
Strategi Komunikasi Digital *Virtual Assistant Course* dalam Meningkatkan Kesiapan Kerja di Era Digital

Cholen Lathining Sekar Chandra¹, Hudi Santoso²

^{1,2}Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University, Bogor, Indonesia

Email: ¹lincholen@apps.ipb.ac.id, ^{2*}hudi.santoso@apps.ipb.ac.id

Abstract

The rise of remote work in the digital era has positioned Virtual Assistant (VA) roles as attractive alternatives for individuals seeking global employment opportunities without the need to migrate. This study explores how digital communication strategies used in VA training courses influence participants' job readiness. The research applies McQuail's five media functions: Information, Correlation, Continuity, Entertainment, and Mobilization as the framework for analyzing communication strategy. Job readiness is examined through the Employability Theory, focusing on three dimensions: Career Identity, Personal Adaptability, and Social and Human Capital. A quantitative descriptive method was employed by distributing online questionnaires to participants of a Virtual Assistant course. The findings show that media-based communication strategies contribute significantly to learners' readiness to work in digital environments. These strategies enhance engagement, improve message clarity, and increase the relevance of learning materials. The results suggest that well-structured digital communication within VA courses plays an important role in building participants' employability and global competitiveness. This study provides practical insights for online training providers to strengthen communication practices that support workforce development in a technology-driven world.

Keywords: *Digital Communication, Employability, Virtual Assistant*

Abstrak

Peningkatan kerja jarak jauh di era digital telah menjadikan peran *Virtual Assistant* (VA) sebagai alternatif yang menarik bagi individu yang mencari peluang kerja global tanpa perlu bermigrasi. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi digital yang digunakan dalam kursus pelatihan VA memengaruhi kesiapan kerja peserta. Penelitian ini menerapkan lima fungsi media McQuail: Informasi, Korelasi, Kontinuitas, Hiburan, dan Mobilisasi sebagai kerangka untuk menganalisis strategi komunikasi. Kesiapan kerja dianalisis melalui Teori Kesiapan Kerja, dengan fokus pada tiga dimensi: Identitas Karir, Adaptasi Pribadi, dan Modal Sosial serta Manusia. Metode deskriptif kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada peserta kursus *Virtual Assistant*. Temuan menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis media memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesiapan peserta untuk bekerja di lingkungan digital. Strategi-strategi ini meningkatkan keterlibatan, memperbaiki kejelasan pesan, dan meningkatkan relevansi materi pembelajaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital yang terstruktur dengan baik dalam kursus VA memainkan peran penting dalam membangun daya saing dan kemampuan kerja peserta.

Studi ini memberikan wawasan praktis bagi penyedia pelatihan *online* untuk memperkuat praktik komunikasi yang mendukung pengembangan tenaga kerja di dunia yang didorong oleh teknologi.

Kata Kunci: Komunikasi Digital, Kesiapan Kerja, *Virtual Assistant*

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia menghadapi tantangan ekonomi yang signifikan di era globalisasi dan digitalisasi. Tingkat upah yang relatif rendah dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan Asia dan dunia mendorong banyak individu untuk mencari peluang ekonomi yang lebih menjanjikan. Salah satu solusi yang banyak diambil adalah migrasi tenaga kerja ke luar negeri, selain memanfaatkan teknologi digital untuk bekerja secara global. Tren peningkatan jumlah tenaga kerja Indonesia di luar negeri terus berlanjut. Data dari Bank Indonesia (2024) mencatat bahwa sekitar 3.909.000 Warga Negara Indonesia (WNI) bekerja di luar negeri, meningkat dari 3.848.000 orang pada tahun sebelumnya. Negara-negara maju seperti Singapura, Hong Kong, Jepang, dan kawasan Timur Tengah masih menjadi tujuan utama bagi tenaga kerja Indonesia di berbagai sektor. Di dalam negeri, meskipun Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) per Agustus 2024 menunjukkan penurunan menjadi 4,91%, berkurang sebesar 0,41% dari tahun sebelumnya (BPS 2024), isu kesiapan kerja tetap menjadi perhatian utama. Banyak individu, khususnya generasi muda, masih belum memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri saat ini. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan untuk bersaing di pasar kerja yang semakin kompetitif, baik secara nasional maupun global. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan melalui pelatihan yang terstruktur, khususnya dalam ranah digital dan komunikasi, menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing tenaga kerja Indonesia.

Fenomena keinginan untuk bekerja di luar negeri juga mencerminkan ketidakpuasan terhadap kondisi ketenagakerjaan domestik. Hal ini terlihat dari viralnya tagar #KaburAjaDulu di media sosial, yang mencerminkan aspirasi banyak anak muda Indonesia untuk mencari peluang di luar negeri, baik untuk bekerja, menempuh pendidikan, maupun sekadar mencari kualitas hidup yang lebih baik. Beberapa faktor utama yang menjadi sorotan adalah tingginya biaya pendidikan dalam negeri, terbatasnya lapangan pekerjaan, serta tingkat gaji yang dianggap tidak sebanding dengan beban kerja. Di tengah tantangan tersebut, teknologi digital membuka peluang baru yang signifikan, terutama melalui pekerjaan jarak jauh (*remote working*) dan *freelance* berbasis digital. Data dari LinkedIn (2022) menunjukkan bahwa permintaan akan tenaga kerja jarak jauh di Indonesia meningkat hingga 134% antara tahun 2020 hingga 2022. Laporan JobStreet (2024) bersama Boston Consulting Group dan The Network juga mencatat bahwa minat pekerja Indonesia terhadap skema kerja *remote* atau *hybrid* meningkat dari 55% pada tahun 2020 menjadi 71% pada tahun 2023. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi kerja yang perlu direspons dengan strategi pengembangan kompetensi yang relevan.

Komunikasi digital menjadi fondasi penting dalam menunjang pekerjaan digital. Dalam perspektif Warschauer (2001), komunikasi daring tidak hanya mencakup interaksi melalui jaringan komputer, tetapi juga menjadi media pembentuk cara kerja baru di era digital. McLuhan, melalui teori determinisme teknologi yang dikutip oleh Febriana (2018), menjelaskan bahwa teknologi membentuk pola hidup manusia, termasuk dalam hal komunikasi dan pekerjaan. Dalam konteks pekerjaan digital, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan berbagai pihak melalui media digital menjadi keterampilan dasar yang harus dimiliki oleh para pencari kerja masa kini.

Salah satu bentuk pekerjaan digital yang berkembang pesat adalah profesi *Virtual Assistant* (VA). Profesi ini memungkinkan seseorang untuk memberikan layanan administratif, kreatif, dan teknis kepada klien secara jarak jauh. Laporan Invedus (2024) memperkirakan nilai industri *Virtual Assistant* secara global akan meningkat dari USD 4,97 miliar pada tahun 2023 menjadi USD 6,37 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan mencapai 28,3%. Peningkatan ini mencerminkan semakin besarnya kepercayaan perusahaan terhadap tenaga kerja jarak jauh dalam mendukung operasional bisnis.

Namun demikian, tidak semua individu memiliki kesiapan untuk bekerja dalam profesi ini. Kebutuhan akan pelatihan yang terstruktur menjadi semakin penting, khususnya untuk membekali calon tenaga kerja dengan keterampilan teknis dan komunikasi digital. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai platform pelatihan daring telah hadir untuk memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan program-program yang dirancang untuk menyiapkan individu menjadi *Virtual Assistant* profesional. Materi pelatihan umumnya mencakup modul belajar mandiri, video interaktif, serta sesi langsung bersama mentor, yang disampaikan secara fleksibel dan berbasis digital.

Keberhasilan program pelatihan ini sangat bergantung pada strategi komunikasi digital yang diterapkan. Pendekatan komunikasi digital yang efektif tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun interaksi yang dinamis antara pengajar dan peserta, serta memperkuat pemahaman peserta terhadap materi yang diajarkan. Dalam konteks ini, lima fungsi media menurut McQuail (2010), yaitu informasi, korelasi, kontinuitas, hiburan, dan mobilisasi dapat menjadi kerangka untuk menilai strategi komunikasi yang digunakan dalam program pelatihan *Virtual Assistant*.

Di sisi lain, kesiapan kerja diukur melalui dimensi *employability* yang dikembangkan oleh Fugate *et al.* (2004), yaitu identitas karier, kemampuan beradaptasi personal, dan modal sosial dan manusia. Ketiga dimensi ini dianggap penting untuk memastikan seseorang mampu mendapatkan, mempertahankan, dan berkembang dalam dunia kerja, terutama di tengah disrupsi digital.

Meskipun terdapat berbagai penelitian mengenai literasi digital dan pelatihan daring, sebagian besar masih berfokus pada aspek teknis dan belum secara spesifik mengkaji kontribusi strategi komunikasi berbasis fungsi media dalam membentuk kesiapan kerja peserta. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan menelaah bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam kursus *Virtual Assistant* mampu meningkatkan kesiapan kerja di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang digunakan dalam pelatihan *Virtual Assistant* serta mengukur sejauh mana strategi tersebut berkontribusi terhadap kesiapan kerja peserta, khususnya dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam pasar kerja digital yang terus berkembang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan program pelatihan digital yang efektif serta memberikan rekomendasi praktis bagi penyelenggara pelatihan daring agar mampu menciptakan sumber daya manusia yang siap bersaing di pasar kerja global.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada peserta pelatihan *Virtual Assistant*. Analisis data dilakukan untuk melihat hubungan antara strategi komunikasi digital berbasis fungsi media dan kesiapan kerja peserta pelatihan berdasarkan dimensi *employability*.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi Digital

Strategi komunikasi digital merupakan pendekatan sistematis dalam menyampaikan pesan melalui media berbasis teknologi untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam konteks pemasaran, pembelajaran, maupun komunikasi organisasi (Subejo *et al.*, 2021). Dalam konteks pendidikan atau pelatihan, strategi ini mencakup pemanfaatan media digital untuk menciptakan proses komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif, sehingga memungkinkan peserta lebih aktif dalam membangun pengetahuan (Hidayat & Khotimah, 2019).

Komunikasi digital yang efektif dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas pembelajaran, terlebih dalam pelatihan daring. Menurut McQuail (2010), strategi komunikasi yang berhasil setidaknya mempertimbangkan lima aspek penting: *information* (informasi), *correlation* (korelasi), *continuity* (kontinuitas), *entertainment* (hiburan), dan *mobilization* (mobilisasi). Aspek pertama adalah *information* atau penyampaian informasi yang akurat dan relevan, yang menjadi fondasi utama dalam pembelajaran daring. Selanjutnya, aspek *correlation* berkaitan dengan kemampuan komunikasi untuk menghubungkan materi dengan konteks sosial serta kebutuhan peserta agar pembelajaran lebih mudah dipahami dan diaplikasikan. Ketiga, *continuity* menekankan pentingnya menjaga kesinambungan dalam penyampaian materi dan nilai-nilai pembelajaran dari satu sesi ke sesi berikutnya agar peserta tetap termotivasi dan tidak kehilangan arah. Keempat, aspek *entertainment* berperan dalam menghadirkan elemen hiburan atau interaktivitas yang dapat menjaga minat dan keterlibatan peserta selama kursus berlangsung. Terakhir, aspek *mobilization* mendorong peserta untuk aktif berpartisipasi dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan atau tugas yang relevan dengan materi kursus daring tersebut. Penggunaan strategi komunikasi digital juga dapat meningkatkan keterlibatan peserta dalam kursus atau pelatihan daring (Sari *et al.*, 2024). Selain itu, kehadiran teknologi komunikasi telah mengubah paradigma pembelajaran menjadi lebih fleksibel, adaptif, dan mendukung akses yang lebih luas terhadap sumber daya pendidikan (Kartawaria & Normansah, 2023).

Kesiapan Kerja di Era Digital

Kesiapan kerja atau *employability* mengacu pada kemampuan individu untuk memperoleh, mempertahankan, dan berkembang dalam pekerjaan. Fugate *et al.* (2004) menjelaskan bahwa *employability* terdiri dari tiga dimensi utama: identitas karier, kemampuan beradaptasi personal, dan modal sosial dan manusia. Identitas karier meliputi pemahaman individu terhadap tujuan dan nilai dalam kariernya. Kemampuan beradaptasi personal mencerminkan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan. Modal sosial dan manusia melibatkan keterampilan, pengetahuan, dan jaringan profesional yang dimiliki seseorang.

Di era digital, kesiapan kerja sangat dipengaruhi oleh kemampuan digital, literasi teknologi, dan keterampilan komunikasi daring (Putri & Supriansyah, 2021). Kecerdasan emosional dan keterampilan digital terbukti secara signifikan memengaruhi kesiapan kerja generasi muda (Elviana & Sudiana, 2023). Selain itu, pelatihan digital yang efektif dapat menjadi sarana penting untuk meningkatkan kesiapan kerja mahasiswa dan calon tenaga kerja (Yolanda *et al.*, 2024).

Transformasi digital juga menuntut fleksibilitas dalam pembelajaran serta integrasi teknologi dalam sistem pelatihan. Menurut Clara *et al.* (2024), pelatihan yang dirancang dengan integrasi antara keterampilan teknis, *soft skills*, dan pemahaman lingkungan kerja digital mampu meningkatkan kesiapan kerja secara signifikan.

Peran Kursus Digital dalam Meningkatkan Kesiapan Kerja

Kursus daring yang dirancang dengan strategi komunikasi digital yang baik berperan penting dalam membentuk kesiapan kerja individu. Penggunaan media interaktif, pendampingan personal, dan forum diskusi daring mampu meningkatkan keterlibatan peserta serta pemahaman terhadap materi yang disampaikan (Jamalludin, 2016). Materi pelatihan yang berbasis praktik serta interaksi dua arah dalam kursus daring dapat memperkuat keterampilan yang dibutuhkan untuk menghadapi dunia kerja digital (Miftah, 2008).

Kursus daring juga berperan dalam membangun identitas profesional dan meningkatkan modal sosial peserta melalui jaringan dan komunitas pembelajaran. Kursus seperti ini memberikan alternatif pembelajaran yang lebih fleksibel dan kontekstual dengan tantangan dunia kerja global (Nurrosyidah, 2021).

Hubungan Strategi Komunikasi Digital dan Kesiapan Kerja

Strategi komunikasi digital dalam kursus VA yang dilakukan secara *online* ini berkontribusi terhadap kesiapan kerja peserta melalui peningkatan pemahaman, kolaborasi, serta keterampilan teknologi yang relevan. Batoebara (2021) menyebutkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat mempercepat adopsi teknologi dan meningkatkan kemampuan beradaptasi dalam organisasi. Hal ini diperkuat oleh temuan Elviana dan Sudiana (2023), bahwa peningkatan keterampilan digital secara langsung meningkatkan kesiapan kerja.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi yang dirancang dengan strategi komunikasi digital berdampak positif pada kesiapan kerja peserta (Winda *et al.*, 2022; Hardiyanti, 2023). Oleh karena itu, kursus digital yang dilengkapi dengan strategi komunikasi yang tepat dapat menjadi solusi strategis dalam mempersiapkan individu menghadapi pasar kerja digital yang kompetitif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional untuk mengukur hubungan antara strategi komunikasi digital dengan kesiapan kerja peserta pelatihan *Virtual Assistant* berbasis daring. Penelitian ini melibatkan 113 responden yang pernah mengikuti pelatihan tersebut. Jumlah minimum sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%. Meskipun target awal adalah 100 responden, jumlah yang berhasil dikumpulkan melebihi angka tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden adalah individu yang telah menyelesaikan pelatihan *Virtual Assistant* berbasis daring selama minimal empat minggu, memiliki ketertarikan untuk bekerja di bidang digital atau kerja jarak jauh, serta menyatakan bahwa seluruh informasi yang mereka berikan dalam survei adalah benar dan akurat sesuai pengetahuan mereka.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Instrumen dalam kuesioner mencakup dua bagian utama, yaitu strategi komunikasi digital yang terdiri dari dimensi informasi, korelasi, kontinuitas, hiburan, dan mobilisasi, serta kesiapan kerja yang terdiri dari dimensi identitas karier, kemampuan beradaptasi personal, dan modal sosial dan manusia. Setiap pernyataan dalam kuesioner dikembangkan berdasarkan teori McQuail (2010) dan Fugate *et al.* (2004) untuk memastikan relevansi indikator terhadap variabel yang diteliti.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak statistik. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk memastikan bahwa setiap item mampu mengukur konstruk yang dimaksud, dengan kriteria valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5 persen. Uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur konsistensi internal melalui nilai Cronbach's Alpha, dan dinyatakan reliabel jika nilainya di atas 0,7. Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak, dan karena data tidak berdistribusi normal, maka analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman. Uji ini digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara strategi komunikasi digital dengan kesiapan kerja dalam konteks pelatihan berbasis daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan analisis hubungan antarvariabel, penelitian ini melakukan uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan korelasi untuk memastikan kualitas instrumen dan kelayakan data. Hasil pengujian disajikan dalam tabel-tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Strategi Komunikasi Digital (X)

		Correlations															
		X1_1	X1_2	X1_3	X2_1	X2_2	X2_3	X3_1	X3_2	X3_3	X4_1	X4_2	X4_3	X5_1	X5_2	X5_3	TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	.401**	.316**	.276**	.341**	.514**	.356**	.377**	.360**	.311**	.366**	.270**	.240**	.393**	.335**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.004	.011	.000	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
X1_2	Pearson Correlation	.401**	1	.452**	.217**	.351**	.292**	.351**	.251**	.476**	.373**	.266**	.269**	.271**	.319**	.265**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.021	.000	.002	.000	.007	.000	.000	.004	.004	.004	.001	.005	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
X1_3	Pearson Correlation	.316**	.452**	1	.318**	.433**	.316**	.385**	.284**	.386**	.427**	.216**	.443**	.341**	.409**	.301**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000	.001	.000	.002	.000	.000	.022	.000	.000	.000	.001	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
X2_1	Pearson Correlation	.276**	.217**	.318**	1	.392**	.474**	.373**	.308**	.123	.151	.211**	.390**	.263**	.249**	.223*	.536**
	Sig. (2-tailed)	.003	.021	.001		.000	.000	.001	.196	.111	.025	.000	.005	.008	.018	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X2_2	Pearson Correlation	.341**	.351**	.433**	.392**	1	.383**	.389**	.363**	.410**	.283**	.398**	.467**	.322**	.504**	.359**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X2_3	Pearson Correlation	.514**	.292**	.316**	.474**	.383**	1	.388**	.363**	.424**	.390**	.481**	.457**	.323**	.369**	.422**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X3_1	Pearson Correlation	.356**	.351**	.385**	.373**	.389**	.388**	1	.210**	.427**	.435**	.422**	.314**	.415**	.257**	.407**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.026	.000	.000	.001	.000	.006	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X3_2	Pearson Correlation	.377**	.251**	.284**	.308**	.363**	.363**	.210**	1	.399**	.239*	.287**	.234*	.142	.260**	.167	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.002	.001	.000	.000	.026		.000	.011	.002	.012	.135	.005	.078	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X3_3	Pearson Correlation	.360**	.476**	.386**	.123	.410**	.424**	.427**	.399**	1	.421**	.495**	.326**	.296**	.333**	.372**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.196	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X4_1	Pearson Correlation	.311**	.373**	.427**	.151	.283**	.390**	.435**	.239*	.421**	1	.550**	.345**	.346**	.322**	.335**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.111	.002	.000	.000	.011	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X4_2	Pearson Correlation	.366**	.266**	.216**	.211**	.398**	.481**	.422**	.287**	.495**	.550**	1	.453**	.260**	.352**	.437**	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.022	.025	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.005	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X4_3	Pearson Correlation	.270**	.269**	.443**	.390**	.467**	.457**	.314**	.234**	.326**	.345**	.453**	1	.323**	.605**	.463**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.000	.000	.000	.000	.001	.012	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X5_1	Pearson Correlation	.240**	.271**	.341**	.263**	.322**	.323**	.415**	.142	.296**	.346**	.260**	.323**	1	.404**	.461**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.011	.004	.000	.005	.000	.000	.000	.135	.001	.000	.005	.000		.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X5_2	Pearson Correlation	.393**	.319**	.409**	.249**	.504**	.369**	.257**	.260**	.333**	.322**	.352**	.605**	.404**	1	.537**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.008	.000	.000	.006	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
X5_3	Pearson Correlation	.335**	.265**	.301**	.223*	.359**	.422**	.407**	.167	.372**	.335**	.437**	.463**	.461**	.537**	1	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001	.018	.000	.000	.000	.078	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	
TOTAL	Pearson Correlation	.613**	.568**	.625**	.536**	.676**	.705**	.646**	.511**	.645**	.618**	.653**	.682**	.608**	.677**	.654**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan pada instrumen variabel Strategi Komunikasi Digital (X) mampu mengukur apa yang

seharusnya diukur. Uji ini menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, yaitu dengan mengorelasikan setiap item pernyataan dengan total skor dari keseluruhan item pada variabel X. Total skor yang dimaksud merupakan penjumlahan dari seluruh item dalam satu variabel, yang kemudian dibandingkan dengan setiap butirnya secara individual untuk melihat konsistensinya.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS yang disajikan pada Tabel 1, seluruh nilai korelasi Pearson (*r* hitung) antara masing-masing item dengan total skor variabel X menunjukkan angka yang lebih besar dari nilai *r* tabel, yaitu 0,184 pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 113 orang. Selain itu, nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) dari semua item adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Strategi Komunikasi Digital dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Strategi Komunikasi Digital (Y)

		Correlations									
		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y2_1	Y2_2	Y2_3	Y3_1	Y3_2	Y3_3	TOTAL_Y
Y1_1	Pearson Correlation	1	.372**	.412**	.336**	.502**	.587**	.488**	.266**	.290**	.679**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.002	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y1_2	Pearson Correlation	.372**	1	.610**	.426**	.399**	.476**	.403**	.423**	.448**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y1_3	Pearson Correlation	.412**	.610**	1	.440**	.469**	.321**	.292**	.278**	.484**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.002	.003	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y2_1	Pearson Correlation	.336**	.426**	.440**	1	.566**	.357**	.335**	.297**	.428**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y2_2	Pearson Correlation	.502**	.399**	.469**	.566**	1	.456**	.322**	.368**	.392**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y2_3	Pearson Correlation	.587**	.476**	.321**	.357**	.456**	1	.381**	.365**	.372**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y3_1	Pearson Correlation	.488**	.403**	.292**	.335**	.322**	.381**	1	.397**	.383**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y3_2	Pearson Correlation	.266**	.423**	.278**	.297**	.368**	.365**	.397**	1	.568**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.003	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
Y3_3	Pearson Correlation	.290**	.448**	.484**	.428**	.392**	.372**	.383**	.568**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.679**	.732**	.695**	.677**	.727**	.690**	.637**	.654**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	113	113	113	113	113	113	113	113	113	113

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas pada instrumen variabel Kesiapan Kerja (Y) dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan benar-benar mengukur aspek yang sesuai dengan konstruk yang diteliti. Pengujian ini menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, dengan membandingkan nilai *r* hitung masing-masing item terhadap total skor variabel Y. Berdasarkan hasil analisis, seluruh item menunjukkan nilai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel (0,184) dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) di bawah 0,05. Dengan demikian,

seluruh butir pernyataan dalam variabel Kesiapan Kerja dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Strategi Komunikasi Digital (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	15

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen yang digunakan dalam variabel Strategi Komunikasi Digital (X). Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, diperoleh nilai sebesar 0,886. Nilai ini berada di atas standar minimal reliabilitas yaitu 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variabel Kesiapan Kerja adalah reliabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesiapan Kerja (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	9

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji reliabilitas untuk variabel Kesiapan Kerja yang terdiri dari 9 item menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,860. Nilai ini berada di atas angka 0,70, yang berarti bahwa instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam variabel ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Strategi Komunikasi Digital	.092	113	.019	.959	113	.002
Kesiapan Kerja	.104	113	.004	.939	113	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 5, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Strategi Komunikasi Digital sebesar 0,019 pada uji Kolmogorov-Smirnov dan 0,002 pada uji Shapiro-Wilk. Sementara itu, variabel Kesiapan Kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 pada uji Kolmogorov-Smirnov dan 0,000 pada uji Shapiro-Wilk. Seluruh nilai signifikansi pada kedua uji tersebut berada di bawah 0,05, yang menunjukkan bahwa

data pada kedua variabel tidak terdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis data selanjutnya dilakukan menggunakan uji non-parametrik.

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Spearman antara Strategi Komunikasi Digital dan Kesiapan Kerja

		Correlations		
			Strategi Komunikasi Digital	Kesiapan Kerja
Spearman's rho	Strategi Komunikasi Digital	Correlation Coefficient	1.000	.823**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	113	113
	Kesiapan Kerja	Correlation Coefficient	.823**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	113	113

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman pada Tabel 6, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,823 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara Strategi Komunikasi Digital dengan Kesiapan Kerja. Karena nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar kedua variabel tersebut adalah signifikan secara statistik. Dengan demikian, semakin baik strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh sebuah *Virtual Assistant course*, maka semakin tinggi pula kesiapan kerja yang dimiliki oleh pesertanya.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara strategi komunikasi digital dengan kesiapan kerja peserta pelatihan *Virtual Assistant* berbasis daring. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Strategi komunikasi digital yang dirancang dengan baik, yang mencakup aspek informasi, korelasi, kontinuitas, hiburan, dan mobilisasi, terbukti berkontribusi positif terhadap peningkatan kesiapan kerja peserta, terutama dalam konteks dunia kerja digital yang menuntut fleksibilitas dan kemampuan komunikasi *virtual*.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi penyelenggara pelatihan daring untuk memperkuat pendekatan komunikasi dalam desain program pelatihan. Pemanfaatan media yang tepat serta interaksi yang bermakna antara peserta dan pengajar dapat meningkatkan efektivitas pelatihan dan mempersiapkan peserta untuk memasuki dunia kerja global. Penelitian ini juga membuka peluang pengembangan untuk studi selanjutnya, seperti melakukan analisis lanjutan terhadap efektivitas masing-masing dimensi strategi komunikasi atau melakukan perbandingan antarplatform pelatihan daring yang berbeda. Dengan demikian, diharapkan hasil temuan ini dapat menjadi kontribusi positif dalam pengembangan program pelatihan digital yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pasar kerja masa kini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti SA, Gunawan G. 2024. Pengaruh gaji dan manajemen waktu terhadap kepuasan kerja para virtual assistant perempuan (Studi pada agensi virtual assistant X). *AL-KALAM J KOMUNIKASI, BISNIS DAN Manaj.* 11(2):175. doi:10.31602/al-kalam.v11i2.15121.
- Andika B wisnu, Sari RC. 2021. Analisis pengaruh kompetensi kemampuan komunikasi terhadap kesiapan kerja akuntan. *J Student UNY.* 9(6):41–64.
- Bank Indonesia. 2024. Jumlah Tenaga Kerja Indonesia (TKI) menurut negara penempatan. Jakarta (ID). https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL5_30.pdf.
- Batoebara MU. 2021. Inovasi dan kolaborasi dalam era komunikasi digital. *J Publik Reform.* 8(1):21–29.
- Clara I, Minarsi M, Maharani S, Putri ZNA, Jenny habibila S. 2024. Pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kesiapan kerja generasi muda di era digital. *J Ilm Psikol Insa.* 9(10):14–28.
- Elviana E, Sudiana K. 2023. Pengaruh kecerdasan emosional dan digital skills terhadap kesiapan kerja pada mahasiswa S1 Telkom University Angkatan 2018. *J Bisnis dan Sos.* 9(2):105–116.
- Febriana AID. 2018. Determinasi teknologi komunikasi dan tutupnya Media Sosial Path. *J Lontar.* 6(2):10–17. doi:10.30656/lontar.v6i2.948.
- Fuada DT, Anggraeni PA, Puspita AC, Firdaus V. 2025. Pengaruh literasi digital, motivasi kerja, dan kesempatan bimbingan karir terhadap kesiapan kerja Generasi Z. *Innov J Soc Sci Res.* 5(1):650–665.
- Fugate M, Kinicki AJ, Ashforth BE. 2004. Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. *J Vocat Behav.* 65(1):14–38. doi:10.1016/j.jvb.2003.10.005.
- Hardiyanti. 2023. Pengaruh digital skill, interpersonal skill, dan future time perspective terhadap kesiapan kerja mahasiswa pada era teknologi digital (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura). *J Manaj Updat.* 13(1).
- Hidayat N, Khotimah H. 2019. Pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran. *J Pendidik Pengajaran guru Sekol Dasar.* 2(1):10–15. doi:10.62238/jupsijurnalpendidikansosialindonesia.v2i1.72.
- Jamalludin. 2016. Manfaat media komunikasi dalam pendidikan dan pembelajaran. *JUM Palembang.* 1(1):14–26.
- Jaya W, Syam F. 2025. Peran komunikasi digital dalam dunia kerja di PT PLN (Persero) UID Sumatera Selatan , Jambi dan Bengkulu. *J Multidisiplin West Sci.* 04(02):172–177.
- Kartawaria JR, Normansah AC. 2023. Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran perusahaan start-up. *J Ilm Ilmu Komun Komun.* 4(1):21–29. <https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.748>.

- Kurniawan MU. 2020. Analisis kesiapan kerja mahasiswa di era revolusi industri 4.0 ditinjau dari soft skills mahasiswa. *Equilib J Ilm Ekon dan Pembelajarannya*. 8(2):109. doi:10.25273/equilibrium.v8i2.7108.
- Maulidiyah R, Ubaidillah H. 2024. Pengaruh soft skill, hard skill dan motivasi pada kesiapan kerja mahasiswa sebagai Generasi Z dalam menghadapi era digital. *J Econ Bus Account*. 7(3):1–16.
- McQuail D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications Ltd.
- Miftah M. 2008. Strategi komunikasi efektif dalam pembelajaran. *J Teknodik*. XII(2):84–94. doi:10.32550/teknodik.v12i2.473.
- Muliasari D, Sudarno, Octoria D. 2024. Pengaruh literasi digital dan soft skill terhadap kesiapan kerja mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Oikos J Kaji Pendidik Ekon dan Ilmu Ekon*. 9(1):100–107.
- Nurrosyidah A. 2021. Analisis perilaku pencarian informasi di internet melalui fitur visual search. *J Scriptura*. 11(2):96–104. doi:10.9744/scriptura.11.2.96-104.
- Putri RY, Supriansyah. 2021. Pengaruh literasi digital terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Sekolah Menengah Kejuruan. *Edukatif J Ilmu Pendidik*. 3(5):3007–3017. doi:10.31004/edukatif.v3i5.1055.
- Santoso H, Priatna WB, Oktarina S. 2022. Implementation of the digital communication model for agro-based tourism villages in Balongrejo Village and Pesudukuh Village, Nganjuk Regency. *Int J Progress Sci Technol*. 35(1):458–467.
- Sari M, Elvira DN, Aprilia N, Dwi SFR, Aurelita NM. 2024. Media pembelajaran berbasis digital untuk meningkatkan minat belajar pada mata pelajaran Bahasa Indonesia. *J War Dharmawangsa*. 18(1):205–218. doi:10.46576/wdw.v18i1.4266.
- Subejo, Chamidah N, Nirmalasari, Suyoto, Hariadi SS, Muhamad, Selvi AM, Siddiq DM, Imawan K, Isamayana. 2021. Strategi komunikasi dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengembangan ketahanan desa wisata pada masa pandemi Covid-19 di Cirebon. *J Ketahanan Nas*. 27(1):90–111. doi:10.22146/jkn.61859.
- Subhaktiyasa PG. 2024. Menentukan populasi dan sampel : Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *J Ilm Profesi Pendidik*. 9(4):2721–2731.
- Trisnajaya. 2024. Strategi komunikasi pemasaran digital akun media sosial @virtually.samanthaannisa di Instagram. *J Audiens*. 5(4):639–649. doi:10.18196/jas.v5i4.499.
- Winda RG, Yuliharsi, Lukito H. 2022. Mediator kompetensi instruktur : Digital skill dan industri 4.0 skills-sets terhadap kesiapan tenaga kerja indonesia dalam menghadapi dunia kerja masa depan. *JRMSI - J Ris Manaj Sains Indones*. 13(2):238–258. doi:10.21009/jrmsi.013.2.04.
- Yolanda KA, Buchori S, Saman A. 2024. Analisis kebutuhan media bimbingan karier kesiapan kerja di era digital bagi siswa SMK. *J Bimbing dan Konseling*. 21(2):382–389.