

ABSTRAK

Inovasi dalam teknologi digital menghadirkan sebuah representasi sistem sosial budaya masyarakat saat ini, yang mana inovasi tersebut menciptakan sesuatu hal yang baru dan dapat diterima oleh masyarakat saat ini, hal ini membawa konsekuensi logis bagi pemilik pasar yang mana pasar semakin heterogen dengan arus informasi yang deras, kompetitif, perlombaan semakin cepat dan tidak dapat diprediksi. Segala percepatan pertumbuhan teknologi tersebut membawa perusahaan pada perubahan industri ke arah digital. Disrupsi inovasi adalah suatu term dari fenomena tersebut. Departemen *Human Capital Communication* yang memiliki peran strategis berada di bawah tataran management Telkomsel. Bertugas untuk menyiapkan sumber daya manusia dalam menghadapi tantangan disrupsi inovasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara lebih jauh mengenai strategi komunikasi yang ditetapkan oleh Departemen *Human Capital Communication*. Penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi Philip Lesly dan fokus terhadap elemen komunikasi Harold Laswell yang menguraikan penetapan komunikator, pemahaman khalayak, perumusan pesan, pemilihan media, penerimaan *feedback*, serta evaluasi yang dilakukan. penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif disertai studi kasus yang menjabarkan dan mengali permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian diketahui bahwa penetapan strategi komunikasi yang dilakukan melalui tahapan *awareness, acceptance, action*. yang menentukan teknik, sifat, bentuk pesan yang dapat membangun, mendorong, dan menciptakan tindakan yang berasal dari ide dan gagasan komunikator melalui media yang ditetapkan sesuai dengan karakteristik organisasi yakni, intranet, *emailblast*, *SMS Broadcast*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Disrupsi Inovasi, Departemen *Human Capital Communication*