# Analisis Resepsi Karyawan Telkom CorpU terkait Tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn

# Sub Judul: Studi analisis resepsi karyawan Telkom CorpU setelah menonton tayangan ITMLI Webinar Series 2023-Episode 1 di platform learning mydigilearn

**A picture containing emblem, symbol, logo, crest

Description automatically generated**

**Oleh**  
**Riesta Rinanda Abidin**  
**198080017**

**TESIS**   
**untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dalam Bidang Ilmu Komunikasi pada Universitas Pasundan Bandung**

**PROGRAM STUDI**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PASCASARJANAUNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

Telkom Corporate University Center (Telkom CorpU) merupakan salah satu divisi di PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk) (Persero) (Telkom Indonesia), khususnya di direktorat Human Capital Management. Telkom CorpU menjadi tempat untuk pengembangan karyawan Telkom Indonesia, sehingga berperan dalam menyelenggarakan pelatihan atau program pengembangan diri bagi peningkatan kapabilitas karyawan Telkom Indonesia. Datangnya pandemic di Indonesia, membuat Telkom CorpU beradaptasi dan menghadirkan *platform corporate learning* untuk tetap bisa menyelenggarakan atau men-*deliver* pelatihan bagi karyawan, sehingga lahirlah myDigiLearn. Beragam metode pembelajaran disuguhkan oleh myDigiLearn mulai dari podcast, video, webinar, dan lain sebagainya. Webinar sendiri, secara berkala dilaksanakan melalui myDigiLearn dengan beragam topik dan judul, salah satunya ITMLI Webinar Series. Webinar tersebut ditayangkan di myDigiLearn bagi karyawan Telkom Indonesia sebagai salah satu upaya pengembangan diri. Di tahun 2023, ITMLI Webinar Series meluncurkan penayangan perdananya dalam Episode 1 yang diikuti oleh 500 lebih user melalui myDigiLearn. Peneliti ingin mengetahui resepsi dari karyawan Telkom CorpU itu sendiri terkait tayangan ITMLI Webinar tersebut agar dapat menjadi masukkan bagi episode selanjutnya.

Tanggapan atau umpan balik dari karyawan terhadap kebijakan atau upaya perusahaan dalam mengembangkan karyawan menjadi hal yang dibutuhkan agar perusahaan dapat mengetahui apa yang harus dipertahankan dan yang harus dikembangkan. Menurut Mangkunegara, seseorang atau karyawan yang kinerjanya sangat baik atau tinggi memiliki karakteristik seperti berkomitmen tinggi, berani menghadapi resiko dan bertanggungjawab, memiliki tujuan yang realistis, berupaya keras untuk mencapai tujuan dan memiliki rencana kerja yang terintegrasi, memberikan tanggapan atau umpan balik terhadap seluruh kegiatan kerja, serta rencana kerja dapat direalisasikan (Silaen, 2021: 6).

Tanggapan dari karyawan, nantinya dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai bahan evaluasi. Hal tersebut menjadi kunci dalam berkembangnya suatu perusahaan agar tidak diam di tempat saja. Tanggapan dari karyawan termasuk ke dalam unsur dalam manajemen kinerja pada suatu organisasi atau perusahaan, sehingga tidak dapat dianggap kecil.

Ada beberapa tahapan dalam Manajemen Kinerja organisasi, yaitu :

a. Tahap pertama adalah Perencanaan Kinerja.

Menetapkan harapan kinerja, tujuan bagi kelompok dan individu untuk mencapai tujuan organisasi merupakan perencanaan kinerja agar organisasi berjalan efektif. Apa yang menjadi sasaran serta bagaimana mencapai sasaran dapat mengidentifikasi dan menentukan tingkat kinerja.

b. Tahap kedua adalah Pengelolaan Kinerja.

Hasil yang ditentukan akan tercapai jika rencana kinerja yang telah ditetapkan dapat dilaksanakan, memberi bantuan praktis yang diperlukan merupakan dukungan manajer kepada karyawan agar karyawan sebagai individu komit terhadap rencana yang telah ditetapkan, serta menyesuaikan target dan prioritas sehubungan dengan perubahan juga memberi pelatihan dan pengembangan. Pada tahap ini, individu bertanggung jawab terhadap kinerja mereka sendiri.

c. Tahap ketiga adalah Evaluasi Kerja.

Pencapaian kinerja serta hasil yang dijadikan umpan balik merupakan proses dari evaluasi kinerja. Penilaian kerja dilakukan secara objektif dari hasil evaluasi yang melibatkan berbagai pihak.

d. Tahap keempat adalah Reward dan Punishment.

Motivasi yang diberikan organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan dapat berupa hukuman dan penghargaan. Setelah melihat hasil kinerja para karyawan, maka dapat diketahui apakah karyawan dapat diberikan penghargaan atau apakah karyawan diberikan hukuman (Silaen, 2021: 9).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengajukan judul dalam penelitian ini adalah “Analisis Resepsi Karyawan Telkom CorpU terkait Tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn”. Peneliti memanfaatkan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti ini berfokus kepada bagaimana analisis resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn?

Berdasarkan konteks penelitian, maka peneliti menetapkan pertanyaan penelitian yang akan membantu merumuskan penelitian ini, adapun pertanyaannya sebagai berikut:

1. Bagaimana resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn pada posisi dominan-hegemonik?
2. Bagaimana resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn pada posisi negosiasi?
3. Bagaimana resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn pada posisi oposisi?

## Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn pada posisi dominan-hegemonik.
2. Mengetahui resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn pada posisi negosiasi.
3. Mengetahui resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn pada posisi oposisi.

ITMLI telah ada sejak 2022 dan hingga saat ini masih berlangsung. Pada penelitian ini, peneliti mengangkat ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 yang bertajuk The Influence of Media Practitioner to Accelerate Business Innovation in Digital Journalism.

Episode tersebut digelar untuk membuka peluang baru dan inspirasi bagi para pelaku di ekosistem jurnalisme. Di sana juga membahas bagaimana kolaborasi para stakeholder dalam memfasilitasi para pelaku industry untuk berperan menumbuhkan industry digital dan kreatif. Lebih lanjut juga membahas mengenai bagaimana cara para pelaku industry memanfaatkan peluang di bidang industry digital dan kreatif, khususnya pada ranah jurnalisme. ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 ini menghadirkan Pemimpin Redaksi News Channel Kompas TV, Rosiana Silalahi dan CEO CIAS Academy, Indrawan sebagai pembicara agar lebih meyakinkan *audience*. Dengan begitu, peneliti ingin mengatahui, pesan yang ingin disampaikan dari webinar kepada *audience* sesuai dengan yang ditangkap oleh *audience*nya atau tidak.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan beberapa cara yaitu wawancara, observasi, dan penelusuran melalui dokumen terkait. Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan semua hal yang dibutuhkan dalam penelitian. Dengan begitu, teknik yang dipilih harus sesuai dengan kebutuhan peneliti. Di dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data baiknya dilakukan secara berulang kali dan berkala agar menjaga validitas dari hasil data-data yang terkumpul (Suharsaputra, 2012: 208). Berikut penjelasan dari masing-masing teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti:

* 1. Wawancara

Teknik wawancara merupakan tanya jawab antara penelitian dan informan untuk menemukan sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan kepada laporan tentang diri sendiri atau self-report atau setidaknya pada pengetahuan yang dimiliki oleh seorang individu (Sugiyono, 2020: 195).

Wawancara adalah situasi berhadap-hadapan antara pewawancara dan responden yang dimaksudkan untuk menggali informasi yang diharapkan, dan bertujuan mendapatkan data tentang responden dengan minimum bias dan maksimum efisiensi (Singh, 2002). Sementara Steward & Cash (1982) mendefinisikan wawancara sebagai sebuah proses komunikasi dyad (interpersonal), dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, bersifat serius, yang dirancang agar tercipta interaksi yang melibatkan aktivitas bertanya dan menjawab pertanyaan (Hakim, 2013: 167).

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur ataupun tidak, tergantung situasi yang terbangun antara peneliti dan informan. Pasca era pandemic, wawancara dapat dilakukan secara hybrid baik offline tatap muka ataupun online melalui platform yang ada.

* 1. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti harus mengetahui bagaimana informan menggunakan myDigiLearn dalam proses belajarnya. Dengan begitu, observasi terhadap informan dapat dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan saat berhubungan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dll (Sugiyono, 2020: 203). Dari segi proses, observasi dapat dibagi menjadi dua yaitu observasi berperan serta dan observasi tanpa peran serta. Kemudian, ada pula observasi dari sisi instrumentasi yaitu observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2020: 203).

* 1. Dokumen

Kekuatan sumber data dari hasil wawancara dan observasi, akan semakin kuat jika ditambahkan dengan dokumen pendukung yang berkaitan dengan hasil tersebut. Dokumen terkait dapat berupa bacaan, video, foto, dll. Hasil penelitian pun dapat lebih kredibel nilainya, jika ada dokumen terkait yang resmi dan teknik (Sugiyono, 2020: 315).

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di mayarakat, dan autobiografi. *Publish autobiographies provide a readily available source of data for the discerning qualitative research (Bogdam).* Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, 2020: 315).

Analisis resepsi merupakan pendekatan teoritis dalam studi media yang dikembangkan oleh Stuart Hall, seorang teoritikus budaya dan media terkemuka. Pendekatan ini berfokus pada bagaimana audiens menafsirkan dan memaknai pesan media yang mereka terima, serta bagaimana konteks sosial, budaya, dan ideologi memengaruhi pemahaman mereka.

Bagi Althusser, ideologi adalah satu dari tiga unsur atau level primer formasi sosial. Jadi, ideologi relative otonom dari level lain (misalnya, ekonomi), meskipun ditempatkan ‘pada urutan terakhir’. Di sini, ideologi, ‘sistem (dengan logika dan kaidahnya sendiri) representasi (citra, mitos, gagasan, atau konsep)’ (Althusser, 1969: 231), dipahami sebagai praktik yang dijalani dan mentransformasikan dunia materi (Barker, 2011: 59).

Lebih dari itu, Althusser juga mengungkapkan bahwa ideologi memiliki empat aspek di antaranya:

* 1. Ideologi memiliki fungsi umum untuk membentuk subjek
  2. Ideologi sebagai pengalaman yang dijalani adalah nyata atau tidak palsu
  3. Ideologi sebagai pemahaman yang keliru tentang kondisi nyata eksistensi adalah tidak nyata atau palsu
  4. ideologi terlibat dalam reproduksi formasi-formasi sosial dan relasi mereka terhadap kekuasaan.

Pendekatan ini juga menggunakan konsep *encoding* dan *decoding* untuk menjelaskan proses komunikasi antara produsen media dan audiens. *Encoding* merujuk pada cara produsen media menghasilkan pesan dengan menggunakan kode-kode tertentu seperti Bahasa, simnol, atau representasi visual. Sedangkan *decoding* berfokus pada bagaimana audiens menerima, menafsirkan, dan memaknai pesan tersebut.

Pendukung pendekatan audien aktif berpendapat bahwa bukti- bukti perilaku penonton tidak sekedar inkonklusif da kontradiktif, dengan korelasi statistic yang tidak bisa dijadikan bukti dari penalaran ini, namun ini adalah cara yang secara fundamental salah dalam mendekati penonton televisi.Dikatakan bahwa penonton televisi bukanlah massa yang tak terbedakan yang terdiri dari kumpulan individu dan terisolasi. Namun, menonton televisi adalah suatu aktivitas yang diinformasikan secara sosial dan kultural yang terkait erat dengan *makna* (Barker, 2011: 286).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggali pemahaman terkait kenyataan dari segi perspektif “orang dalam” atau dalam hal ini karyawan Telkom CorpU-ITDRI terkait media belajar myDigiLearn. Dengan begitu, peneliti memilih pendekatan analisis resepsi untuk membantu menganalisis data yang didapatkan. Pada penelitian ini, peneliti dapat melakukan proses pengumpulan data dengan cara wawancara, namun juga dapat menggunakan sumber tertulis untuk menjadi pelengkap atau pendukung validitas penelitian. Hasil dari penelitian dengan pendekatan analisis resepsi dapat menjadi saran yang dapat diimplementasikan oleh Telkom CorpU-ITDRI. Analisis resepsi Stuart Hall adalah pendekatan teoritis dalam studi media yang berfokus pada bagaimana audiens menafsirkan dan memaknai pesan media yang mereka terima, serta bagaimana konteks sosial, budaya, dan ideologi memengaruhi pemahaman mereka.

Dalam analisis resepsi Stuart Hall, audiens tidak dipandang sebagai penerima pasif dari media, tetapi sebagai agen yang aktif melakukan penafsiran dan interpretasi terhadap pesan tersebut. Hall berpendapat bahwa pemaknaan pesan media tidak ditentukan secara langsung oleh produsen media, tetapi dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan ideologis audiens. Pendekatan ini menggunakan konsep *encoding-decoding ­*untuk menjelaskan proses komunikasi antara produsen media dan audiens. *Encoding* merujuk pada cara produsen media menghasilkan pesan dengan menggunakan kode-kode tertentu seperti bahasa, symbol, atau representasi visual. *Decoding* merujuk pada bagaimana audiens menerima, menafsirkan, dan memaknai pesan tersebut.

Hall (1981) mengusulkan, mengikuti Parkin, sebuah model yang terdiri dari tiga posisi pendekodean (*decoding*) hipotesis:

* *Encoding/decoding* dominan-hegemonik yang menerima ‘makna yang dikehendaki’;
* Kode yang dinegosiasikan yang mengakui adanya legitimasi kode hegemonic secara abstrak namun membuat aturannya dan adaptasinya sendiri berdasarkan atas situasi tertentu;
* Kode opsional di mana orang memahami *encoding* (penulisan kode) yang lebih disukai namun menolaknya dan men-*decode* (memecah kode) dengan cara sebaliknya (Barker, 2011: 288)

Analisis resepsi Stuart Hall juga menekankan pentingnya konteks sosial dan budaya dalam proses pemaknaan media. Pemahaman dan interpretasi pesan media dipengaruhi oleh pengetahuan, nilai, dan norma budaya yang dimiliki audiens. Dengan demikian, analisis resepsi ini menyuguhkan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana audiens berinteraksi dengan media dan bagaimana media dipahami pesannya dan bisa diterima oleh audiens.

Resepsi yang dilontarkan oleh informan bisa jadi beragam. Menangkap sinyal tersebut, Hall mengidentifikasi dan menganalisis pola dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi atau disebut juga sebagai posisi hipotekal/hipotesis.

a. Posisi Dominan-Hegemonik

Pada posisi ini audiens menerima dan memaknai pesan media sesuai dengan kode dan interpretasi yang dimaksudkan oleh media. Mereka sepenuhnya mengadopsi dan menerima pemaknaan dominan yang telah diberikan oleh pesan media.

Posisi hipotesis pertama adalah posisi hegemonic-dominan. Ketika penonton mengambil makna yang terkonotasikan dari, katakanlah, sebuah system siaran berita televisi atau program peristiwa sosial politik mutakhir sepenuhnya dan langsung, dan mendekode pesannya dari sudut pandang kode rujukan yang telah dienkodekan, kita dapat mengatakan bahwa penonton tersebut *melakukan pengoperasian dalam lingkup kode dominan* (Hall, 2011: 227).

Dominan-hegemonik mengacu pada pemahaman yang diterima, diadopsi, dan diinternalisasi secara luas oleh audiens. Dengan demikian, menjadi norma atau pandangan umum yang dominan di masyarakat atau sekitar. Perlu diingat bahwa posisi ini hanyalah salah satu kemungkinan dalam proses *decoding.*

b. Posisi Negosiasi

Pada posisi ini, audiens menginterpretasikan pesan media dengan cara yang sedikit berbeda dari yang dimaksudkan oleh produsen media. Mereka mungkin menerima sebagian pemaknaan dominan, tetapi juga memasukkan pemahaman mereka sendiri ke dalam proses memaknai pesan dari media.

Posisi kedua yang hendak kami identifikasi adalah posisi *kode* atau posisi *yang dinegosiasikan*. Mayoritas audiens mungkin memahami secara cukup memadai aoa yang secara dominan telah didefinisikan dan secara profesional telah ditunjuk sebagai petanda. Namun, definisi dominan itu bersifat hegemonik persisnya karena definisi tersebut merepresentasikan definisi pelbagai situasi dan peristiwa yang berada ‘dalam posisi dominan’, (*global*) (Hall, 2011: 228).

Posisi negosiasi disebutkan ketika khalayak menyetujui pesan yang disampaikan oleh suatu media, namun ia memiliki opini yang bertolak belakang dengan pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Sehingga, khalayak tersebut tidak secara penuh memaknai setuju pesan yang dimaksudkan oleh media tersebut.

c. Posisi Oposisi

Pada posisi ini, audiens menolak atau menentang pemaknaan dominan yang dimaksudkan oleh produsen media. Mereka memaknai pesan media dengan cara yang berlawanan atau berbeda secara signifikan dari maksud asli. Posisi ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya pasif menerima pemahaman dominan yang disuguhkan oleh produsen media, tetapi juga mengambil sikap kritis dan menentang narasi yang didominasi atau ideologi yang tertanam dalam pesan tersebut.

Akhirnya, posisi Ketika yang diidentifikasi Hall adalah ‘kode oposisional’. Ini merupakan posisi yang diduduki oleh pemirsa yang mengakui kode wacana televisual yang disampaikan, tetapi memutuskan untuk melakukan *decoding* dalam sebuah kerangka acuan alternatif (Storey, 2010: 16).

Dalam pemaknaan oposisional, audiens mencoba untuk mengungkapkan pandangan, nilai, atau ideologi alternatif yang berlawan dengan pemahaman dominan yang diberikan oleh produsen media. Mereka dapat menggunakan pengetahuan mereka sendiri, pengalaman pribadi, atau pandangan yang berbeda untuk membentuk pemahaman mereka terhadap pesan tersebut. Pentingnya posisi hipotekal oposisi mengakui bahwa audiens memiliki kebebasan dan kapasitas untuk mempertanyakan, menentang, atau menolak pemahaman dominan yang diberikan oleh media.

Seluruh informan telah menyampaikan resepsinya setelah menonton tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 dengan tema The Influence of Media Practitioner to Accelerate Business Innovation in Digital Journalism. Keempatnya memiliki resepsi yang berbeda dikarenakan adanya perbedaan latar belakang atau ideologi dari masing-masing. Peneliti juga menyimpulkan bahwa belum tentu yang tidak berlatar belakang pendidikan di bidang komunikasi dapat berada di posisi dominan-hegemonik, bahkan mereka menjadi lebih kritis dan bisa sampai menentang pesan yang disampaikan.

# Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan dan memaparkan data dari hasil penelitian terkait “analisis resepsi karyawan Telkom CorpU terkait tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn”. Seluruh pertanyaan yang diajukan dalam wawancara kepada informan terkait resepsi dari mereka dalam memaknai tayangan webinar tersebut.

# Hasil penelitian yang didapat peneliti dilakukan melalui Teknik wawancara dengan *key informan* dan dianalisis ketika wawancara sudah dilakukan. Peneliti juga melakukan wawancara terhadap penyelenggara webinar sebagai tambahan informasi atau sebagai informan ahli. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Analisis Resepsi Karyawan Telkom CorpU terkait Tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 di mydigilearn. Peneliti menunjuk karyawan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Informan merupakan Karyawan Telkom CorpU-ITDRI
2. Informan mengakses myDigiLearn sebagai media belajar
3. Informan mengetahui ITMLI Webinar Series
4. Informan menonton tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1

Dari empat informan, dua informan menempati posisi dominan-hegemonik, satu orang menempati *double position* yaitu posisi negosiasi dan oposisi, dan satu orang menempati *double* position yaitu posisi dominan-hegemonik dan oposisi.

Dalam ringkasannya, mereka mengemukakan hal-hal sebagai berikut:

* Penonton bertindak aktif dan mengambil berbagai makna dari telenovela.
* Penonton menerapkan pada kehidupan mereka.
* Penonton mengakui sifat fiksional suatu genre dan berfungsinya aturan-aturannya.
* Variabel kontekstual keluarga, kelas, gender, dan lingkungan sekitar membatasi reaksi penonton.

Kesimpulannya tentang karakter penonton telah dicapai melalui dua jalur yang saling mendukung: karya teoritis dan penelitian empiris (Barker, 2011: 287).

Pada penelitian ini, peneliti memiliki empat informan yang berlatar belakang berbeda-beda. Pertama yaitu Yolanda, perempuan 29 tahun Sarjana lulusan Fakultas Ilmu Komunikasi ini merupakan seorang Ibu Rumah Tangga yang juga bekerja di Telkom CorpU-ITDRI sebagai Staff Workforce and Outsource Management. Yolanda bekerja sudah hampir 6 tahun di sana. Walaupun berbekal latar belakang studi yang berbeda dengan pekerjaannya saat ini, Yolanda mengaku menikmati kegiatannya tersebut dan masih bisa mengikuti dengan baik.

Selanjutnya Tifani, ia merupakan wanita asal Cimahi yang berusia 24 tahun. Dengan berlatar belakang Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi, Tifani menggeluti bidang komunikasi di tempat bekerjanya saat ini yaitu Telkom CorpU-ITDRI. Tifani bekerja sebagai Staff Brand and Communication, spesifiknya bertugas sebagai Helpdesk.

Kemudian informan lainnya yaitu seorang pria yang sudah menikah dan dikaruniai seorang anak, Riztama atau akrab disapa Tama. Kontribusinya di Telkom Indonesia sendiri sudah hampir 6 tahun, namun untuk penempatan di Telkom CorpU-ITDRI baru menginjak tahun kedua untuk saat ini. Tama menempati posisi sebagai Officer Event and Branding dengan latar belakang pendidikan yaitu lulusan Teknik Desain Komunikasi Visual. Pria asal Bogor ini mengaku memiliki ketertarikan untuk berinovasi, sehingga pernah membawa dirinya menjadi seorang innovator di Telkom yang berhasil *Go-to-Market*.

Dan yang terakhir merupakan seorang wanita yang tidak ingin disebutkan namanya. Informan ini merupakan salah satu Officer Procurement di Telkom CorpU-ITDRI. Ia lebih nyaman disebut sebagai DT dan berlatar belakang pendidikan terakhir yaitu Magister Administrasi Bisnis pada salah satu Perguruan Tinggi ternama di Indonesia, Institute Teknologi Bandung (ITB). Masa bekerja yang cukup lama, membuat Anonim memahami tata cara mengikuti *e-learning* dan mengakses *platform*nya dengan baik.

Ketika disinggung soal alasan para informasi menonton webinar tersebut, empat Informan yang menjadi penonton tayangan ini mengaku bahwa menonton webinar tersebut karena pembicaranya menarik dan berpengalaman di bidangnya.

Seluruh resepsi dari masing-masing informan berasal dari sudut pandang mereka yang bisa dengan bebas memaknai pesan dari tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1 tersebut. Proses ini membuktikan bahwa audiens aktif dan bebas mengutarakan pandangannya terhadap suatu tayangan.

Pemaparan dari Informan menunjukkan bahwa dirinya melakukan proses belajar saat menonton tayangan ITMLI Webinar Series 2023 Episode 1. Dengan mengakses melalui myDigiLearn, menandakan bahwa Yolanda mengikuti *e-learning*.

1. Membangun “knowledge based society habits” yang meliputi kemampuan memecahkan masalah, berkomunikasi, mencari, mengelola, dan mengubah informasi menjadi insight baru, hingga dapat mengkomunikasikannya kepada orang lain.
2. Mengembangkan kemampuan atau skill dalam menggunakan teknologi digital
3. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses belajar. (Yaniawati, 2010: 6)

Sebagaimana dijelaskan Hall bahwa makna-makna yang didekodekan oleh informan dapat menimbulkan suatu efek. Namun, pesan tersebut harus didekodekan secara bermakna.

Kumpulan makna yang didekodekan inilah yang ‘memiliki efek’, yang memengaruhi, menghibur, mengajari, atau merayu, dengan konsekuensi tingkah laku, ideologis, emosional, kognitif, dan persepsi indrawi yang sangat kompleks. Dalam momen ‘yang telah ditentukan batas-batasnya’, suatu struktur menggunakan kode dan menghasilkan ‘pesan’: pada momen lainnya yang telah ditentukan batas-batasnya, ‘pesan’ tersebut- melalui *decoding*nya-muncul dan masuk ke dalam struktur praktik sosial (Hall, 2011: 216).

Peneliti menyarankan bagi ITMLI Webinar Series 2023 selanjutnya dapat lebih menghadirkan pemateri yang bisa menjelaskan dari sudut pandang teori dan kondisi riil. Melihat tidak hanya pelaku di bidang tersebut yang mengikuti webinar, maka sebaiknya tidak terlalu mendalam ke sisi teknis melainkan lebih dipertajam secara konseptual dan praktisnya.

Sedangkan untuk peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis, lebih dipertajam pertanyaan yang dilayangkan untuk setiap informan. Hal tersebut dapat membantu memperkaya data untuk diolah dan dianalisis. Dengan begitu, penelitian menjadi semakin valid dan dapat dimanfaatkan oleh pihak terkait dan untuk peneliti yang akan datang.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Barker, Chris. 2011. Cultural Studies, Theory and Practice. Bantul: Kreasi Wacana.

Cangara, Hafied. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Hall, Stuart. 2011. Budaya Media Bahasa. Yogyakarta: Jalasutra.

Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Cetakan ke-1. Jakarta: Prenada Media Group.

McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy. J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sarwoto. 1979. Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Silaen, Novia Ruth. 2021. Kinerja Karyawan. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Siregar, Robert Tua, dkk. 2021. Komunikasi Organisasi. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Storey, John. 2010. Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta: Jalasutra.

Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Suharsaputra, Uhar. 2012. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: PT Refika Aditama.

Patilima, Hamid. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo.

**Sumber Lain**

Hariyanto, Didik. 2021. Pengantar Ilmu Komunikasi. Sidoarjo: Umsida Press.

Hardika, Putri Ayu. 2021. Pemanfaatan Media oleh Guru Kelompok A di TK L Surabaya. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Rizaldi, Ivan Tian. 2020. Hubungan Antara Workplace Well-Being dengan Employee Engagement Pada Karyawan. Surabaya: UMSurabaya.