PENGARUH DURASI VIDEO PEMBELAJARAN TERHADAP PEMAHAMAN KOMUNIKASI DI TELKOM CORPORATE UNIVERSITY

Putri Dhea Marlina¹, Vivien Febri Astuti²

^{1,2} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University
e-mail: ¹putridheamarlina77@gmail.com, ²vivien-fas@apps.ipb.co.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi metode pembelajaran, khususnya di lingkungan corporate university, dari berbasis teks menuju media video yang lebih interaktif dan fleksibel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video terhadap pemahaman komunikasi dalam konteks pembelajaran di Telkom Corporate University. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis inferensial, data dikumpulkan melalui instrumen survei dan dianalisis dengan uji regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independent yaitu karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman komunikasi, dengan nilai koefisien korelasi tertinggi ditunjukkan oleh variabel karakteristik video (0,790), diikuti durasi video (0,787), dan karakteristik audiens (0,368). Uji simultan juga memperkuat bahwa karakteristik video dan durasi video memberikan pengaruh dominan dibandingkan karakteristik individu audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa desain dan durasi video yang tepat memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi pembelajaran, sedangkan perbedaan karakteristik audiens kurang berpengaruh secara signifikan bila dianalisis bersamaan. Oleh karena itu, pengembangan konten video pembelajaran sebaiknya lebih memfokuskan pada penyusunan materi yang menarik, padat, dan berdurasi optimal guna meningkatkan kualitas pengalaman belajar. Penelitian ini memberikan kontribusi strategis dalam pengembangan media pembelajaran digital di era modern.

Kata kunci: *Durasi video, Pemahaman komunikasi, Pembelajaran digital, Corporate university*

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the transformation of learning methods, especially in the corporate university environment, from text-based to more interactive and flexible video media. This study aims to analyze the influence of audience characteristics, video characteristics, and video duration on communication understanding in the context of learning at Telkom Corporate University. Using descriptive quantitative approach with inferential analysis, data were collected through survey instrument and analyzed by linear regression test. The results show that the three independent variables, namely audience characteristics, video characteristics, and video duration, have a positive and significant effect on communication understanding, with

the highest correlation coefficient value shown by the video characteristics variable (0.790), followed by video duration (0.787), and audience characteristics (0.368). Simultaneous tests also confirmed that video characteristics and video duration exerted a dominant influence over individual audience characteristics. This finding suggests that appropriate video design and duration play an important role in enhancing the effectiveness of learning communication, while differences in audience characteristics have less significant effect when analyzed together. Therefore, the development of learning video content should focus more on creating engaging, concise and optimally timed material to improve the quality of the learning experience. This research makes a strategic contribution to the development of digital learning media in the modern era.

Keywords: *Video duration, Communication comprehension, Digital learning, Corporate university*

PENDAHULUAN

Era digital yang terus berkembang ini membuat metode pembelajaran mengalami perubahan yang signifikan, terutama di lingkungan korporat. Jika dahulu pembelajaran lebih banyak dilakukan melalui buku atau modul cetak, kini perusahaan mulai beralih ke metode yang lebih interaktif dan mudah diakses, seperti video pembelajaran. Buku dan modul cetak memang memberikan informasi yang lengkap, tetapi sering kali kurang menarik dan membutuhkan waktu lama untuk dipahami. Video pembelajaran memungkinkan penyampaian materi secara lebih visual, dinamis, dan mudah dicerna, sehingga karyawan dapat belajar dengan lebih efektif dan fleksibel.

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi dunia pendidikan, mengubah cara-cara tradisional dalam proses pengajaran dan pembelajaran. Teknologi memegang peranan krusial dalam kegiatan pembelajaran, yang merupakan proses memperoleh pengetahuan baik di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah. Beragam metode baru telah diterapkan dalam proses belajar mengajar guna membuatnya lebih menarik dan bermakna (Mokoginta dkk, 2021). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa kemunculan teknologi digital telah mengubah metode pembelajaran dari berbasis buku ke video yang lebih interaktif dan fleksibel. Jika dulu buku menjadi sumber utama, kini video pembelajaran memungkinkan penyampaian materi yang lebih visual, menarik, dan mudah dipahami. Video pembelajaran juga memberikan akses lebih luas dan memungkinkan personalisasi sesuai kebutuhan individu. Perubahan ini mencerminkan evolusi pendidikan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital (Singh dkk, 2023).

Penggunaan video sebagai media pembelajaran tidak hanya meningkatkan efektivitas penyampaian materi, tetapi juga menyesuaikan dengan perkembangan era digital yang menuntut metode pembelajaran yang lebih interaktif dan fleksibel. Terkait konteks *corporate university*, seperti yang diterapkan oleh *Jakarta Corporate University (JakCorpU)*, model pembelajaran menggunakan proporsi 70-20-10, di mana 70 persen aktivitas pembelajaran terintegrasi dilakukan di tempat kerja, 20 persen melalui aktivitas pembelajaran kolaboratif, dan 10 persen melalui metode ceramah. Namun, dengan

perkembangan teknologi dan kebutuhan akan pembelajaran daring, terdapat dorongan untuk memberikan perhatian lebih besar pada sistem pembelajaran berbasis video yang dapat mendukung pembelajaran jarak jauh dan fleksibel (Rafi dan Muslim 2024).

Tren penggunaan video dalam pembelajaran di berbagai institusi, termasuk *corporate university*, menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini sejalan dengan kebutuhan akan metode pembelajaran yang adaptif, interaktif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi di era digital. Video pembelajaran telah menjadi inovasi penting dalam dunia pendidikan, karena menawarkan metode pengajaran yang lebih efektif dibandingkan media tradisional. Menggabungkan elemen visual, audio, dan animasi memungkinkan video menyampaikan informasi secara jelas dan menarik, sehingga meningkatkan pemahaman serta retensi materi bagi peserta didik. Fleksibilitas akses juga memungkinkan pembelajaran yang lebih mandiri dan sesuai dengan kebutuhan individu.

Penelitian sebelumnya mengenai efektivitas video pembelajaran menunjukkan bahwa penggunaan video animasi sebagai media pembelajaran memberikan dampak positif yang signifikan di berbagai jenjang pendidikan, mulai dari SD, SMP, hingga SMA. Video juga berkontribusi secara efektif terhadap berbagai aspek pembelajaran, seperti pemahaman konsep, motivasi belajar, kemampuan berpikir kritis, dan retensi informasi. Terkait peningkatan pemahaman, video animasi terbukti lebih unggul dibandingkan metode pembelajaran lain, seperti presentasi *PowerPoint*, buku teks, atau diskusi kelompok. Temuan ini menunjukkan bahwa video animasi merupakan alat pembelajaran yang efektif, juga memberikan bukti empiris yang mendukung efektivitas penggunaan video animasi dalam proses pembelajaran (Sihabudin dkk, 2023).

Durasi dalam video pembelajaran telah terbukti mempengaruhi pemahaman audiens. Hal tersebut dibuktikan dari penelitian sebelumnya mengenai durasi video mengungkapkan bahwa peserta pelatihan lebih menyukai jenis video tutorial, sementara durasi video yang paling disukai adalah antara tiga hingga lima menit. Peserta cenderung lebih memilih video pembelajaran dibandingkan dengan media lain karena video dapat memenuhi unsur visual dan audio, serta lebih sesuai dengan perkembangan zaman (Hisan 2021). Durasi dalam video pembelajaran memainkan peran penting dalam menentukan pemahaman audiens. Terkait konteks pembelajaran, durasi yang terlalu panjang dapat menyebabkan retensi audiens menurun. Hal tersebut dibuktikan dari penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa durasi berpengaruh terhadap retensi audiens, karena durasi yang terlalu panjang dapat mengurangi retensi audiens. Mengetahui durasi video yang tepat menjadi hal penting agar perhatian penonton tetap terjaga (Alkautsar dkk, 2024).

Penelitian mengenai pengaruh durasi *motion graphic* terhadap retensi audiens dalam kasus wajib pajak non efektif telah berhasil mendapatkan adanya hubungan pengaruh antara durasi *motion graphic* dengan retensi audiens. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas pada instrumen pengumpulan data sudah mengikuti semua ketentuan yang berlaku sehingga dapat mengukur dengan konsisten dan juga dapat diandalkan. Hubungan positif terlihat dari hasil analisis regresi linear sederhana sehingga kedua variabel memiliki hubungan searah atau dapat diartikan jika variabel durasi *motion graphic* meningkat maka variabel retensi audiens juga akan meningkat. Serta hasil pengujian memperlihatkan pengaruh yang signifikan dari durasi *motion graphic* terhadap

retensi audiens. Selanjutnya dari analisis tindakan perilaku penonton menunjukkan durasi yang terlalu panjang maka penonton akan membuat retensi audiens menurun. Sehingga diperlukan memahami durasi video yang tepat agar dapat membantu menjaga perhatian penonton (Alkautsar dkk, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh durasi video pembelajaran terhadap pemahaman komunikasi audiens. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan video pembelajaran yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan durasi sebagai faktor yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pengalaman belajar audiens

KAJIAN TEORI

Video Pembelajaran

Video pembelajaran merupakan salah satu bentuk media audio-visual yang menggabungkan unsur pendengaran dan penglihatan dalam proses penyampaian materi. Sebagai media pembelajaran, video terdiri atas rangkaian gambar bergerak yang diproyeksikan secara sistematis, dilengkapi dengan suara, sehingga mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih nyata dan menarik. Menurut Yuhaeni dkk, (2025), video memiliki kemampuan menyajikan informasi secara hidup dan dinamis, yang menjadikannya sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta didik, khususnya dalam keterampilan menyimak.

Zahra dan Sukma (2025) menyebutkan bahwa video pembelajaran tidak hanya menyampaikan materi, tetapi juga menyajikan tampilan yang interaktif dan menarik, sehingga meningkatkan partisipasi peserta didik dalam proses belajar. Sementara itu, Sakdiah dkk, (2022) menekankan bahwa video pembelajaran mengombinasikan berbagai media seperti gambar, audio, dan animasi yang saling melengkapi dalam menyampaikan informasi.

Karakteristik Video Pembelajaran

Video pembelajaran telah menjadi salah satu media yang efektif dalam proses pendidikan, terutama dengan berkembangnya teknologi digital. Sebagai alat bantu pembelajaran, video memiliki karakteristik yang dapat meningkatkan pemahaman, dalam menerima materi. Berikut adalah beberapa karakteristik dari video pembelajaran (Tempay dkk, 2024):

a) *Clarity of message* (kejelasan pesan)

Video pembelajaran harus memiliki pesan yang jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Informasi yang disampaikan harus sistematis, menggunakan bahasa yang sesuai dengan tingkat pemahaman audiens, serta didukung oleh elemen visual dan audio yang tidak membingungkan. Kejelasan pesan ini membantu audiens dalam menangkap inti dari materi yang disampaikan tanpa harus mengalami kesulitan dalam memahami isi video.

b) *Stand alone* (berdiri sendiri)

Video pembelajaran dirancang agar dapat digunakan secara mandiri tanpa memerlukan bantuan tambahan dari pengajar atau sumber belajar lain. Video tersebut harus mencakup semua informasi yang diperlukan oleh audiens dalam memahami

suatu konsep atau materi tertentu. Hal ini memungkinkan audiens untuk belajar kapan saja dan di mana saja tanpa ketergantungan pada sumber lain.

c) *User friendly* (mudah digunakan)

Video pembelajaran harus mudah digunakan dan diakses oleh semua pengguna, baik dari segi navigasi, tampilan, maupun struktur penyampaian materi. Tampilan yang menarik, penggunaan bahasa yang sederhana, serta adanya petunjuk atau instruksi yang jelas dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dalam memanfaatkan video sebagai media belajar.

d) Representasi isi

Video pembelajaran harus mampu merepresentasikan isi materi dengan baik, baik melalui teks, gambar, animasi, maupun elemen audiovisual lainnya. Representasi isi yang baik akan membantu audiens memahami konsep secara lebih mendalam, terutama dalam menjelaskan materi yang kompleks atau abstrak.

e) Visualisasi dengan media

Penggunaan elemen visual seperti grafik, animasi, infografis, dan ilustrasi dapat meningkatkan efektivitas video pembelajaran. Visualisasi ini membantu audiens dalam memahami informasi secara lebih konkret, terutama untuk konsep yang sulit dijelaskan hanya dengan teks atau narasi. Visual yang menarik juga berperan dalam meningkatkan daya tarik dan motivasi belajar audiens.

f) Menggunakan kualitas resolusi yang tinggi

Video pembelajaran harus memiliki kualitas resolusi yang baik agar dapat dilihat dengan jelas oleh audiens. Resolusi yang tinggi akan memastikan bahwa teks, gambar, dan elemen visual lainnya dapat terbaca dengan baik tanpa mengalami distorsi atau blur. Hal ini sangat penting terutama dalam video yang berisi detail kecil seperti diagram.

g) Dapat digunakan secara klasikal atau individual

Video pembelajaran harus fleksibel dan dapat digunakan dalam berbagai kondisi pembelajaran. Video ini bisa digunakan dalam pembelajaran klasikal maupun secara individual. Fleksibilitas ini memungkinkan audiens menyesuaikan kecepatan belajar mereka sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Keunggulan video sebagai media pembelajaran keterampilan

Video sebagai media pembelajaran keterampilan memiliki berbagai keunggulan yang menjadikannya salah satu metode yang efektif dalam menyampaikan materi. Dengan kombinasi elemen visual dan audio, video dapat membantu audiens memahami konsep dengan lebih jelas, menarik, dan interaktif. Fleksibilitas dalam mengakses video kapan saja dan di mana saja memungkinkan proses pembelajaran menjadi lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan individu. Berikut adalah keunggulan dari video pembelajaran (Purnama dan Kusmiyati 2024):

- a) Meningkatkan minat dan motivasi belajar
- b) Mempermudah pemahaman konsep
- c) Meningkatkan retensi dan daya ingat
- d) Meningkatkan kemampuan akademik
- e) Menghadirkan pembelajaran yang lebih interaktif

- f) Mendukung pembelajaran berbasis teknologi
- g) Mengurangi kebosanan dalam belajar

Panjang Durasi Video dalam Video Pembelajaran

Durasi video menjadi elemen penting dalam merancang media pembelajaran yang efektif. Video yang terlalu panjang cenderung menurunkan tingkat keterlibatan peserta didik, karena konsentrasi mereka biasanya menurun setelah beberapa menit pertama. Sabrina dkk, (2025) menyarankan agar video pembelajaran dibuat ringkas, padat, dan fokus pada inti materi agar lebih efektif.

Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Audiens

Maulani dkk, (2022) mengemukakan bahwa pemahaman peserta didik dalam pembelajaran digital dipengaruhi oleh:

- a) Motivasi belajar: Semakin tinggi motivasi, semakin tinggi pula tingkat pemahaman.
- b) Penyajian video yang jelas dan menarik: Kualitas audio-visual sangat berpengaruh.
- c) Respons audiens terhadap pembelajaran: Partisipasi aktif dapat meningkatkan pemahaman.
- d) Durasi video: Harus disesuaikan agar tidak terlalu panjang dan membosankan.

Uses and Gratifications Theory

Teori *Uses and Gratifications* dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (dalam Isnaini dkk, 2023) sebagai pendekatan dalam memahami alasan individu memilih dan menggunakan media tertentu. Teori ini berasumsi bahwa pengguna media adalah individu aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Teori ini mengidentifikasi tiga kebutuhan utama:

- a) Kognitif: Kebutuhan akan informasi dan pemahaman.
- b) Afektif: Kebutuhan akan hiburan dan pengalaman emosional.
- c) Sosial: Kebutuhan akan interaksi sosial dan hubungan.

Dalam konteks video pembelajaran, teori ini menjelaskan bahwa peserta didik memilih media pembelajaran seperti video karena dianggap mampu memenuhi kebutuhan belajar mereka, baik secara kognitif, afektif, maupun sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data melalui instrumen penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif atau menggunakan teknik statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2022). Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis inferensial. Tujuan penelitian ini untuk mengukur sejauh mana durasi video pembelajaran memengaruhi tingkat pemahaman audiens terhadap materi keterampilan komunikasi di Telkom Corporate University. Lokasi pengambilan data penelitian dilaksanakan di Kantor

Telkom *Corporate University* di Jl. Gegerkalong Hilir, Gegerkalong, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152. Peralatan yang digunakan mencakup gawai, laptop, *software* statistik untuk menganalisis data, platform *Mydigilearn*, serta *Google Form* sebagai sarana survei.

Adapun populasi dari penelitian ini yaitu karyawan *Telkom Corporate University* yang menonton video pembelajaran. Sampel pada penelitian ini merujuk pada karyawan Telkom yang mengakses aplikasi *mydigilearn*. Teknik yang digunakan untuk mendapatkan sampel disebut dengan *sampling*. Teknik yang dipakai pada penelitian ini yaitu teknik *probability sampling simple random sampling*, yaitu metode pemilihan sampel yang memastikan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai bagian dari sampel.

Analisis Data

Analisis kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh antar variabel melalui perhitungan dan pengujian, dengan tujuan menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Penelitian ini menganalisis data menggunakan *Software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk melakukan uji statistik.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa variabel-variabel dalam kuesioner layak digunakan dalam penelitian. Instrumen yang valid mampu mengukur apa yang seharusnya diukur sesuai dengan tujuan variabel. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana data yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya apabila dilakukan pengujian berulang. Dalam penelitian ini, analisis akan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah sebuah instrumen dalam kuesioner dapat dikatakan baik/valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total. Adapun penilaian validitas berdasarkan pada kriteria, jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen pertanyaan tersebut valid dan dapat digunakan untuk menjadi mengukur baik buruknya variabel karakteristik audiens dalam video pembelajaran keterampilan komunikasi. Namun, jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen pertanyaan tersebut tidak valid dan tidak dapat mengukur variabel karakteristik audiens dalam video pembelajaran keterampilan komunikasi. Uji Reliabilitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menghitung nilai koefisien Cronbach alpha dari setiap item atau instrumen dalam suatu variabel. Setiap instrumen yang dipakai dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien Cronbach alpha lebih dari 0,60. Apabila nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 maka variabel dikatakan reliabel, apabila nilai Cronbach Alpha $<$ 0,60, maka variabel tidak reliabel.

2. Uji asumsi klasik

Beberapa pengujian yang dilakukan dalam uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, baik variabel terikat maupun variabel bebas,

keduanya mengikuti distribusi normal. Suatu model regresi dapat dikatakan memiliki distribusi data normal apabila nilai $\text{Asymp. Sig (2-tailed)} > 0,05$. Pengambilan keputusan terkait normalitas data adalah sebagai berikut: Jika $p < 0,05$, maka distribusi data dianggap tidak normal. Jika $p > 0,05$, maka distribusi data dianggap normal. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians residual suatu pengamatan tetap, maka disebut Homoskedastisitas, sedangkan jika variansnya berbeda-beda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang menunjukkan Homoskedastisitas, di mana tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda menggambarkan hubungan fungsional antara sejumlah variabel, yang meliputi satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan pada rumus 1.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Keterangan:

Y	= Pemahaman audiens
X1	= Durasi video
X2	= Karakteristik audiens
α	= Konstanta
b1, b2	= Koefisien regresi
e	= <i>Error</i> atau <i>residual</i>

4. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah durasi video memiliki pengaruh terhadap pemahaman audiens. Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan metode statistik sebagai berikut:

a) Uji Signifikansi T

Uji signifikansi t bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen (x) mempengaruhi variabel dependen (y) secara eksklusif atau tidak, uji T telah diketahui untuk mengukur kualitas uji. Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah durasi video pembelajaran berkontribusi terhadap pemahaman materi yang disampaikan dalam video pembelajaran keterampilan komunikasi di Telkom *Corporate University*. Berikut ini rumus yang digunakan untuk mengukur menggunakan uji t, yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (2)$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi sebagai nilai perbandingan

n = Jumlah ukuran data atau sampel responden

b) Uji Signifikansi F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara Bersama-sama terhadap variabel dependen. Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen, yaitu (X₁) karakteristik audiens dan (X₂) durasi video, secara bersama-sama terhadap (Y) pemahaman audiens dalam video pembelajaran di Telkom *Corporate University*. Kriteria pengambilan Keputusan Ha diterima jika: F hitung > F tabel, yang menunjukkan bahwa karakteristik audiens (X₁) dan durasi video (X₂) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pemahaman audiens (Y). Ha ditolak jika: F hitung < F tabel, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik audiens dan durasi video terhadap pemahaman audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh durasi video terhadap pemahaman komunikasi di Telkom *Corporate University*. Analisis temuan pada pengujian pengaruh durasi video terhadap pemahaman komunikasi di Telkom *Corporate University*. Pengujian ini dilakukan pada 130 responden yang tersebar di seluruh Indonesia dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 29, maka didapatkan hasil analisis pada tabel 1.

Table 1. Hasil analisis penelitian

Hipotesis	H1	H2	H3	H4
Pernyataan	Karakteristik audiens berpengaruh signifikan terhadap pemahaman komunikasi audiens dalam video pembelajaran.	Karakteristik video berpengaruh signifikan terhadap pemahaman komunikasi audiens dalam video pembelajaran.	Durasi video berpengaruh signifikan terhadap pemahaman komunikasi audiens dalam video pembelajaran.	Karakteristik audiens, karakteristik video dan durasi video berpengaruh terhadap pemahaman komunikasi dalam video pembelajaran di Telkom <i>Corporate University</i> .
Koefisien Korelasi	0,686 (kuat)	0,790 (kuat)	0,787 (kuat)	0,858 (sangat kuat)
Koefisien Determinasi	46,9%	62,4%	61,9%	73,6%
Uji Regresi Sederhana	Y= 2.015 + 0,368X1	Y = 2.116 + 0,513X2	Y = 1.297 + 0,828X3	Y = -3,466+ - 0.022X1+0.324X2+0,496X3

dan Berganda				
Uji T dan Uji F	t hitung (10.634) > t tabel (1,656)	t hitung (14.569) > t tabel (1,656)	t hitung (14.425) > t tabel (1,656)	F hitung (116.970) > F tabel (2,68)
Keterangan	Diterima	Diterima	Diterima	Diterima

Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa variabel karakteristik audiens memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman komunikasi yang didukung oleh hasil pengujian. Hal ini sesuai dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,368 dan nilai signifikansi karakteristik audiens sebesar $<0,001$. Uji determinasi menunjukkan nilai 46,7 pada temuan pengolahan data. Selanjutnya, karena H_1 mempunyai nilai determinasi yang paling rendah, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 merupakan kemungkinan keempat dan terakhir, serta kecil pengaruhnya terhadap pemahaman komunikasi. Selanjutnya nilai t hitung $>$ t tabel dengan temuan yaitu $10.634 > 1,656$, menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima. Hasil pengujian lainnya juga diketahui bahwa hubungan antara karakteristik audiens dengan pemahaman komunikasi memiliki hasil yang cukup kuat dalam hubungannya dengan nilai 0,686.

Pemahaman komunikasi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penemuan kedua tentang variabel karakteristik video. Hipotesis kedua (H_2) memberirkan hasil yang signifikan, dengan koefisien korelasi sebesar 0,790 dan nilai signifikan sebesar $<0,001$. Setelah pelaksanaan uji determinasi, karakteristik video muncul sebagai pilihan ketiga dengan hasil 62,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh karakteristik video lebih besar dibandingkan variabel karakteristik audiens dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $14.569 > 1,656$ sehingga menunjukkan diterimanya H_2 . Hal ini menunjukkan terdapat korelasi yang cukup besar antara karakteristik video dengan pemahaman komunikasi dengan perbandingan sebesar 0,790.

Hasil dari penelitian ketiga berdasarkan pengujian yang dilakukan pada hipotesis ketiga didapatkan bahwa adanya pengaruh yang sangat signifikan serta bernilai positif durasi video terhadap pemahaman komunikasi, data ini sesuai dengan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,787. Data ini juga didukung dengan melakukan uji determinasi dan hasil penelitian menunjukkan nilai determinasi sebesar 61,9%. Hal ini memberi pengertian bahwa H_3 dinilai sebagai pilihan kedua. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh durasi video lebih besaar dibandingkan variabel karakteristik audiens dan karakteristik video dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $14.425 > 1,656$ sehingga menunjukkan diterimanya H_3 . Hal ini menunjukkan terdapat korelasi yang cukup besar antara durasi video dengan pemahaman komunikasi dengan perbandingan sebesar 0,787.

Pemahaman komunikasi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penemuan ketiga tentang variabel durasi video. Hasil dari penelitian keempat berdasarkan pengujian yang dilakukan pada hipotesis keempat didapatkan bahwa adanya pengaruh yang sangat signifikan serta bernilai positif karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video terhadap pemahaman komunikasi, data ini sesuai dengan nilai signifikan sebesar $<0,001$

dengan nilai koefisien korelasi sebesar 73,6%. Hal ini memberi pengertian bahwa H4 dinilai menjadi pilihan pertama yang mampu memberikan determinasi paling besar. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa variabel karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video berpengaruh positif terhadap pemahaman komunikasi secara signifikan, maka dapat diketahui dan dilihat bahwa ketiga variabel karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video (X) tersebut memberikan pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat pemahaman komunikasi (Y).

Kemudian hasil dari hitungan F hitung. F tabel, yakni $116.970 > 2,68$ sehingga H4 diterima, selain itu dapat diketahui bahwa hubungan variabel X dengan pemahaman komunikasi memiliki hasil sangat kuat dalam hubungan sebesar 0,858. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, hanya karakteristik video (X2) dan durasi video (X3) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman komunikasi, masing-masing dengan koefisien sebesar 0,324 dan 0,496. Variabel karakteristik audiens (X1) tidak menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai signifikan sebesar 0,610, yang berarti lebih besar dari ambang batas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks pembelajaran berbasis video di Telkom Corporate University, faktor-faktor yang berkaitan dengan konten video lebih menentukan tingkat pemahaman komunikasi dibandingkan dengan perbedaan karakteristik individu pada audiens.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan bahwa penggunaan media audiovisual, khususnya video pembelajaran berbasis youtube secara signifikan meningkatkan pemahaman konsep siswa. Peneliti menegaskan bahwa media pembelajaran yang efektif mampu menjembatani perbedaan individu, sehingga pemahaman konsep tetap dapat dicapai secara optimal meskipun siswa memiliki karakteristik yang beragam (Azizah dan Widiyanto 2022)

Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan terdahulu, yaitu bahwa kekuatan media audiovisual, termasuk karakteristik visual dan durasinya, memainkan peran kunci dalam meningkatkan pemahaman komunikasi, sementara perbedaan karakteristik individu tidak menjadi faktor utama. Hal ini memberikan rekomendasi penting bagi pengembang konten pembelajaran untuk lebih memfokuskan perhatian pada penyusunan video yang menarik, relevan, dan berdurasi tepat guna meningkatkan efektivitas komunikasi dalam pembelajaran.

Merujuk pada hasil yang didapatkan, penerapan durasi yang tepat bagi karyawan Telkom *Corporate University* untuk meningkatkan pemahaman komunikasi dengan cara mensinergikan ketiga variabel yaitu karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dharmawan (2020) sejalan dengan hasil penelitian ini yang menyebutkan terdapat pengaruh signifikan dan positif dari kombinasi bentuk visual dan durasi berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan responden.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 130 responden yang merupakan karyawan Telkom *Corporate University*, diperoleh beberapa temuan penting. Pertama, karakteristik audiens memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap peningkatan pemahaman

komunikasi dalam video pembelajaran. Penilaian terhadap karakteristik audiens didasarkan pada sejumlah indikator seperti tingkat kematangan kognitif, konsentrasi berdasarkan usia, kemampuan memahami informasi, kecepatan dalam mengolah materi, fleksibilitas berpikir, respon terhadap media, ketertarikan terhadap materi, serta kesiapan mengikuti pembelajaran. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan penilaian terhadap karakteristik audiens berkontribusi sebesar 0,368 kali terhadap peningkatan pemahaman komunikasi. Kedua, durasi video juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap pemahaman komunikasi. Aspek durasi video yang dinilai mencakup panjang video, struktur penyampaian, tingkat kompleksitas materi, interaktivitas, dan kejelasan tujuan pembelajaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas durasi video berkontribusi sebesar 0,828 kali terhadap peningkatan pemahaman komunikasi, yang menandakan pentingnya desain durasi yang efektif dalam mendukung proses pembelajaran.

Ketiga, ketika dilakukan analisis secara terpisah, variabel karakteristik audiens memang terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pemahaman komunikasi. Namun, pada analisis simultan yang melibatkan variabel karakteristik audiens, karakteristik video, dan durasi video, hasilnya menunjukkan bahwa hanya karakteristik video dan durasi video yang memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun karakteristik audiens penting, dalam konteks keseluruhan, kualitas video dan pengelolaan durasinya memegang peran yang lebih dominan dalam memengaruhi tingkat pemahaman komunikasi dalam pembelajaran berbasis video. Temuan ini menegaskan pentingnya perancangan konten video yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga tepat secara durasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam lingkungan corporate university.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkautsar MF, Sukriyatma M, Aminuddin DA, Fami A. (2024). Pengaruh Durasi Terhadap Retensi Audiens Dalam Motion Graphic Wajib Pajak Non Efektif. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURRSENDEM)*, 3(1), 30–41.
- Azizah M, Widiyanto R. (2022). Pengaruh Media Audiovisual berbasis Youtube terhadap Pemahaman Konsep dalam Pembelajaran Tematik. *Elementar : Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(1), 38–55.
- Hisnan N. (2021). Pemanfaatan Video Pembelajaran Pada Pelatihan Jarak Jauh Fungsional Penyuluh Pajak (Studi Kasus Bdk Denpasar). *Manajerial: Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 1(2), 164–172.
- Isnaini M, Sofwan M, Habibi A. 2023. Pendekatan Uses and Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Journal on Education*, 05(04), 13647–13655.
- Maulani S, Nuraisyah N, Zarina D, Velinda I, Aeni AN. 2022. Analisis Penggunaan Video sebagai Media Pembelajaran Terpadu terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 2(1), 539–546.
- Mokoginta H, Sojow L, Manggopa HK. (2021). Pengaruh Pembelajaran Menggunakan Video Tutorial Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Simulasi Dan Komunikasi

- Digital. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(3), 220–226.
- Purnama AM, Kusmiyati. (2024). Pengaruh Media Pembelajaran Video Animasi Terhadap Minat dan Kemampuan Membaca Siswa Kelas III di UPTD SD Negeri Pendaboh 1 Kamal. *Eductum: Jurnal Literasi Pendidikan*, 3(2), 98–110.
- Rafi AM, Muslim MA. (2024). Kebijakan Peningkatan Kompetensi Melalui Corporate University. *Jurnal Kebijak Publik*, 15(1), 108.
- Sabrina F, Luthfiansyah AR, Faqih M, Hanita M, Mardhiah I, Amaliyah A. 2025. Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi tentang Toleransi dan Etika Komunikasi di SMPN 52 Jakarta. *Harmoni Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 201–212.
- Sakdiah H, Dewi R, Putri SE. 2022. Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Pada Materi Momentum Dan Impuls Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Sma Negeri I Dewantara Aceh Utara. *Relativitas: Jurnal Riset Inovasi Pembelajaran Fisika*, 5(1), 50–59.
- Sihabudin, Alaniah AS, Nisa Z. (2023). Use of Video Based Learning Media in Learning Fiqh: Meta-Analysis Study. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 15(4), 5372–5383.
- Singh B, Gupta VK, Jain AK, Vashisht TK, Sharma S. (2023). Transforming Education in the Digital Age: a Comprehensive Study on the Effectiveness of Online Learning. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*. 7(7), 1–11.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Tempay TJK, Rorimpandey WHF, Liando MAJ. (2024). Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pada Pembelajaran IPA Siswa Kelas V SD Kristen 3 Bangunan Wuwuk. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 852–860..
- Yuhaeni Y, Qomariyah S, Jamil N. (2025). Peran Media Pembelajaran Video dalam Menciptakan Pembelajaran yang Menyenangkan di SMK YLA Cibadak. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan dan bahasa*, 2(1), 316–329.
- Zahra AR, Sukma HH. 2025. Pengembangan Video Pembelajaran pada Materi Sistem Pernapasan Manusia Guna Meningkatkan Hasil Belajar IPAS di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*. 5(5):3(2), 524–532.