pemahaman komunikasi.

Nilai t hitung pada regresi linier sederhana yang ditunjukan pada tabel 21 sebesar 11.761 dengan signifikansi <0,001. Pada uji ini menggunakan nilai t tabel yang telah sesuai dengan df=n-2=128 yaitu sebesar 1,656. Telah diketahui t hitung (11.761) > t table (1,656) dan nilai signifikansi yang didapat <0,001<0,05. Dapat disimpulkan ada pengaruh signifikan antara strategi unit SoECT video *learning* terhadap peningkatan pemahaman komunikasi. Hipotesis "terdapat pengaruh signifikan antara penerapan strategi unit SoECT dalam video *learning human representation* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pemahaman komunikasi karyawan." **Diterima.**

KESIMPULAN

Strategi video *learning* yang diterapkan oleh Unit SoECT dalam program *Human representation* dirancang secara terstruktur mulai dari pemetaan kebutuhan berbasis kompetensi hingga produksi konten berbasis micro*learning* yang sesuai dengan karakteristik audiens. Proses ini mencakup penetapan tujuan pembelajaran yang spesifik, kolaborasi lintas tim dalam produksi, serta penerapan empat tahap proses kreatif Wallas yaitu: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi untuk memastikan kualitas dan efektivitas materi. Konten video dikembangkan dengan pendekatan yang sistematis, menarik, dan relevan, memanfaatkan brainstorming, tools AI, serta feedback dari peserta untuk evaluasi dan perbaikan berkelanjutan.

Keberhasilan strategi ini didukung oleh sejumlah faktor kunci, seperti kredibilitas dan kemampuan komunikasi narasumber, penggunaan storytelling yang emosional dan relevan, serta elemen interaktif seperti kuis dan polling untuk meningkatkan partisipasi. Motivasi peserta diperkuat melalui success story, kutipan inspiratif, dan keterkaitan materi dengan konteks kerja nyata. Efektivitas strategi ini dibuktikan melalui penelitian terhadap 130 karyawan Telkom Corporate University yang menunjukkan bahwa strategi SoECT berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pemahaman komunikasi, dengan hasil uji regresi menunjukkan peningkatan 0,461 poin untuk setiap satuan strategi. Semakin baik strategi diterapkan, semakin tinggi pula pemahaman komunikasi peserta.

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan menyatakan masih terdapat beberapa item variabel yang memiliki nilai dibawah kategori berdasarkan jawaban yang diberikan oleh para responden. Maka dari itu, unit SoECT sebagai pengelola video *learning Human representation* dapat melakukan analisis lebih lanjut terkait penyajian materi, interaktivitas, dan evaluasi untuk

meningkatkan nilai pada kategori tersebut. Perlu adanya perbaikan terhadap beberapa instrumen konten yang memiliki nilai dibawah skor untuk mengoptimalkan strategi pada video *learning* agar sampai kepada audiens dengan sempurna yang tentunya akan memberikan pengaruh lebih besar terhadap peningkatan pemahaman komunikasi karyawan Telkom Corporate University.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak pernah putus, yang menjadi sumber kekuatan selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta masukan yang sangat berarti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Tidak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan semangat, bantuan, dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Semua bantuan dan perhatian tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dari tersusunnya penelitian ini dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

Hendra, Afriyadi, H., Tanwir, Hayati, N., Supardi, Laila, S. N., Prakasa, Y. F., Hasibuan, R. P. A., & Asyhar, A. D. A. (2023). Media Pembelajaran Berbasis Digital (Teori & Praktik). In *PT. Sonpedia Publishing Indonesia* (Issue 1). https://repository.uinmataram.ac.id/2683/1/Media pembelajaran berbasis digital.pdf

Indriastuti, H., Ratnaningsih, N., & Siregar, N. (2021). Proses Berpikir Kreatif Matematik Peserta Masalah Open Ended Ditinjau dari Gaya Belajar Visual. *Jurnal Dedikasi Pendidikan*, *8848*(2), 323–335. https://doi.org/https://doi.org/10.30601/dedikasi.v5i2.1622

Mahadi, U. (2021). Komunikasi Pendidikan (Urgensi Komunikasi Efektif dalam Proses Pembelajaran). *Journal of Public Policy and Administration Silampari*, *4*(1), 17–23. https://doi.org/https://doi.org/10.31539/joppa.v2i2.2385

Saidah, N., & Sutriyani, W. (2021). Implementasi Pembelajaran Daring pada Mata Kuliah Statistik Berbasis Video. *Jurnal Pendidikan Matematika (JPM)*, *7*(2), 106. https://doi.org/10.33474/jpm.v7i2.11139

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Alfabeta.

Wahyudi, F. N., & Sartika, I. (2024). The Effectiveness of Instagram Account @ Bima . Kemdikbudristek as a Medium for Disseminating Information for Lecturers of Academic Education Colleges. *Journal of Applied Science, Technology & Humanities Volume*, *1*(4), 408–417. https://doi.org/https://doi.org/10.62535/6agyh340

Wahyuni, J. S., Haryadi, & Nuryatin, A. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Video melalui Website Rumah Belajar pada Materi Teks Eksplanasi. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, Dan Asing Vol*, *5*(1), 22–32. https://doi.org/10.31540/silamparibisa.v5i1.1617

Wardani, F. S., Lestari, I. P., Sari, D. T., & Wulandari, N. U. T. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah di Masa Pandemi. *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, *5*(1), 27–38. https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4115

Winarni, S., Kumalasari, A., Marlina, & Rohati. (2021). Efektivitas Video Pembelajaran Matematika untuk Mendukung Kemampuan Literasi Numaresi dan Digital Siswa. *Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, *0*(2), 574–583. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24127/ajpm.v10i2.3345