

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil temuan terkait kampanye digital Batang *Career*. Pembahasan didasarkan pada wawancara langsung yang dilakukan menggunakan pedoman wawancara *interview guide* dan dianalisis sesuai dengan teori yang relevan. Subjek penelitian terdiri dari perwakilan Dinas Ketenagakerjaan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman sesuai dengan tanggung jawabnya.

3.1 Disikripsi Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kampanye digital yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Batang terkait aplikasi pencarian kerja bernama Batang *Career*, sebuah *platform* digital yang dirancang dan dikelola oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang. *Platform* ini dirancang sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan pengangguran di Kabupaten Batang dengan menjembatani pencari kerja dan pemberi kerja. Batang *Career* juga menawarkan fitur tambahan, seperti pelatihan kerja dan pengembangan CV, untuk meningkatkan kompetensi tenaga kerja lokal.

Dalam penelitian ini, objek kajian meliputi strategi kampanye digital yang dilakukan melalui berbagai media sosial, website, dan interaksi langsung dengan masyarakat. Selain itu, penelitian ini menganalisis efektivitas konten kampanye, mekanisme pengelolaan informasi di *platform*, dan respons masyarakat terhadap upaya tersebut. Penelitian ini juga mencakup evaluasi keberhasilan Batang *Career* dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan dampaknya terhadap pengurangan angka pengangguran di Kabupaten Batang.

3.2 Analisis Dan Interpretasi Data

Penelitian ini menganalisis dan menginterpretasi data yang diperoleh mengenai kampanye digital Batang *Career*. Proses ini dilakukan dengan mendiskusikan temuan dari wawancara dan dokumen yang telah dikumpulkan, serta mengaitkannya dengan teori dan konsep yang digunakan, seperti *Teory Excellence in Public Relations*, konsep kampanye digital, media sosial, dan *website*.

3.2.1 Program Batang Career



Gambar 3.1 Logo Batang Career

(Sumber : *website* karir.batangkab.go.id)

Batang *Career* adalah *platform* digital yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Batang melalui Dinas Ketenagakerjaan dengan tujuan menjembatani kebutuhan tenaga kerja dan peluang kerja yang tersedia di daerah tersebut. *Platform* ini dirancang untuk membantu mengurangi angka pengangguran di Kabupaten Batang dengan memanfaatkan teknologi digital yang mempermudah proses pencarian kerja. Batang *Career* tidak hanya memberikan akses informasi lowongan kerja, tetapi juga mendukung peningkatan keterampilan masyarakat melalui pelatihan kerja dan sertifikasi.

Fitur utama Batang *Career* meliputi informasi lowongan kerja dari berbagai sektor, pembuatan profil pengguna bagi pencari kerja, serta kolaborasi dengan perusahaan atau industri lokal untuk menyediakan peluang kerja. Selain itu, *platform* ini juga menjadi sarana untuk menyebarluaskan informasi tentang pelatihan kerja yang dapat meningkatkan kompetensi tenaga kerja lokal. Dengan pendekatan ini, Batang *Career* berupaya meningkatkan transparansi dan aksesibilitas dalam pasar tenaga kerja, khususnya bagi masyarakat yang terkendala oleh keterbatasan informasi dan keterampilan digital.

Batang *Career* relevan sebagai objek penelitian karena mewakili inovasi digital dalam mengatasi masalah pengangguran di Kabupaten Batang. Kabupaten ini menghadapi tantangan ekonomi, migrasi, dan keterbatasan keterampilan masyarakat, sehingga keberadaan Batang *Career* diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi kampanye digital yang dilakukan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap *platform* tersebut, dalam rangka mengoptimalkan manfaatnya bagi pengguna.

3.2.2 Strategi Kampanye Digital Batang Career

Strategi kampanye digital yang diterapkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap *platform* Batang *Career*. Pendekatan ini mengacu pada *Teory Excellence in Public Relations* dari James E. Grunig (2002), serta konsep kampanye digital, dengan menerapkan beberapa tahapan yang terstruktur.

Tahap pertama adalah identifikasi target audience, di mana Dinas Ketenagakerjaan mengelompokkan audiens utama menjadi dua, yaitu pencari kerja dan pengusaha lokal. Pencari kerja terutama berasal dari masyarakat usia produktif yang memiliki keterbatasan akses teknologi, sementara pengusaha lokal adalah perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja berkualitas namun sering kesulitan menjangkau calon pekerja melalui metode konvensional. Tahap ini sesuai dengan model komunikasi dua arah simetris, yang mengutamakan interaksi timbal balik antara organisasi dan masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah strategi kampanye digital yang diterapkan oleh Dinas Ketenagakerjaan untuk mengoptimalkan program Batang Career.

1. Analisis Kebutuhan dan Perencanaan Awal



Gambar 3.2 Peresmian Batang Career

(Sumber : <https://www.facebook.com/p/Batang-Career-100081512101508/>)

Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang telah melaksanakan analisis kebutuhan untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh pencari kerja dan

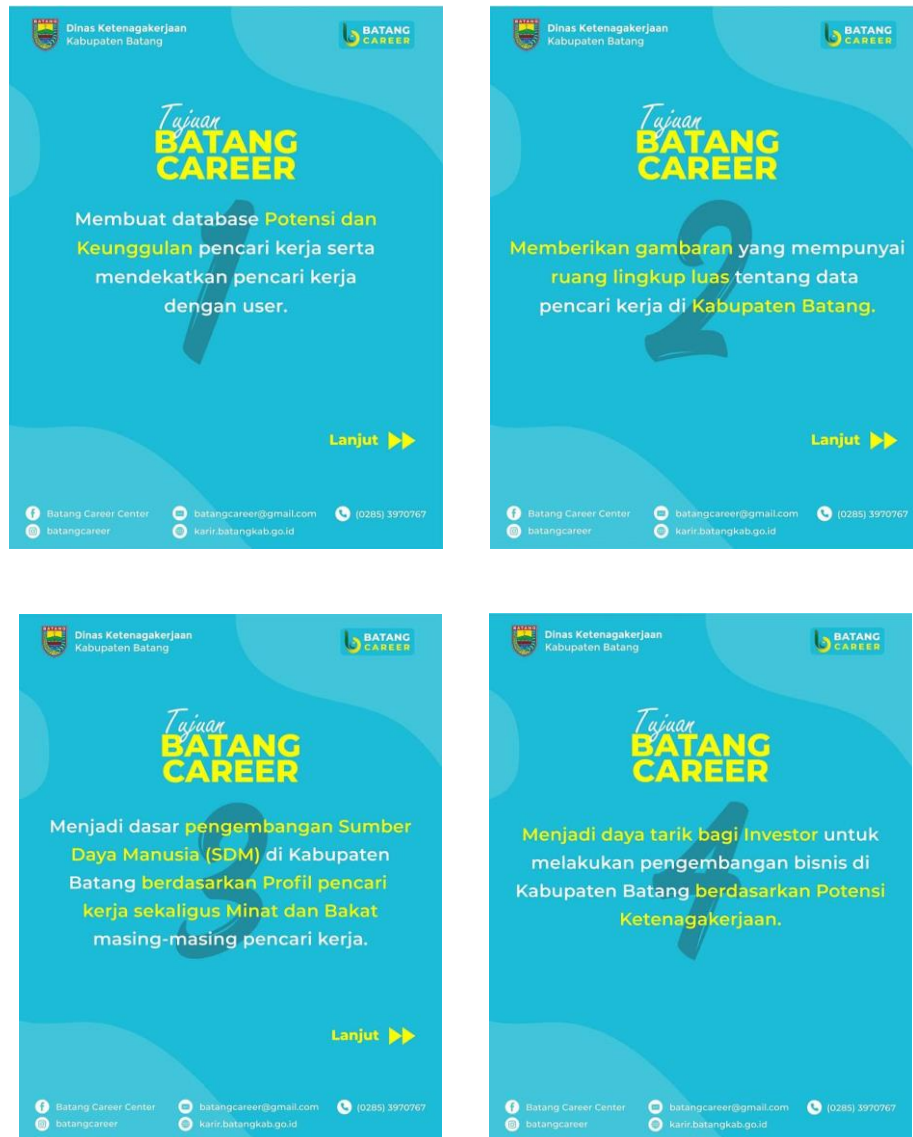
pemberi kerja di wilayah tersebut. Sebagai respons terhadap kebutuhan ini, Dinas Ketenagakerjaan meluncurkan *platform* "Batang Career" pada 21 Desember 2020. *Platform* ini dirancang khusus untuk masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Batang, bertujuan untuk menjembatani pencari kerja dengan pemberi kerja melalui akses informasi lowongan pekerjaan secara online.

Untuk memastikan informasi mengenai "Batang Career" tersebar luas, Dinas Ketenagakerjaan melakukan sosialisasi melalui kepala desa dan camat. Pendekatan ini bertujuan untuk menjangkau masyarakat di tingkat desa dan kecamatan, memastikan mereka mendapatkan informasi yang diperlukan mengenai *platform* tersebut dan cara pendaftarannya.

Dinas Ketenagakerjaan juga menghadirkan Unit Layanan Ketenagakerjaan Terpadu di Kawasan Industri Terpadu Batang (KITB). Unit ini bertujuan untuk mempermudah akses tenaga kerja bagi perusahaan-perusahaan di kawasan tersebut serta menjawab kebutuhan pencari kerja di wilayah timur Kabupaten Batang. Layanan ini diharapkan dapat mempercepat proses rekrutmen tenaga kerja dan memenuhi kebutuhan tenaga kerja secara tepat dan efisien.

Melalui berbagai inisiatif ini, Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang berupaya untuk meningkatkan aksesibilitas informasi ketenagakerjaan bagi masyarakat dan perusahaan di wilayah tersebut.

2. Tujuan Kampanye Digital



Gambar 3.3 Teks Batang Career

(Sumber : <https://www.facebook.com/p/Batang-Career-100081512101508/>)

Kampanye Batang Career bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan *platform* ini sebagai media yang dapat dimanfaatkan untuk mencari pekerjaan, mengikuti pelatihan, atau mengembangkan CV. Selain itu, Batang Career juga mempermudah proses

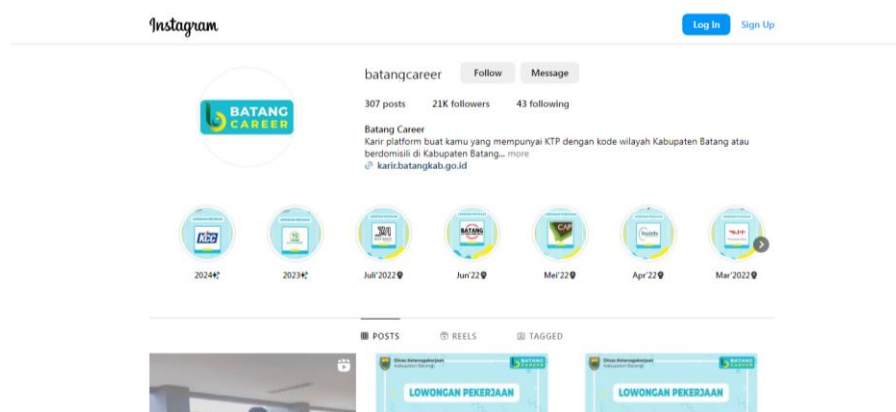
rekrutmen tenaga kerja bagi perusahaan. *Platform* ini menyediakan akses ke database pencari kerja yang telah terdaftar, sehingga perusahaan dapat menemukan calon tenaga kerja sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan.

Secara keseluruhan, kampanye ini bertujuan untuk mendorong kontribusi masyarakat lokal di perusahaan-perusahaan yang ada di Kabupaten Batang. Dengan demikian, partisipasi tenaga kerja lokal dalam industri yang berkembang di daerah ini dapat ditingkatkan.

3. Pemilihan *Platform* Digital

Batang *Career* adalah *platform* yang dikembangkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang untuk memfasilitasi pencari kerja dan pemberi kerja di wilayah tersebut. Untuk meningkatkan jangkauan informasi dan promosi, Batang *Career* memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube.

1. Instagram:



Gambar 3.4 Profil Instagram Batang Career

(Sumber : Instagram @batangcareer)

Menurut Phua, Jin, dan Kim (2017), Instagram adalah *platform* media sosial berbasis gambar yang berfokus pada berbagi foto dan video pendek. Dengan fitur seperti feed, stories, dan reels, Instagram memungkinkan pengguna untuk meningkatkan interaksi visual dengan audiens, sehingga menjadi *platform* yang efektif untuk membangun identitas merek dan menjangkau audiens yang lebih muda. Hal ini sejalan dengan strategi Batang Career melalui akun Instagram resminya, @batangcareer. Akun tersebut digunakan untuk mempublikasikan konten informatif di feed dan stories, memungkinkan Batang Career menjangkau lebih banyak pengguna secara fleksibel dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *platform* pencarian kerja ini.

2. Facebook:



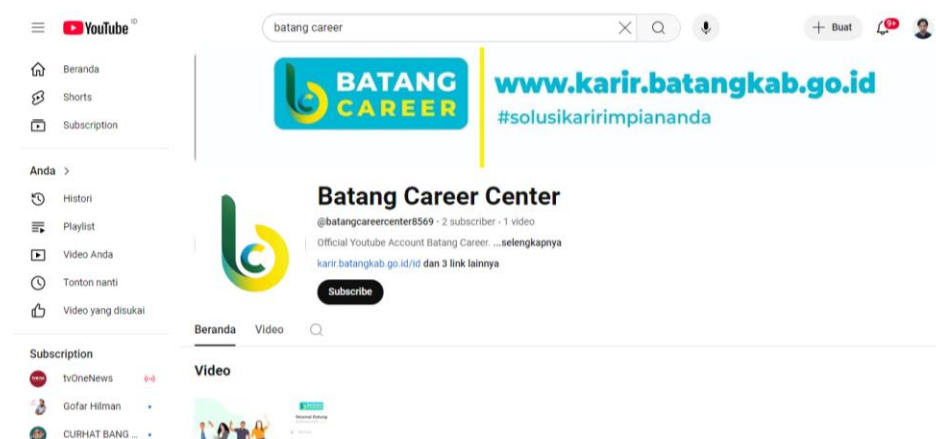
Gambar 3.5 Profil Facebook Batang Career

(Sumber : <https://www.facebook.com/p/Batang-Career-100081512101508/>)

Menurut Zarella (2010), Facebook adalah *platform* media sosial yang dirancang untuk menghubungkan individu melalui jaringan sosial.

Dengan berbagai fitur seperti grup, halaman, dan iklan berbayar, Facebook memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dengan audiens yang beragam, menyebarkan informasi, serta membangun komunitas digital. Pemanfaatan Facebook ini juga diterapkan oleh Batang Career melalui akun resminya, @uptdbkbatang. Melalui *platform* ini, Batang Career dapat menjangkau audiens yang lebih luas untuk menyebarkan informasi terkait lowongan pekerjaan, pelatihan, serta pengembangan CV, sehingga mendukung upaya kampanye digitalnya dalam memberdayakan masyarakat Kabupaten Batang.

3. YouTube



Gambar 3.6 Profil Youtube Batang Career

(Sumber : Youtube @batangcareercenter8569)

Menurut Cheng, Dale, dan Liu (2008), YouTube adalah *platform* berbagi video yang memungkinkan individu dan organisasi untuk mengunggah, berbagi, dan menonton konten video. *Platform* ini menjadi alat komunikasi visual yang efektif karena kemampuannya dalam

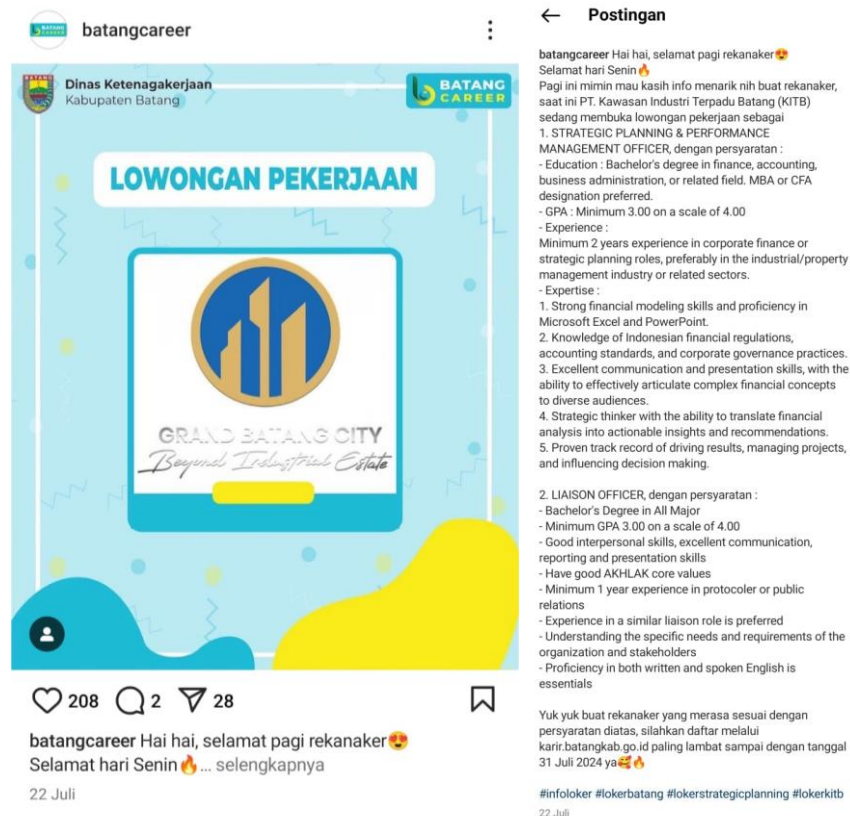
mendistribusikan konten secara luas, menjangkau audiens global, dan meningkatkan keterlibatan melalui komentar serta langganan. Potensi ini dapat dimanfaatkan oleh Batang *Career* untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan program mereka secara lebih luas melalui konten video. Meskipun belum ditemukan akun YouTube resmi Batang *Career*, *platform* ini tetap relevan sebagai media untuk menjangkau lebih banyak audiens, khususnya dalam mendukung strategi kampanye digital yang lebih komprehensif.

4. Konten Kampanye

Batang *Career* adalah *platform* yang dikembangkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang untuk memfasilitasi pencari kerja dan pemberi kerja di wilayah tersebut. *Platform* ini menyediakan berbagai jenis konten untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mempermudah proses rekrutmen tenaga kerja.

Jenis konten yang disediakan batang *career* :

1. Gambar dengan Teks Deskripsi Lowongan Pekerjaan



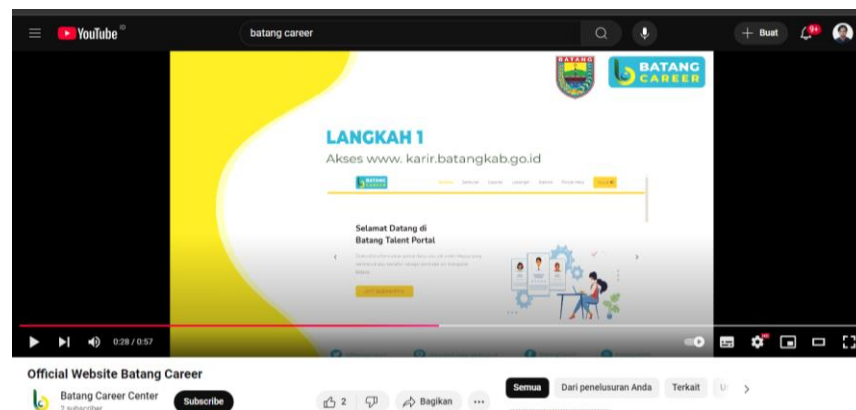
Gambar 3.7 Profil Instagram Batang Career

(Sumber : Instagram @batangcareer)

Platform Batang Career menyediakan informasi lowongan pekerjaan dalam bentuk gambar yang dilengkapi dengan deskripsi rinci. Penyajian ini dirancang untuk memudahkan pencari kerja dalam memahami informasi secara visual dan tekstual, sehingga mereka dapat dengan cepat mengidentifikasi peluang kerja yang sesuai dengan kualifikasi dan minat mereka. Pendekatan ini tidak hanya membuat

informasi lebih menarik dan mudah diakses, tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna dalam mencari pekerjaan melalui *platform* tersebut.

2. Video Tutorial:



Gambar 3.8 Profil Youtube Batang Career

(Sumber : Youtube @batangcareercenter8569)

Platform Batang Career juga menyediakan video tutorial yang berfungsi sebagai panduan praktis bagi pengguna. Video ini mencakup langkah-langkah penting, seperti proses pendaftaran akun, cara efektif mencari lowongan pekerjaan, hingga tips untuk membuat dan mengembangkan CV yang menarik. Dengan adanya tutorial ini, pengguna, khususnya mereka yang kurang familiar dengan teknologi digital, dapat lebih mudah memahami dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di *platform* secara optimal.

3. Infografis

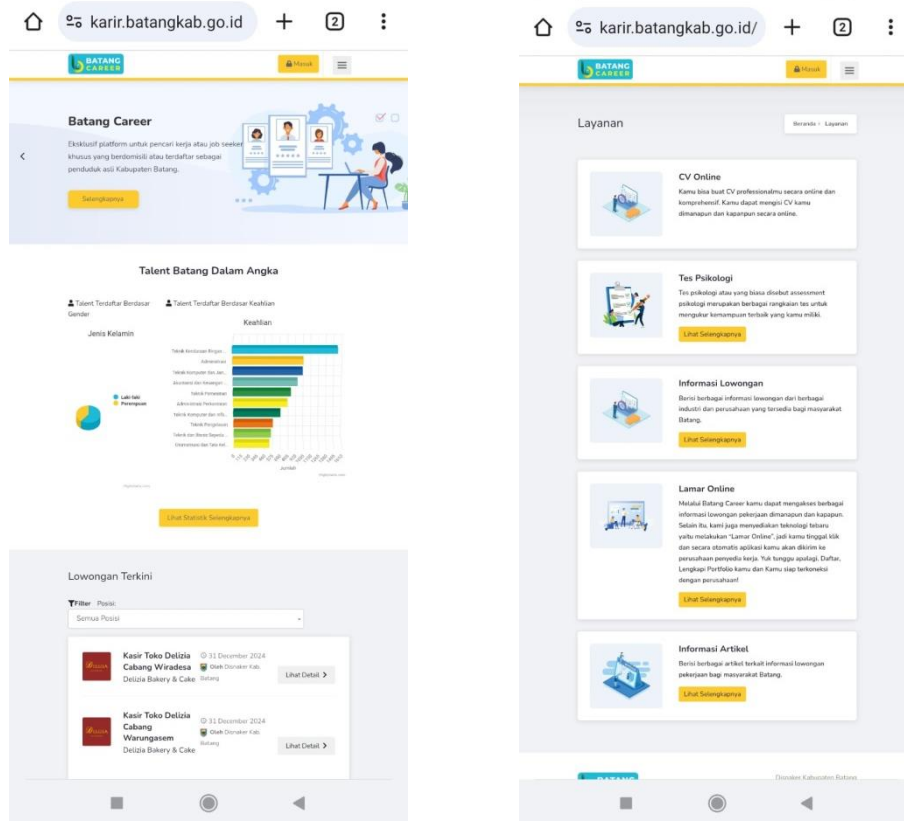


Gambar 3.9 Infografis Batang Career

(Sumber : Instagram @batangcareer)

Batang Career turut menghadirkan infografis yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara ringkas, jelas, dan menarik. Melalui format visual ini, audiens dapat dengan mudah memahami berbagai proses, seperti tahapan rekrutmen, persyaratan kerja, hingga peluang karier yang tersedia. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik informasi, tetapi juga mempermudah pemahaman, terutama bagi pengguna yang lebih responsif terhadap penyajian visual dibandingkan teks panjang.

4. Peran Website Batang Career



Gambar 3.10 Profil Batang Career

(Sumber : *website* karir.batangkab.go.id)

Website *Batang Career* berperan sebagai sumber informasi utama bagi pencari kerja dan pemberi kerja di Kabupaten Batang. *Platform* ini menyediakan data lengkap mengenai lowongan kerja, termasuk deskripsi pekerjaan, persyaratan, gaji, dan batas waktu pendaftaran. Pencari kerja dapat mengakses informasi ini secara mudah dan cepat melalui website.

Selain itu, website *Batang Career* memungkinkan pencari kerja untuk mengisi dan mengunduh CV secara online, serta langsung melamar pekerjaan

yang sesuai dengan kualifikasi mereka. Fitur ini mempermudah proses aplikasi kerja dan meningkatkan efisiensi dalam pencarian kerja.

Dengan demikian, website Batang *Career* berfungsi sebagai jembatan antara pencari kerja dan pemberi kerja, memfasilitasi proses rekrutmen tenaga kerja di Kabupaten Batang.

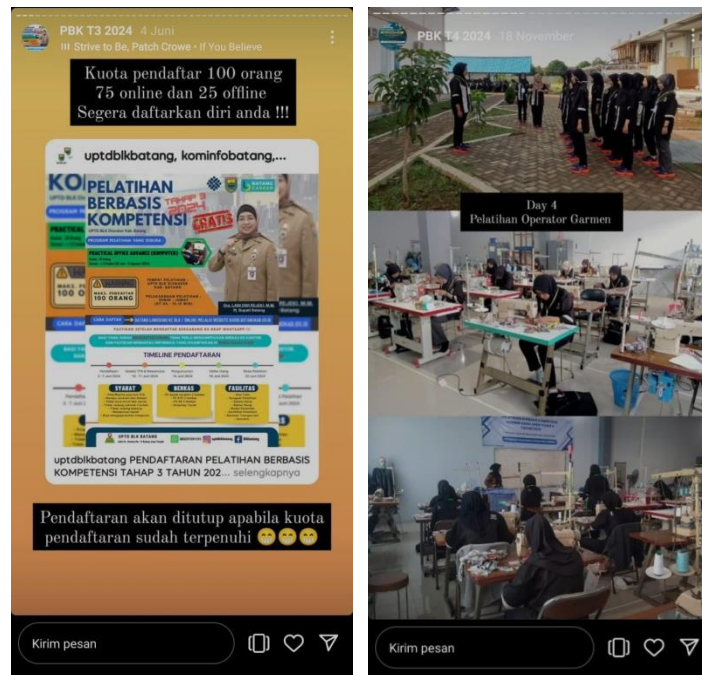
3.2.3 Analisis Berdasarkan Teory Excellence In Public Relations

Teori ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris, di mana Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang berinteraksi dengan masyarakat, pencari kerja, dan perusahaan secara aktif dan saling menguntungkan.

Terdapat empat model komunikasi dalam teori ini:

1. Press Agentry/Publicity

Pada tahap ini, fokus utama kampanye digital adalah menyebarkan informasi tentang Batang *Career* secara konsisten. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang, frekuensi konten promosi yang disebarakan melalui media digital, seperti postingan atau iklan di media sosial, dilakukan secara berkala. Biasanya, konten diunggah beberapa kali dalam seminggu dalam berbagai format, termasuk postingan di feed Instagram, cerita (*story*), serta pembaruan di *platform* lain seperti Facebook dan YouTube, Grunig dan Hunt (1984).



Gambar 3.11 feed Instagram kegiatan Batang Career

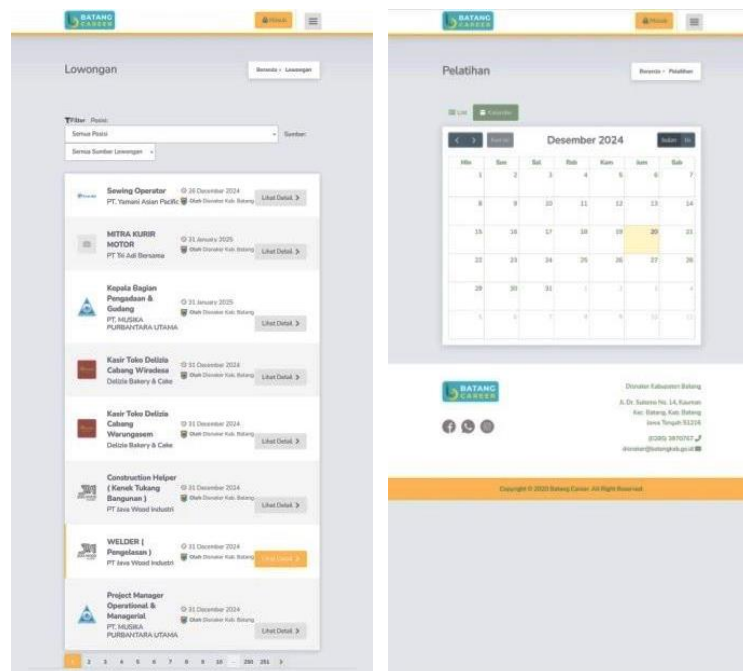
(Sumber : Instagram @uptdblkbatang)

Frekuensi ini disesuaikan dengan kebutuhan kampanye, seperti mempromosikan lowongan pekerjaan tertentu atau kegiatan pelatihan. Strategi ini dirancang untuk memastikan informasi tentang *Batang Career* terus tersampaikan kepada audiens secara efektif dan teratur.

2. Public Information

Tahapan ini bertujuan untuk memberikan perkembangan mengenai Informasi di website *Batang Career* selalu diperbarui, terutama terkait lowongan pekerjaan yang sedang dibuka, Aulia Rachman (2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang, Proses pengelolaan dilakukan dengan memberikan

akses langsung kepada perusahaan untuk mengunggah dan memperbarui informasi lowongan secara mandiri. Hal ini memastikan bahwa lowongan yang tersedia relevan dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan saat itu. Selain itu, admin dari Dinas Ketenagakerjaan dan Balai Latihan Kerja (BLK) juga melakukan pemantauan dan verifikasi data secara berkala untuk menjaga akurasi dan keandalan informasi yang disajikan di *platform*.



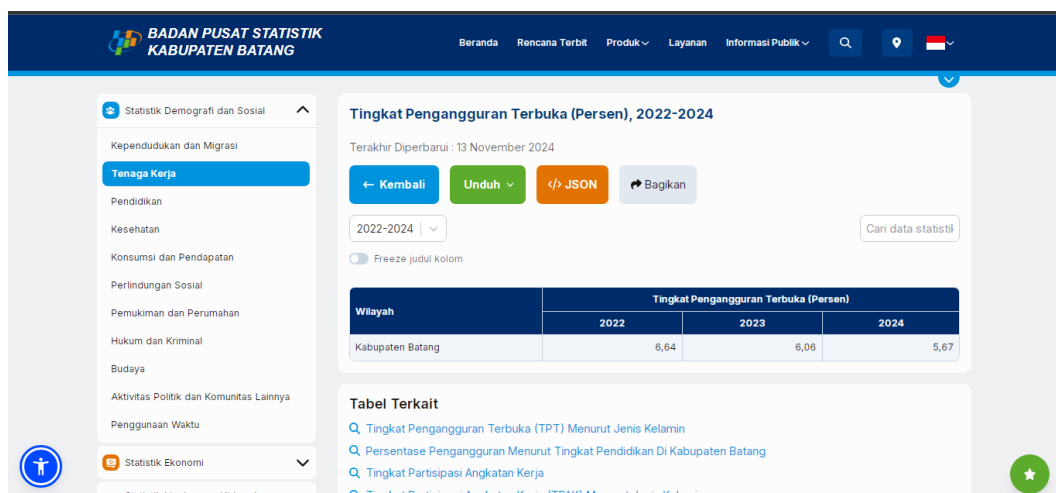
Gambar 3.12 Logo Batang Career

(Sumber : *website* karir.batangkab.go.id)

3. Two-Way Asymmetrical

Batang *Career* mendapatkan umpan balik dari masyarakat setelah kampanye diluncurkan. Umpan balik ini dikumpulkan melalui berbagai

cara, seperti interaksi di media sosial (komentar, pesan langsung, dan pertanyaan di *platform* seperti Instagram dan Facebook), survei yang tersedia di website, serta data statistik pengguna yang tercatat di *platform*, Purnomo, S. (2020)..



Gambar 3.13 Data Statistik Tingkat Pengangguran Terbuka

(sumber : *website* batangkab.bps.go.id)

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Kabupaten Batang mengalami fluktuasi dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022, TPT mengalami sedikit kenaikan menjadi 6,64%, namun kembali menunjukkan penurunan pada tahun 2023 menjadi 6,06%, dan pada tahun 2024 mengalami penurunan kembali menjadi 5,67%. Tren penurunan ini mencerminkan upaya berkelanjutan pemerintah daerah dalam mengurangi angka pengangguran melalui berbagai program strategis, seperti pengoptimalan bursa kerja, pelatihan keterampilan, serta peningkatan

kualitas sumber daya manusia (SDM) lokal agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar kerja.



Gambar 3.14 Statistik Batang Career

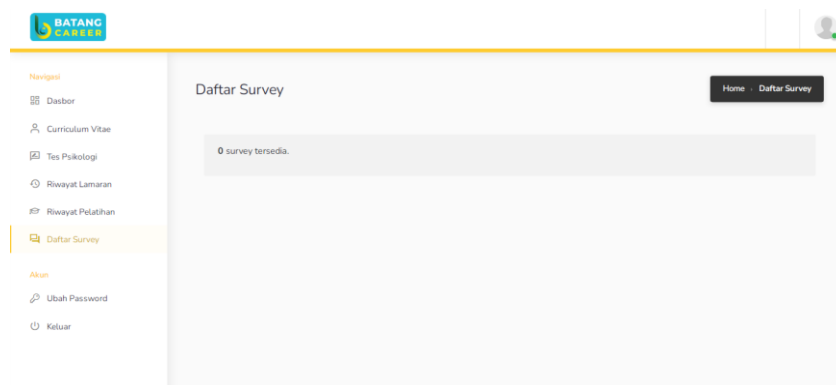
(Sumber : website.karir.batangkab.go.id)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang, hingga Desember 2024, sebanyak 23.819 pencari kerja telah terdaftar, 49 perusahaan bergabung, dan 450 lowongan kerja telah diunggah. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap program ini. Selain itu, Dinas Ketenagakerjaan juga secara aktif mengevaluasi masukan dari masyarakat untuk memperbaiki dan mengembangkan layanan *Batang Career*.

4. Two-Way Symmetrical

Batang Career menyediakan fitur umpan balik di website berupa survei yang dapat diisi oleh pengguna. Survei ini dikelola oleh admin dari Dinas Ketenagakerjaan dan Balai Latihan Kerja (BLK). Setiap masukan

yang diterima melalui fitur ini dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan atau masalah yang dihadapi pengguna. Hasil analisis digunakan sebagai dasar evaluasi untuk memperbaiki layanan dan mengembangkan strategi kampanye lebih lanjut. Proses tindak lanjut dilakukan secara berkala guna memastikan bahwa saran dan kritik dari pengguna benar-benar diterapkan dalam pengelolaan *platform* Nababan, S. (2020).



Gambar 3.15 Daftar Survey Batang Career

(Sumber : *website* karir.batangkab.go.id)

Dengan menerapkan *Teory Excellence in Public Relations*, penelitian ini mampu menganalisis secara mendalam strategi kampanye digital Batang Career melalui empat tahap. *Model Press Agency/Publicity* digunakan untuk menjaga konsistensi promosi di media digital, memastikan audiens selalu memperoleh informasi terbaru. Melalui *Model Public Information*, Dinas Ketenagakerjaan memastikan akurasi dan relevansi informasi lowongan kerja dengan memperbarui konten secara rutin. Selanjutnya, *Model Two-Way Asymmetrical* diterapkan dengan mengumpulkan umpan balik dari masyarakat melalui survei, interaksi di media sosial, serta data statistik pengguna untuk mengevaluasi keberhasilan

program. Akhirnya, *Model Two-Way Symmetrical* diwujudkan dengan menjalin dialog dua arah melalui survei pengguna yang dijadikan landasan pengambilan keputusan dan pengembangan layanan. Pendekatan ini menegaskan komitmen Batang *Career* dalam membangun komunikasi yang transparan, responsif, dan berpusat pada kebutuhan masyarakat

3.2.4 Hambatan Dalam Melaksanakan Kampanye Digital

Hambatan dalam melaksanakan kampanye digital Batang *Career* meliputi beberapa aspek utama. Pertama, keterbatasan kesadaran masyarakat menjadi tantangan, karena tidak semua warga Kabupaten Batang mengetahui keberadaan *platform* ini, terutama mereka yang belum terbiasa dengan teknologi. Hal ini diperburuk oleh rendahnya tingkat literasi digital, yang membuat sebagian masyarakat tidak mampu memanfaatkan fitur-fitur Batang *Career* dengan optimal. Selain itu, geografis Kabupaten Batang yang luas dengan kecamatan yang tersebar menyulitkan kampanye digital menjangkau seluruh elemen masyarakat secara merata.

Transformasi Kabupaten Batang dari daerah agraris ke industri juga menjadi hambatan, karena pola pikir masyarakat yang cenderung tradisional sering kali kurang sesuai dengan kebutuhan kerja di sektor industri. Pada awalnya, keterlibatan perusahaan lokal juga masih rendah, sehingga pilihan pekerjaan bagi pencari kerja sangat terbatas. Di sisi lain, meskipun data pada *platform* selalu diperbarui, memastikan perusahaan rutin mengunggah lowongan kerja sesuai kebutuhan mereka menjadi tantangan tersendiri.

Keterbatasan sumber daya untuk kampanye digital turut menjadi hambatan, terutama dalam memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook untuk menjangkau berbagai demografi masyarakat. Selain itu, perubahan budaya kerja masyarakat Batang, dari sektor agraris ke industri, membutuhkan upaya lebih untuk meyakinkan mereka agar bersedia beradaptasi dengan kebutuhan dan tuntutan pekerjaan baru di sektor tersebut.

Untuk mengatasi hambatan ini, berbagai solusi telah diterapkan, seperti melakukan sosialisasi tatap muka dan jemput bola melalui perangkat desa dan camat, memaksimalkan penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi secara luas, serta meningkatkan fitur website dengan informasi lowongan kerja yang lengkap dan akses bagi perusahaan untuk mengelola lowongan sendiri. Selain itu, upaya evaluasi dan pengumpulan umpan balik dari pengguna melalui survei dan interaksi di media sosial dilakukan secara rutin untuk perbaikan berkelanjutan.