

KAMPANYE DIGITAL BATANG CAREER



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan program D3 Hubungan Masyarakat K.Batang
Pada Kampus Di Luar Kampus Utama (KDKU)
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Kurnia Agung Wicaksono
NIM. 40011221060041

D3 HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG
KAMPUS DI LUAR KAMPUS UTAMA SEKOLAH
VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
2025

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Kurnia Agung Wicaksono
NIM : 40011221060041
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat
Judul : **Kampanye Digital Batang Career**

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Pada Kampus Di Luar Kampus Utama Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui oleh :

Tanggal : 20 Januari 2025

Pembimbing



Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. H.7.198710212021081001

Tanggal : 20 Januari 2025

Penguji



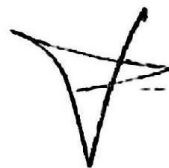
Mj Rizqon Hanasi, S.Hum., M.I.Kom.

NIP. H.7.199112102021081001

Tanggal : 20 Januari 2025

Disahkan oleh :

**Ketua Program Studi D3 Hubungan
Masyarakat K. Batang**



Dr. Adi Nugroho, M.Si.

NIP. 196510171993111001

MOTTO

Bertahankah kita ini, manusia.

Yang dalam riang, ringkih, rumit, dan terhimpit. Ada bahagia, tidak bahagia ada di sini ada di sana ditikam-tikam rasa. Kita berjalan saja masih terus berjalan meskipun kita tak tau berapa jauh jalan ini nanti. dan kita tak juga rela tunduk pada jarak.

“sisir tanah – Lagu Pejalan”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, keberkahan, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Kampanye Digital Batang *Career*." Tugas ini merupakan bagian dari tanggung jawab akademik penulis sebagai mahasiswa serta syarat untuk memperoleh gelar A.Md.I.Kom di program studi D3 Hubungan Masyarakat Universitas Diponegoro.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses ini

1. Kepada kedua orang tua saya, yang selalu mendoakan tanpa henti, memberikan dukungan, perhatian, dan semangat, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dr. Adi Nugroho, M.Si., selaku Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat PSDKU yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
3. Mas Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan bantuan, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen D3 Hubungan Masyarakat PSDKU yang

telah berbagi ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan, yang sangat berkesan bagi saya.

5. Mba Atik Chandra Setya Arum, S.Pd., sebagai admin D3 Hubungan Masyarakat, yang telah membantu proses sidang dan wisuda saya. Terima kasih atas segala bantuannya, Mba Atik
6. Ibu Ryas Cahya Annisa, S.Pd selaku staf Bidang analisis kelembagaan kursus dan pelatihan Dinas Ketenagakerjaan yang telah berkenan berbagi informasi kepada penulis dan bersedia meluangkan waktu sebagai informan untuk keperluan penelitian penulis.
7. Ke dua kakak saya Anugrah perkasa dan Nugroho Dwi Putranto yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan materi.
8. Sahabat terbaik saya Naufal Farhany Mahdafikia, Alfiani Salsabillah Budiyanti Hanapратиwi, Muhammad Hanif Prasetyo Dan Hilmi Muarfi yang selalu memberikan semangat, dorongan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk berkeluh kesah.
9. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan D3 Hubungan Masyarakat 2021, Universitas Diponegoro.

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur dan hormat kepada Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat, keberkahan, dan petunjuk-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul "Kampanye Digital Batang Career." Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada jenjang D3 Hubungan Masyarakat PSDKU K.Batang Universitas Diponegoro.

Penelitian ini terbagi menjadi empat bab. Bab I mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, jenis dan sumber data, serta teknik dan alat pengumpulan data. Bab II membahas tinjauan pustaka, kerangka teoritis dan konsep, operasionalisasi konsep, serta profil Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang. Bab III memaparkan hasil penelitian, yang dikaitkan dengan teori para ahli, termasuk deskripsi objek penelitian, analisis, dan interpretasi data. Bab IV berisi penutup, kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Meskipun terdapat kekurangan dalam prosesnya, saya sangat menghargai kritik dan saran yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, terutama bagi Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi kampanye digital Batang Career yang diterapkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang untuk mengatasi permasalahan pengangguran di wilayah tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji efektivitas kampanye digital dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap platform Batang Career. Platform ini dirancang untuk memfasilitasi pencari kerja dan pemberi kerja melalui informasi lowongan kerja, pelatihan keterampilan, dan pengembangan CV. Penelitian menggunakan teori Excellence in Public Relations dari James E. Grunig, serta konsep kampanye digital, media sosial, dan website sebagai kerangka teoretis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan staf Dinas Ketenagakerjaan dan analisis konten media sosial serta website Batang Career. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye digital yang melibatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan kesadaran masyarakat masih menjadi hambatan utama. Penelitian ini menyarankan peningkatan edukasi digital dan penguatan komunikasi dua arah untuk mengoptimalkan efektivitas kampanye.

Kata kunci: kampanye digital, Batang Career, strategi komunikasi, pengangguran, media sosial

ABSTRACT

This study analyzes the digital campaign strategy of Batang Career implemented by the Department of Manpower in Batang Regency to address unemployment issues in the region. Using a descriptive qualitative approach, the research examines the effectiveness of the digital campaign in raising public awareness about the Batang Career platform. This platform is designed to facilitate job seekers and employers by providing job vacancy information, skill training, and CV development. The study employs James E. Grunig's Excellence in Public Relations theory, along with concepts of digital campaigns, social media, and websites as its theoretical framework. Data were collected through in-depth interviews with the Department of Manpower staff and content analysis of Batang Career's social media and website. The findings reveal that the digital campaign strategy, which involves social media platforms such as Instagram, Facebook, and YouTube, effectively reaches a broader audience. However, challenges such as limited digital literacy and public awareness remain significant obstacles. The study recommends enhancing digital education and strengthening two-way communication to optimize the campaign's effectiveness.

Keywords: digital campaign, Batang Career, communication strategy, unemployment, social media

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	I
MOTTO	II
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	III
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
1.5. Sistematika Penelitian	9
1.6 Metode Penelitian.....	10
1.6.1 Tipe Penelitian	10
1.6.2 Subjek Penelitian.....	10
1.6.3 Sumber Dan Jenis Data	11
1.6.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	11
1.6.5 Teknik Analisis Data.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL INSTANSI.....	14
2.1 State Of The Art	14

2.2.	Kerangka Teoretis Dan Konsep.....	21
2.2.1.	Teory Excellence in public relations.....	21
2.2.2.	Kampanye Digital	23
2.2.3.	Media Sosial.....	25
2.2.4.	Website	27
2.3.	Operasionalisasi Konsep	28
2.4	Profil Instansi.....	31
2.4.1	Profil Intansi Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang.....	31
2.4.2	Dasar Hukum Pembentukan Organisasi Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang.....	31
2.4.3	Profil Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang.....	32
2.4.4	Visi dan Misi Disnaker	33
2.4.5	Tujuan Disnaker	34
2.4.6	Struktur Disnaker	36
BAB III		37
HASIL DAN PEMBAHASAN		37
3.1	Disikripsi Objek Penelitian.....	37
3.2	Analisis Dan Interpretasi Data.....	38
3.2.1	Program Batang Career	38
3.2.2	Strategi Kampanye Digital Batang Career	39
3.2.3	Analisis Berdasarkan Teory Excellence In Public Relations	51
3.2.4	Hambatan Dalam Melaksanakan Kampanye Digital	57
BAB IV		64
PENUTUP		64
4.1	Simpulan.....	64
4.2	Keterbatasan Penelitian	66
4.3	Rekomendasi Penelitian	67
Daftar Pustaka		64
Lampiran		67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Ketertarikan Penggunaan Platfrom Batang Career Terhadap Pencarian Kerja	2
Gambar 1.2 Aplikasi batang Career	4
Gambar 1.3 Aplikasi E-Makaryo	6
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Dinas Ketenagakerjaan Kab. Batang.....	36
Gambar 3.1 Logo Batang Career	38
Gambar 3.2 Peresmian Batang Career	40
Gambar 3.3 Teks Batang Career	42
Gambar 3.4 Profil Intagram Batang Career	43
Gambar 3.5 Profil Facebook Batang Career	44
Gambar 3.6 Profil Youtube Batang Career.....	45
Gambar 3.7 Profil Intagram Batang Career	47
Gambar 3.8 Profil Youtube Batang Career.....	48
Gambar 3.9 Infografis Batang Career	49
Gambar 3.10 Profil Batang Career	50
Gambar 3.11 feed Intagram kegiatan Batang Career	52
Gambar 3.12 Logo Batang Career	53
Gambar 3.13 Data Statistik Tingkat Pengangguran Terbuka	54
Gambar 3.14 Statistik Batang Career	55
Gambar 3.15 Daftar Survey Batang Career.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 State Of The Art	20
--	-----------