

BAB I

PENDAHULUAN

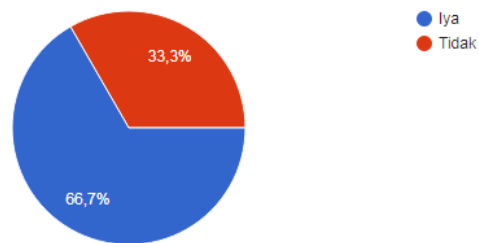
1.1 Latar Belakang

Kabupaten Batang menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai *platform* pencarian kerja yang telah disediakan oleh pemerintah daerah. Salah satu inisiatif yang dikembangkan adalah Batang *Career*, sebuah platform digital yang bertujuan untuk mempermudah pencari kerja dalam mendapatkan informasi lowongan pekerjaan serta meningkatkan keterampilan mereka melalui pelatihan yang tersedia. Namun, tingkat pemanfaatan *platform* ini masih belum optimal karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaannya.

Dalam upaya mengurangi tingkat pengangguran di Kabupaten Batang, Pemerintah Daerah melalui Dinas Ketenagakerjaan telah mengembangkan *platform* Batang *Career* sebagai sarana digital untuk mempermudah pencari kerja dalam mendapatkan informasi dan peluang pekerjaan. Namun, efektivitas platform ini masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal kesadaran dan pemanfaatan oleh masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang, hanya sekitar 40% pencari kerja yang mengetahui keberadaan Batang *Career*, sementara 60% lainnya masih belum mengenal atau memahami manfaatnya.

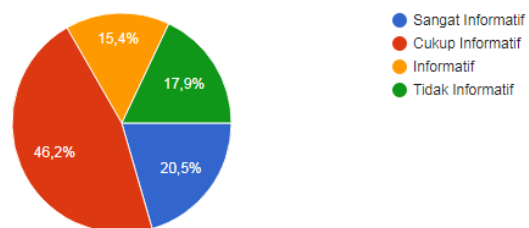
Apakah Anda pernah mendengar tentang platform Batang Career?

39 jawaban



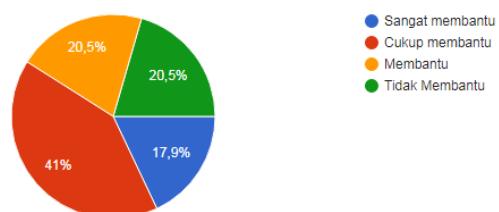
Menurut Anda, seberapa informatif dan jelas informasi yang disediakan di Batang Career?

39 jawaban



Apakah Anda merasa terbantu dengan adanya Batang Career dalam mencari pekerjaan?

39 jawaban



Gambar 1. 1 Data Ketertarikan Penggunaan Platfrom Batang Career Terhadap Pencarian Kerja

Sumber: Dokumen Pribadi

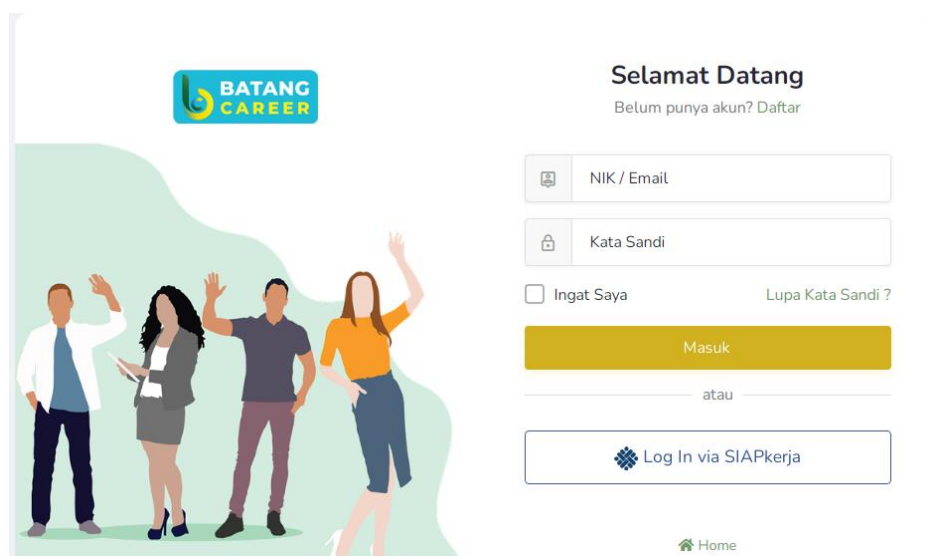
Berdasarkan hasil survei, sebanyak 66,7% responden telah mendengar tentang platform Batang Career, sementara 33,3% lainnya belum mengetahui keberadaan platform ini. Dari segi kejelasan informasi, mayoritas responden (46,2%) menilai Batang Career cukup informatif, namun masih terdapat 15,4% yang merasa informasi yang disediakan kurang jelas. Selain itu, efektivitas platform ini dalam membantu pencarian kerja juga menunjukkan hasil yang beragam. Meskipun 41% responden merasa cukup terbantu dan 17,9% merasa sangat terbantu, masih ada 20,5% yang merasa kurang terbantu serta 20,5% lainnya yang tidak merasakan manfaat dari platform ini. Temuan ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam penyebaran informasi dan efektivitas platform, sehingga diperlukan strategi komunikasi digital yang lebih optimal agar Batang Career dapat lebih dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat pencari kerja di Kabupaten Batang.

Selain itu, keterbatasan literasi digital juga menjadi faktor utama yang menghambat pemanfaatan Batang Career secara optimal. Banyak masyarakat, terutama yang berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah atau mereka yang sebelumnya bekerja di sektor informal, mengalami kesulitan dalam mengakses dan menggunakan platform digital. Faktor ini menyebabkan kurangnya partisipasi mereka dalam program-program ketenagakerjaan yang telah disediakan oleh pemerintah daerah.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kampanye digital menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang

dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai Batang *Career*. Kampanye ini dilakukan melalui berbagai media sosial, website resmi, serta kegiatan sosialisasi di tingkat desa dan kecamatan. Dengan adanya strategi kampanye digital yang tepat, diharapkan lebih banyak masyarakat yang mengetahui dan mampu memanfaatkan platform ini secara maksimal dalam mencari pekerjaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kampanye digital Batang *Career* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana strategi komunikasi digital dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam menggunakan Batang *Career* sebagai solusi pencarian kerja di Kabupaten Batang.



Gambar 1.2 Aplikasi batang Career

Sumber: website karir.batangkab.go.id

Aplikasi Batang *Career* berisi tentang lowongan pekerjaan dari perusahaan-perusahaan yang berpusat di kabupaten Batang. Aplikasi Batang *Career* yang dibuat oleh Pemerintah kabupaten Batang diharapkan mampu memenuhi keinginan masyarakat untuk mencari pekerjaan dengan mudah dan cepat. Dengan adanya *website* ini diharapkan seluruh masyarakat Kabupaten Batang dapat memanfaatkan untuk kebutuhan pencarian kerja sesuai dengan bidang yang diminati.

Pada tahun 2018, Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Tengah meluncurkan aplikasi Ayo Kita Kerja, sebuah portal yang dirancang untuk mengintegrasikan layanan ketenagakerjaan dengan Kementerian Tenaga Kerja. Namun, implementasi aplikasi ini menghadapi berbagai kendala, termasuk perubahan regulasi, sehingga keberlanjutan aplikasi tersebut tidak jelas.

Pada tahun 2019, Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Tengah mengambil langkah dengan memisahkan sistem Ayo Kita Kerja dan merekonstruksi layanan Bursa Kerja Jateng menjadi E-Makaryo, yang bertransformasi dari layanan offline menjadi layanan online.

E-Makaryo menawarkan peningkatan yang signifikan dengan melibatkan seluruh jejaring kerja sama penempatan tenaga kerja. Layanan yang tersedia juga semakin beragam, termasuk konsultasi, informasi lowongan kerja, tempat magang, dan pelatihan. Aplikasi ini dirancang untuk mempertemukan pencari kerja dengan pemberi kerja dan terintegrasi dengan Bursa Kerja Khusus (BKK) di

seluruh Jawa Tengah. Selain itu, sistem ini memungkinkan pencari kerja memantau status lamaran secara langsung, sementara pemberi kerja dapat menyaring kandidat sesuai kebutuhan mereka. (Sulandari S., 2021).



Gambar 1.3 Aplikasi E-Makaryo

Sumber: bursakerja.jatengprov.go.id

E-Makaryo dan Batang *Career* merupakan dua *platform* digital yang dirancang untuk memfasilitasi pencari kerja dan pemberi kerja, namun keduanya memiliki fokus dan cakupan yang berbeda. E-Makaryo adalah *platform* berbasis aplikasi yang dikembangkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, dengan tujuan menyediakan akses yang lebih mudah dan praktis bagi masyarakat di seluruh provinsi terhadap ribuan lowongan kerja. Fokus E-Makaryo adalah memperluas peluang kerja bagi masyarakat Jawa Tengah secara keseluruhan, khususnya di sektor-sektor padat karya yang tetap beroperasi di tengah pandemi COVID-19 (Nugroho.W,2021)

Sementara itu, Batang *Career* merupakan *platform* yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Batang melalui Dinas Ketenagakerjaan setempat.

Platform ini lebih spesifik dalam ruang lingkup geografisnya, yaitu hanya melayani warga Kabupaten Batang. Batang *Career* didirikan untuk menjembatani kebutuhan perusahaan di Kabupaten Batang, terutama dalam menghadapi perkembangan Kawasan Industri Terpadu (KIT) Batang, dengan pencari kerja di wilayah tersebut. Batang *Career* juga berfokus pada penyerapan tenaga kerja lokal dengan mengedepankan keterhubungan antara pemerintah daerah, perusahaan, dan lembaga pelatihan kerja

Dengan demikian, perbedaan utama antara kedua *platform* ini terletak pada cakupan geografis dan fokus penyerapan tenaga kerja. E-Makaryo menawarkan layanan yang bersifat provinsi, sementara Batang *Career* lebih spesifik untuk masyarakat Kabupaten Batang dan mendukung industri lokal. Meski *platform* Batang *Career* telah tersedia, salah satu tantangan utamanya adalah bagaimana masyarakat mengetahui dan memanfaatkannya secara maksimal. Dalam hal ini, kampanye digital menjadi langkah strategis untuk memperkenalkan Batang *Career* ke publik.

Kampanye digital adalah aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan ide atau pesan tertentu melalui media digital dalam waktu tertentu. Metode ini menjadi salah satu cara yang paling efisien untuk menyampaikan informasi kepada publik, terutama karena masyarakat kini sudah familiar dengan teknologi dan memiliki media sosial untuk berinteraksi. Efektivitas kampanye digital terletak pada kecepatan dan biaya yang rendah dalam proses distribusinya. Informasi yang disampaikan dapat dengan mudah tersebar melalui media digital, berkat jangkauannya yang luas dan aksesibilitas yang tinggi kapan saja (Ananto,

D., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. 2017). Kampanye ini bertujuan untuk menjangkau masyarakat secara luas, meningkatkan kesadaran tentang adanya *platform* Batang *Career*, serta mengajak lebih banyak pencari kerja dan pemberi kerja untuk terlibat.

Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dalam kampanye ini membantu penyebaran konten promosi, panduan penggunaan, serta testimoni pengguna secara efektif. Selain itu, melalui iklan daring dan konten visual interaktif seperti video dan infografis, kampanye ini diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat dan memudahkan mereka memahami cara kerja serta manfaat Batang *Career*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi kampanye digital Batang *Career* yang diterapkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang dalam meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi pencari kerja di Kabupaten Batang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kampanye digital Batang *Career* yang diterapkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang dalam meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi pencari kerja di Kabupaten Batang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik untuk beberapa pihak, diantaranya :

1.4.1 Manfaat Akademik

Dapat memberikan pengetahuan baru dan wawasan mengenai Kapanye Digital Batang *Career* yang dilakukan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan kontribusi nyata, baik bagi Disnaker Batang maupun pemerintah daerah lainnya yang ingin memaksimalkan potensi digital dalam layanan ketenagakerjaan.

1.4.3 Manfaat Sosial

meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya mencari pekerjaan yang sesuai dan memanfaatkan teknologi dalam proses pencarian kerja. Dengan mengetahui adanya *platform* Batang *Career*, masyarakat akan lebih sadar akan peluang yang tersedia di wilayah mereka.

1.5. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan penulisan dalam menyusun penelitian, peneliti membagi sistem penulisan menjadi 4 bab yang terdiri dari:

Bab I berisi pendahuluan mengenai persiapan penelitian ini, dilanjutkan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Manfaat penelitian juga dibagi menjadi tiga poin. Pertama, manfaat akademik, manfaat praktis, dan manfaat sosial. Penelitian terdahulu (*State Of The Art*), operasionalisasi konsep, metode penelitian, sistem penelitian dan kerangka teori

Bab II berisi profil instansi Dinas Ketenagakerjaan yang terdiri dari sejarah, profil instansi, struktur organisasi, bidang yang terkait.

Bab III pembahasan tentang penelitian Kampanye Digital Batang *Career* dalam meningkatkan layanan Media Massa serta analisis permasalahan yang diteliti terkait penelitian.

Bab IV Penyusunan kesimpulan mengenai penelitian yang dilakukan. Penyusunan daftar pustaka yang digunakan sebagai sumber referensi penelitian seperti dokumen, surat izin penelitian, berbagai wawancara yang diminta oleh narasumber sebagai acuan hasil penelitian.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Metode penelitian kualitatif dirancang untuk menangani pertanyaan penelitian yang kompleks dan lebih menekankan pada pemahaman yang mendalam ketimbang generalisasi statistik. Dalam metode ini, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, yang bertujuan untuk mengungkap makna, persepsi, dan pandangan subjektif individu atau kelompok mengenai fenomena yang diteliti (Patton, 2002).

1.6.2 Subjek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kampanye digital dalam menyebarkan informasi mengenai layanan publik yang dilakukan oleh Dinas Ketenagakerjaan. Sesuai dengan topik yang dibahas, subjek penelitian ini melibatkan wawancara

langsung dengan pihak staf Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang yaitu Ryas Cahya Annisa, S.Pd.

1.6.3 Sumber Dan Jenis Data

A. Sumber Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber terkait, yaitu staf Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang Ryas Cahya Annisa, S.Pd. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi langsung terkait strategi kampanye digital yang diterapkan pada *platform* Batang Career.

B. Sumber Data Sekunder

Data sekunder berasal dari dokumen-dokumen resmi, laporan tahunan Dinas Ketenagakerjaan, artikel, jurnal, serta data statistik terkait pengangguran di Kabupaten Batang. Data ini digunakan untuk mendukung dan melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer, serta memberikan gambaran umum tentang konteks permasalahan yang dibahas.

1.6.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

a) Teknik Pengumpulan Data

Wawancara adalah teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan melalui percakapan langsung antara pewawancara dan

informan. Menurut (Kvale, 2009) wawancara mendalam memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pandangan, dan motivasi individu secara rinci. Dalam studi mengenai kampanye Batang Career, wawancara mendalam dengan pihak Dinas Ketenagakerjaan, pengelola *platform*, serta para pengguna dapat membantu mengidentifikasi strategi yang digunakan, tantangan yang dihadapi, dan pandangan mereka tentang efektivitas *platform*.

b) Alat Pengumpulan data

Dalam melakukan teknik pengumpulan data, digunakan instrumen atau alat untuk mengumpulkan data tersebut. Menurut (Kvale, 2009) wawancara atau *interview guide* adalah alat penting dalam penelitian kualitatif untuk mengungkap makna subjektif. Panduan wawancara atau *interview guide* berfungsi sebagai alat untuk memastikan bahwa semua aspek terkait kampanye Batang Career, seperti strategi komunikasi, tujuan kampanye, tantangan, dan evaluasi, terbahas dalam percakapan. Alat ini biasanya berbentuk daftar pertanyaan atau topik-topik utama yang membantu peneliti mendapatkan informasi mendalam dari narasumber seperti pengelola kampanye, perwakilan Dinas Ketenagakerjaan, atau pengguna *platform*. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan alat seperti perekam untuk mempermudah proses penelitian dan sebagai bukti dalam wawancara. Melalui alat tersebut, peneliti dapat mendengarkan kembali hasil rekaman agar dapat diuraikan lebih lanjut dalam penelitian.

1.6.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan usaha untuk menguraikan bentuk hasil penelitian menjadi bagian-bagian tertentu. Menurut (Patton, 1987) analisis data kualitatif dimulai dengan mengatur dan mengorganisasikan data ke dalam pola atau kategori, seperti strategi komunikasi, penerimaan masyarakat, tantangan digital, dan efektivitas pesan kampanye. Dengan pengelompokan ini, hubungan antara strategi kampanye dan respon masyarakat dapat lebih mudah diidentifikasi, sehingga membantu memahami dampak kampanye terhadap upaya pengurangan pengangguran di Kabupaten Batang.

Bogdan (1982) menekankan pentingnya mengelompokkan data ke dalam unit-unit yang dapat dikelola untuk mengidentifikasi pola penting dalam kampanye. Dalam penelitian ini, peneliti dapat mengungkap tantangan masyarakat, seperti keterbatasan digital atau kurangnya pemahaman platform Batang *Career*. Langkah akhir adalah menyajikan data relevan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang dampak kampanye dan memberikan rekomendasi guna meningkatkan partisipasi masyarakat.