

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan vokasi terkhusus di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), memiliki peran penting dalam mencetak tenaga kerja yang kompeten dan siap bersaing di dunia industri. Oleh karena itu, penting bagi guru SMK untuk selalu meningkatkan kompetensinya melalui program pendidikan dan pelatihan yang relevan dengan kebutuhan industri yang terus berkembang. Hal ini sejalan dengan Peraturan Presiden (PERPRES) No. 68 Tahun 2022 yang mengatur tentang revitalisasi pendidikan vokasi dan pelatihan vokasi, dimana hal ini memiliki salah satu tujuan untuk membekali sumber daya manusia/tenaga kerja dengan kompetensi untuk bekerja dan/atau berwirausaha. Berikut merupakan data terakhir terkait jumlah guru SMK yang telah bersertifikat pendidik di seluruh Indonesia pada tahun 2022/2023.

**Tabel 1. 1 Persentase Guru SMK yang Bersertifikat Pendidik
di Seluruh Indonesia pada Tahun 2022/2023.**
(Sumber : Pusat Data dan Teknologi Informasi Kemendikdasmen)

Jumlah dan Persentase Pendidik SMK yang Bersertifikat Pendidik berdasarkan Wilayah,
Tahun Ajaran 2022/2023

No	Kode Kemdagri	Kode BPS	Provinsi	Jumlah	Persentase
1	11	11	Aceh	4,292	64.07
2	12	12	Sumatera Utara	13,122	64.86
3	13	13	Sumatera Barat	3,702	49.12
4	14	14	Riau	5,652	68.88
5	15	15	Jambi	2,965	68.81
6	16	16	Sumatera Selatan	6,358	75.80
7	17	17	Bengkulu	1,916	64.84
8	18	18	Lampung	7,313	71.06
9	19	19	Kep. Bangka Belitung	988	58.60
10	21	21	Kepulauan Riau	1,716	70.13
11	31	31	D.K.I. Jakarta	7,141	63.44
12	32	32	Jawa Barat	41,310	74.27
13	33	33	Jawa Tengah	24,360	54.55
14	34	34	D.I. Yogyakarta	3,042	46.71
15	35	35	Jawa Timur	28,638	61.14
16	36	36	Banten	9,918	75.76
17	51	51	Bali	3,620	63.23
18	52	52	Nusa Tenggara Barat	5,510	72.34
19	53	53	Nusa Tenggara Timur	6,455	77.94
20	61	61	Kalimantan Barat	3,109	71.44
21	62	62	Kalimantan Tengah	1,988	65.20
22	63	63	Kalimantan Selatan	2,485	61.75
23	64	64	Kalimantan Timur	3,225	63.75
24	65	65	Kalimantan Utara	517	61.69
25	71	71	Sulawesi Utara	2,488	61.46
26	72	72	Sulawesi Tengah	2,488	65.84
27	73	73	Sulawesi Selatan	6,175	61.08
28	74	74	Sulawesi Tenggara	2,244	62.07
29	75	75	Gorontalo	1,049	59.94
30	76	76	Sulawesi Barat	1,870	75.80
31	81	81	Maluku	1,984	75.15
32	82	82	Maluku Utara	1,477	78.86
33	91	94	Papua	2,042	69.65
34	92	91	Papua Barat	889	69.67
35			Luar Negeri	2	40.00
			Indonesia	212,050	65.41

Namun di Indonesia, partisipasi guru SMK dalam program pendidikan dan pelatihan masih menghadapi berbagai tantangan. Adanya presentase guru yang bersertifikat pendidik jenjang SMK yang diunggah oleh Pusat Data dan Teknologi Informasi pada Portal Data Pendidikan 15 Oktober 2024, menunjukkan bahwa hanya 65.41% guru SMK di seluruh Indonesia yang telah bersertifikat pendidik. Presentase tersebut berarti bahwa masih adanya guru SMK yang belum mendapatkan peningkatan kompetensi secara berkala dan berkelanjutan.

Balai Besar Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Bisnis dan Pariwisata (BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata) merupakan salah satu unit dibawah naungan Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia. BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata memiliki tanggung jawab utama dalam meningkatkan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan vokasi di bidang bisnis dan pariwisata. Terdapat beberapa provinsi yang menjadi wilayah pendampingan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata di tahun 2024 antara lain, DKI Jakarta, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Selatan. Berikut skema pemetaannya.



Gambar 1. 1 Skema Pemetaan wilayah pendampingan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata di tahun 2024

(Sumber : BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata)

Selain itu, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata juga memiliki tujuan untuk menjembatani kesenjangan antara kurikulum pendidikan SMK dengan kebutuhan industri. Hal tersebut juga menyesuaikan dengan perkembangan teknologi serta tren global dalam sektor bisnis dan pariwisata itu sendiri.

Sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata berperan besar dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi program pelatihan dan pengembangan kompetensi guru SMK. Program yang diselenggarakan tidak hanya berfokus pada peningkatan aspek pedagogi, tetapi juga menitikberatkan pada penguatan keterampilan teknis, manajerial, serta pemahaman terhadap dinamika industri. Dengan beberapa aspek tersebut, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata bertindak sebagai penghubung antara dunia pendidikan dan dunia industri (*link and match*). Salah satu program unggulan yang dimiliki oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata yaitu Pelatihan Berbasis Kompetensi (PBK), yang menargetkan guru – guru SMK di bidang bisnis dan pariwisata. PBK dilakukan agar dapat meningkatkan keterampilan kinerja mereka sesuai dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) dan kebutuhan industri terkini. PBK ini juga didukung dengan sertifikasi keahlian yang memberikan pengakuan resmi terhadap kompetensi yang telah diperoleh guru dalam bidang bisnis dan pariwisata.

Selain itu, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata menyelenggarakan *Workshop* Pengembangan Kurikulum Berbasis Industri, yang memiliki tujuan untuk memastikan bahwa materi yang diajarkan di SMK tetap relevan dengan kebutuhan dunia kerja. *Workshop* ini melibatkan praktisi industri, akademisi, serta perwakilan dari dunia usaha dan dunia industri (DUDI) untuk memberikan wawasan yang lebih luas mengenai perkembangan terkini. Diharapkan dengan berjalannya kegiatan ini, guru – guru SMK dapat mengembangkan metode pembelajaran yang lebih aplikatif dan berbasis industri, sehingga lulusan SMK yang diajar dapat memiliki kesiapan kerja yang lebih tinggi.

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata juga memiliki program Pelatihan Berbasis Teknologi Digital yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi digital para guru SMK dalam mengadopsi *e-learning*, *blended learning*, serta penggunaan dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan belajar mengajar. Di era serba digital seperti saat ini, keterampilan dan pengintegrasian teknologi ke dalam proses belajar mengajar menjadi salah satu kebutuhan utama. Menurut (Supriyanto, 2024), penerapan teknologi digital di sekolah menengah sangat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri guru, serta mendukung terciptanya lingkungan pengajaran yang lebih adaptif dan inovatif. Oleh karena itu, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata menyediakan pelatihan khusus dalam pemanfaatan *Learning Management System (LMS)*, video pembelajaran interaktif, serta strategi pemasaran digital dalam pendidikan vokasi.

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata sangat berperan dalam mendorong kolaborasi antara sekolah dengan dunia industri melalui program Magang dan Studi Banding bagi guru SMK. Program ini memungkinkan para guru untuk melakukan observasi langsung ke industri, mengikuti pelatihan kerja, serta memahami praktik terbaik dalam sektor bisnis dan pariwisata. Hal ini akan memperluas wawasan para guru SMK akan standar industri, prosedur operasional, serta tren bisnis yang tengah berkembang untuk diaplikasikan dan diadaptasi dalam proses pembelajaran kepada siswa di SMK. Berikut terdapat jumlah peserta yang menjadi partisipan secara langsung pada kegiatan diklat yang telah dilaksanakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

**Tabel 1. 2 Data Jumlah Peserta Diklat UPRESKILLING di
BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata Tahun 2020 – 2024.**
(Sumber : BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata)

DIKLAT	Count of No. UKG
⊕ UPRE SKILLING 2021	562
⊕ UPRESKILLING 2020	685
⊕ UPRESKILLING 2022	573
⊕ UPRESKILLING 2023	2460
⊕ UPRESKILLING 2024	3105
Grand Total	7385

Data yang ditampilkan menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah peserta yang mengikuti program kegiatan pendidikan dan pelatihan di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, khususnya dalam dua tahun terakhir. Selama rentang periode tahun 2020 – 2024, total peserta mencapai 7385. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwasanya lebih dari 75% diantaranya tercatat pada tahun 2023 dan 2024. Namun, terjadinya perubahan kebijakan penting yang memengaruhi beberapa faktor dan kondisi. Kondisi ini diprediksi dapat berdampak pada penurunan jumlah pendaftar pada tahun berikutnya. Menurut (Prof. Dr. Arief Subyantoro, Dra. Tri Mardiana, & Zulfikar Muhammad Hasan, 2022), *competitive advantages* harus dicapai sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan. Itulah mengapa pelatihan dan pengembangan perlu diatur dengan begitu baik agar keterampilan yang dikuasai dapat terdistribusikan secara merata. Namun, masih banyaknya guru yang merasa bahwa pelatihan tersebut tidak memberikan dampak langsung terhadap karir mereka, sehingga motivasi mereka untuk berpartisipasi juga rendah. Sebagai bagian dari transisi kebijakan pembiayaan mandiri, peserta pelatihan kini perlu memahami estimasi biaya yang mungkin mereka tanggung. Meskipun besaran biaya dapat bervariasi tergantung skema dan lokasi pelatihan, berikut adalah contoh komponen pengeluaran yang tercantum dalam rencana pelaksanaan

program Up-skilling dan Re-skilling berdasarkan laporan internal BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

Tabel 1. 3 Penjelasan Umum Kebijakan Pembiayaan Mandiri Kegiatan Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

(Sumber : BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata)

Penjelasan Umum Tahapan Pelatihan *Upskilling dan Reskilling* Guru Kejuruan
Bidang Bisnis dan Pariwisata Tahun 2025

No	Tahap Pelatihan	JP	Moda	Pendanaan
1	Pembekalan Materi	50	Daring	DIPA BBPPMPV Bispar
2	Penguatan Industri	30	Daring	DIPA BBPPMPV Bispar
3	Magang Industri	120	Luring (diakomodir Pusat Belajar)	Biaya Transportasi ke Pusat Belajar ditanggung instansi pengirim atau mandiri
4	Sertifikasi Industri	20		Biaya akomodasi dan uang harian mendapat bantuan DIPA BBPPMPV Bispar
5	Penyelarasan Industri	30	Daring	DIPA BBPPMPV Bispar
Jumlah JP		250		

Tabel 1. 4 Estimasi Biaya untuk Kegiatan Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

(Sumber : BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata)

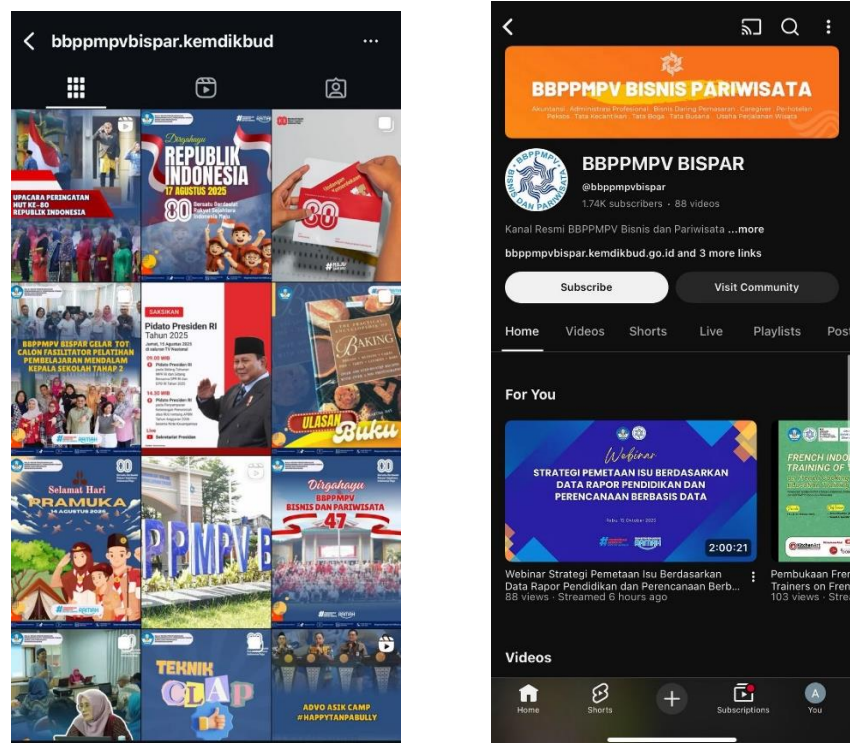
KODE	Uraian RO/ Komponen/Subkomponen/Akun/detil	Volum e Rincia n Outpu	Satuan	Jenis Kompone n utama/Pe ndukung	RINCIAN PERHITUNGAN		Harga satuan	Jumlah
					satuan	jml		
4468 SQI 002	Pendidik dan Tenaga Kependidikan Vokasi yang mengikuti Upskilling dan Reskilling Berstandar Industri	1518	Orang	Utama				20.140.000
B	Pelaksanaan Pelatihan Daring							675.000
521211	Belanja Bahan							115.000
	ATK				1 KEG x 1 org	1 KK	15.000	15.000
	Biaya Paket Data Dan Komunikasi Peserta				1 KEG x 1 ORG	1 OB	100.000	100.000
521213	Belanja Honor Output Kegiatan							50.000
	Honorarium Sekretaris Panitia Diklat 6 s.d. 30 hari				1 KEG x 1 ANK x 1 Org	1 OK	10.000	10.000
	Honor Kordinator PB				1 KEG x 1 Org x 1 PB	1 OK	20.000	20.000
	Honor Anggota				1 KEG x 1 KLS x 1 ORG	1 OK	20.000	20.000
522151	Belanja Jasa Profesi						345.000	510.000
	Honor Pengajar				1 KEG x 1 org x 1 JP	1 OJ	345.000	345.000
	Honor NS Industri				1 ANK x 1 JP x 1 JP x 1 ORG	1 OJ	150.000	150.000
	Honor LMS				1 ANK x 1 JP x 1 JUR x 1 ORG	1 OJ	15.000	15.000
C	Pelaksanaan Pelatihan Pembekalan Industri							445.000
521211	Belanja Bahan							100.000
	Biaya Paket Data Dan Komunikasi Peserta				1 KEG x 1 ORG	1 OB	100.000	100.000
	Biaya Paket Data Dan Komunikasi Narasumber				1 KEG x 1 ORG x	0 OB	5.000	-
	Biaya Paket Data Dan Komunikasi Pengajar				1 KEG x 1 ORG x	0 OB	5.000	-
	Data Dan Komunikasi Kepala sekolah dan Dinas				1 KEG x 1 Org x	0 OB	5.000	-
522151	Belanja Jasa Profesi							345.000
	Honor NS Kepala Sekolah dan Dinas Pendidikan				1 KEG x 2 JP x 1 org	2 OJ	75.000	150.000
	Honor Pengajar				1 KEG x 26 JP x 1 org	1 OJ	195.000	195.000
D	Pelaksanaan Magang Industri dan Uji Kompetensi							18.545.000
521211	Belanja Bahan							1.070.000
	ATK Sekretariat PB				1 KEG x 1 org	1 KP	20.000	20.000
	Penggandaan				1 keg x 1 org	3 Keg	250.000	750.000
	Konsumsi PB UKK				1 KEG x 1 Org x 2 Hari	2 OH	50.000	100.000
	Perlengkapan Peserta				1 KEG x 1 Org	1 OK	200.000	200.000
521219	Belanja Barang Non Operasional Lainnya							1.200.000
	Bantuan Bahan Praktik Magang Peserta				1 KEG x 1 ORG	1 OK	750.000	750.000
	Bantuan Bahan Praktik UKK Peserta				1 KEG x 1 ORG	1 OK	450.000	450.000
522151	Belanja Jasa Profesi							250.000
	Honor Uji Sertifikasi Industri dan Uji Kompetensi Keahlian				1 KEG x 1 ORG	1 OK	250.000	250.000

KODE	Uraian RO/ Komponen/Subkomponen/Akun/detil	Volum e Rincia n Outpu	Satuan	Jenis Kompone n utama/Pe ndukung	RINCIAN PERHITUNGAN		Harga satuan	Jumlah
					satuan	jml		
4468 SQI 002	Pendidik dan Tenaga Kependidikan Vokasi yang mengikuti Upskilling dan Reskilling Berstandar Industri	1518	Orang	Utama				20.140.000
522191	Belanja Jasa Lainnya							675.000
	Jasa Pendampingan Industri				1 KEG x 1 org x	1 OH	150.000	675.000
524119	Belanja Perjalanan Dinas Paket Meeting Luar Kota							15.350.000
	Transport Peserta				1 KEG x 1 Org	1 OK	5.000.000	5.000.000
	Uang Harian Peserta				1 KEG x 1 Org x 13 Hari	13 OH	150.000	1.950.000
	Penginapan Peserta				1 KEG x 1 Org x 12 Hari	12 OH	700.000	8.400.000
E	Penyelarasan Industri							495.000
521211	Belanja Bahan							150.000
	Biaya Paket Data dan Komunikasi Peserta				1 KEG x 1 ORG	1 OK	150.000	150.000
522151	Belanja Jasa Profesi							345.000
	Honor NS Kepala Sekolah				1 KEG x 1 org	2 OJ	75.000	150.000
	Honor Pengajar				1 KEG x 1 org	1 OJ	150.000	195.000

Dari permasalahan tersebut, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata tidak tinggal diam. Beberapa upaya telah dilakukan untuk memperkenalkan program diklatnya kepada para guru SMK. Upaya tersebut mencakup pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mengunggah foto serta video dokumentasi kegiatan, menjalin kemitraan dan kolaborasi dengan berbagai pihak, berpartisipasi dalam pameran dan acara pendidikan, serta melakukan publikasi. Berikut adalah beberapa upaya yang sudah pernah dilakukan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata untuk mempromosikan program diklatnya:

- **Pemanfaatan Media Sosial**

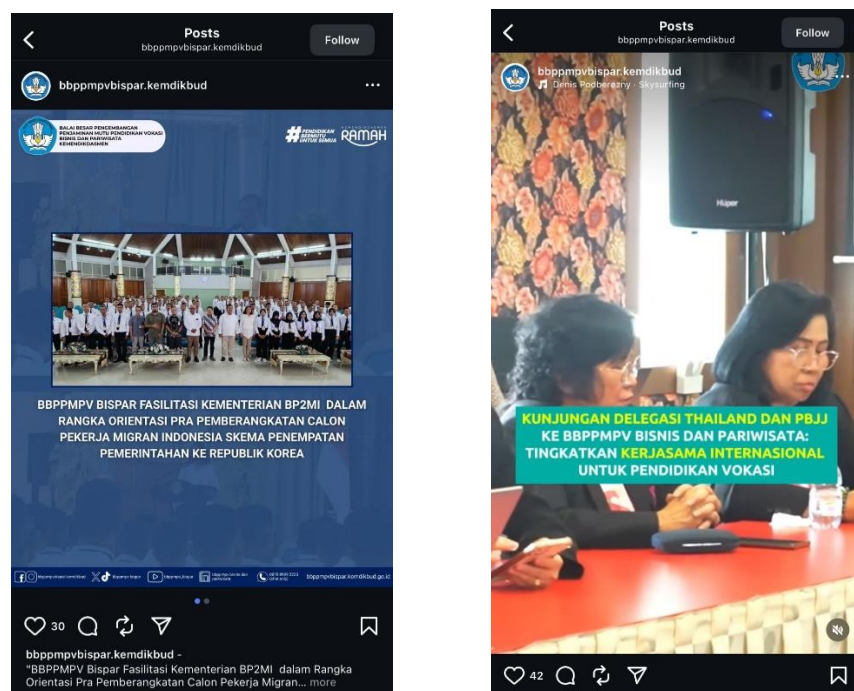
BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube sebagai media penyebaran informasi. Mereka secara rutin mengunggah dokumentasi kegiatan serta testimoni singkat dari para peserta. Konten-konten ini bertujuan untuk menunjukkan suasana belajar, fasilitas, dan keberhasilan para alumni.



Gambar 1. 2 Profil Akun YouTube BBPPMPV BISPAR dan Instagram @bbppmpvbispar.kemdikbud tanggal 17 Agustus 2025.

- **Kemitraan atau Kolaborasi**

BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata seringkali berkolaborasi dengan pihak lain, seperti sekolah, universitas, atau lembaga industri, untuk menyelenggarakan pelatihan. Upaya ini tentunya untuk mencapai kredibilitas dan memperluas jangkauan informasi. Mereka biasanya mengundang praktisi industri sebagai narasumber atau pengajar. Berikut beberapa dokumentasi yang telah diunggah pada akun Instagram @bbppmpvbispar.kemdikbud



**Gambar 1. 3 Konten Unggahan Akun Instagram
@bbppmpvbispar.kemdikbud**

Setelah meninjau upaya promosi yang telah dilakukan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata melalui media sosial, penting untuk melakukan analisis lebih mendalam terkait kinerja akun-akun tersebut. Melalui analisa SWOT, dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan.

Tabel 1. 5 Analisis SWOT Media Sosial BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

(Strengths)	○ BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata memiliki basis pengikut yang sudah terbentuk di YouTube, Facebook, dan Instagram. Ini menjadi modal awal yang kuat untuk mendistribusikan informasi. ○ Konten yang diunggah menunjukkan konsistensi karena mereka secara rutin mengunggah dokumentasi agar menjaga audiens tetap terinformasi dan mengesankan kredibilitas yang tinggi.
(Weaknesses)	○ Meskipun memiliki basis pengikut, video dan postingan mereka menunjukkan tingkat interaksi (jumlah <i>likes</i>, komentar, dan <i>share</i>) yang relatif rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang diunggah belum sepenuhnya memicu keterlibatan emosional dengan audiens. ○ Konten cenderung bersifat informatif dan dokumentatif, bukan promosi yang persuasif. Video yang ada lebih banyak menampilkan "apa yang dilakukan," tetapi kurang menyoroti "mengapa guru harus bergabung" dengan menonjolkan manfaat personal.
(Opportunities)	○ Terdapat peluang besar untuk memproduksi video promosi yang lebih ringkas, dinamis, dan berfokus pada <i>storytelling</i>. Konten seperti testimoni guru yang menceritakan pengalaman pribadinya atau video sinematik yang menunjukkan manfaat pelatihan secara visual dapat menjadi daya tarik kuat. ○ BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dapat lebih aktif

	berinteraksi dengan audiens melalui sesi tanya jawab, mengadakan kontes dengan hadiah, atau membuat jajak pendapat. Aktivitas semacam ini akan membantu membangun komunitas yang lebih kuat dan meningkatkan <i>engagement</i> .
(Threats)	○ Algoritma media sosial terus berubah dan dapat mengurangi jangkauan. Ini bisa menjadi ancaman jika BBPPMPV terlalu bergantung pada jangkauan organik dan tidak berinvestasi pada strategi promosi yang lebih beragam. ○ Tren media sosial saat ini menunjukkan audiens lebih menyukai konten yang singkat dan padat (<i>reels, shorts, TikTok</i>). Konten video yang panjang dan formal yang diunggah BBPPMPV mungkin tidak relevan dengan tren ini dan bisa kehilangan perhatian audiens.

Lebih lanjut, penting pula untuk memahami konteks pelatihan yang diselenggarakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dibandingkan dengan lembaga lainnya.

Tabel 1. 6 Brenchmarking Kegiatan Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dengan Instansi lain

Aspek	BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata	BBPPMPV Seni dan Budaya	BLK Semarang 1	P4Ekraf DKI Jakarta
Jenis Lembaga	Balai Besar Pendidikan & Pelatihan Vokasi Kemendikdasme n	Balai Besar Pendidikan & Pelatihan Vokasi Kemendikdasme n	Unit Pelaksana Teknis Daerah (Disnakertrans Jateng)	Unit Pelaksana Teknis Daerah (Dinas Parekraf DKI)

Fokus Bidang	Bisnis daring, pariwisata, tata boga, perhotelan, kecantikan, caregiver	Seni tari, kriya, teater, musik, multimedia	Hospitality, perhotelan, barista, pelatihan kerja dasar	Pramuwisata, ekraf digital, fotografi, pemasaran kreatif
Sasaran Peserta	Guru SMK bidang bisnis dan pariwisata	Guru SMK bidang seni dan budaya	Masyarakat umum (pencari kerja usia produktif)	Masyarakat umum (pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif)
Model Pembelajaran	Project-Based Learning, Teaching Factory, blended learning	Pendekatan kreatif, berbasis budaya lokal, praktik langsung	Pelatihan kompetensi	Pelatihan singkat, hands-on, studi kasus, mentoring
Biaya Pelatihan	Rp 1.000.000–3.000.000 (mandiri, sejak 2025)	Rp 1.000.000–3.000.000 (mandiri, sejak 2025)	Gratis (biaya ditanggung pemerintah)	Gratis (anggaran daerah & CSR)
Fasilitas	Modul, sertifikat asrama, laboratorium, gedung serbaguna, hotel praktik, dapur demo, ruang tata busana, salon kecantikan	Modul, sertifikat, studio seni, ruang kriya, alat musik tradisional & modern	Asrama, modul, sertifikat, pelatihan boarding	Sertifikat dan alat praktik kreatif
Durasi	5–10 hari	5–10 hari	7–20 hari	2–5 hari (kelas

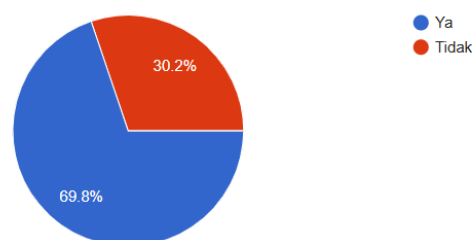
Pelatihan	(modul terstruktur)	(modul terstruktur)	tergantung program	singkat atau tematik)
Benefit Pelatihan	Sertifikat, modul ajar guru, jejaring pengembangan profesi, dokumentasi digital	Sertifikat, portofolio seni, pengakuan kompetensi seni budaya lokal	Sertifikat, peluang kerja, akses ke industri hotel lokal	Sertifikat, promosi usaha, potensi bantuan modal dan jaringan promosi dari pemerintah

Melalui perbandingan tersebut, terlihat bahwa masing-masing lembaga memiliki karakteristik dan pendekatan pelatihan yang berbeda. Namun, agar program pelatihan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata tetap kompetitif di tengah beragamnya pilihan lembaga pelatihan, perlu dilakukan strategi promosi yang lebih tepat sasaran. Untuk mendukung hal tersebut, dilakukan survei pendahulu yang disebarakan secara internal melalui grup WhatsApp kepada guru SMK yang dibantu oleh tim panitia kegiatan diklat sebelumnya guna mengetahui persepsi, minat, dan kebutuhan informasi mereka terkait program pelatihan yang ditawarkan.

Apakah Anda mengetahui adanya program pelatihan untuk guru SMK yang diselenggarakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata?

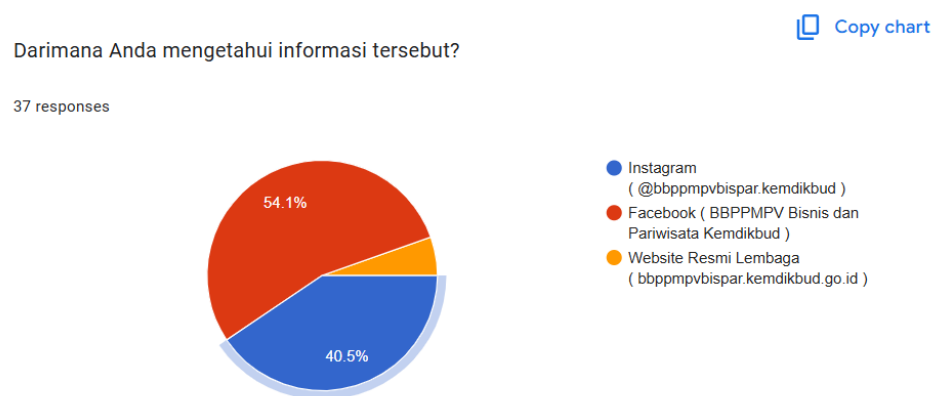
 Copy chart

53 responses



Gambar 1. 4 Hasil Survei Pra – Produksi: Pengetahuan tentang Program Diklat BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 69,8% guru SMK telah mengetahui adanya program pelatihan yang diselenggarakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, sementara 30,2% lainnya belum mengetahuinya. Persentase ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian besar responden telah terpapar informasi pelatihan tersebut, namun masih terdapat gap signifikan dalam penyebaran informasi, khususnya kepada guru-guru di wilayah atau jaringan yang belum terjangkau media promosi lembaga. Hal ini menjadi alasan penting untuk menghadirkan strategi komunikasi yang lebih luas, sistematis, dan kreatif guna menjangkau segmen guru yang belum mengetahui informasi tersebut.



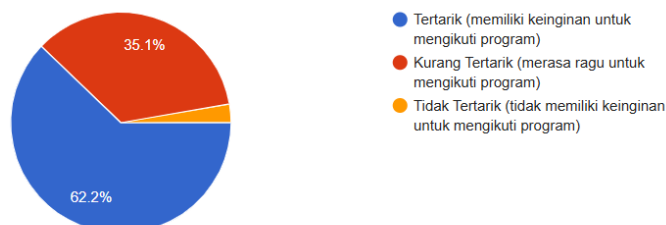
Gambar 1. 5 Hasil Survei Pra – Produksi: Platform BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

Dari responden yang telah mengetahui informasi pelatihan, diketahui bahwa Facebook menjadi sumber informasi paling dominan (54,1%), diikuti oleh Instagram (40,5%), dan hanya sebagian kecil yang mendapatkan informasi melalui website resmi lembaga (5,4%). Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Facebook dan Instagram, memiliki peran vital dalam membangun komunikasi antara lembaga pelatihan dengan para guru sasaran. Rendahnya pemanfaatan website resmi memperkuat urgensi untuk mengoptimalkan media sosial sebagai saluran utama komunikasi dan promosi lembaga.

Seberapa besar ketertarikan Anda terhadap pelatihan dan pengembangan kompetensi guru?

 Copy chart

37 responses



Gambar 1. 6 Hasil Survei Pra – Produksi: Ketertarikan terhadap Kegiatan Diklat

Sebanyak 62,2% responden menyatakan tertarik untuk mengikuti pelatihan, sedangkan 35,1% masih merasa ragu, dan 2,7% tidak tertarik sama sekali. Ini menjadi sinyal positif bahwa mayoritas guru memiliki semangat pengembangan diri dan siap mengikuti pelatihan, asalkan informasi disampaikan secara jelas dan menarik. Kelompok yang merasa ragu perlu didekati dengan pendekatan yang lebih persuasif dan menysasar kebutuhan spesifik mereka, terutama terkait manfaat dan aksesibilitas program.

Mengapa Anda Tertarik/Kurang Tertarik/Tidak Tertarik mengikuti program pelatihan tersebut?
(Berdasarkan jawaban pada pertanyaan sebelumnya)

37 responses

profesi
kebutuhan profesi
pembiayaan
sudah pernah mengikuti
untuk melengkapi syarat profesi
untuk sertifikasi profesi
Pembiayaan dari peserta sendiri
Jadwal pelatihan yang relevan
jarak tempuh dan status kepegawaian

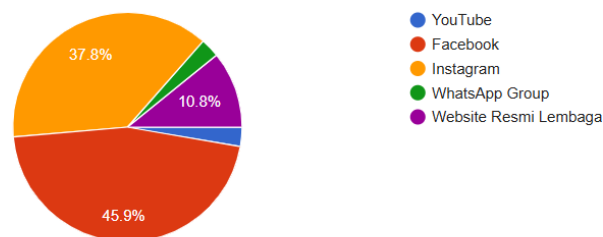
Gambar 1. 7 Hasil Survei Pra – Produksi: Tanggapan Terbuka mengenai Alasan Mengikuti Kegiatan Diklat.

Berdasarkan tanggapan terbuka, guru yang tertarik mengikuti pelatihan menyatakan bahwa hal itu didorong oleh tuntutan profesi, kebutuhan pengembangan diri, serta syarat untuk sertifikasi jabatan. Namun, responden yang kurang tertarik umumnya menyebutkan biaya, jadwal pelatihan yang tidak relevan, serta jarak atau status kepegawaian sebagai kendala utama. Hal ini menegaskan perlunya lembaga penyelenggara untuk tidak hanya menawarkan pelatihan berkualitas, tetapi juga menyesuaikannya dengan situasi riil peserta, baik dari sisi logistik, waktu, maupun akses.

Dalam mencari informasi mengenai pelatihan dan pengembangan kompetensi guru, media apa yang paling sering Anda gunakan?

 [Copy chart](#)

37 responses



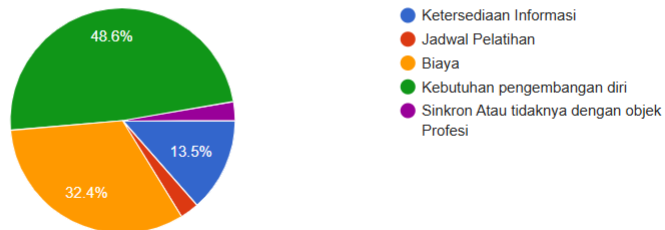
Gambar 1. 8 Hasil Survei Pra – Produksi: Platform yang Sering Digunakan Responden.

Dalam pencarian informasi pelatihan, Facebook (45,9%) dan Instagram (37,8%) kembali muncul sebagai platform dominan. Sebaliknya, YouTube dan media lain seperti WhatsApp serta website resmi hanya menyumbang angka kecil. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berbasis visual dan interaktif menjadi andalan utama para guru, sekaligus menjadi peluang strategis untuk menghadirkan video promosi yang informatif, singkat, dan mudah dibagikan agar menjangkau lebih banyak calon peserta.

Apa pertimbangan utama Anda dalam memutuskan untuk mengikuti suatu pelatihan guru?

37 responses

 Copy chart



Gambar 1. 9 Hasil Survei Pra – Produksi: Pertimbangan Responden.

Sebanyak 48,6% responden menyatakan bahwa kebutuhan pengembangan diri adalah alasan utama dalam mengikuti pelatihan, disusul oleh biaya (32,4%), dan ketersediaan informasi (13,5%). Data ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik untuk meningkatkan kompetensi sangat tinggi, tetapi harus didukung oleh aksesibilitas informasi dan biaya yang terjangkau. Oleh karena itu, strategi promosi berbasis konten video harus tidak hanya menjual program, tetapi juga mampu menjawab keraguan dan menjelaskan manfaat riil dari pelatihan tersebut.

Berdasarkan hasil survei, sebagian besar guru SMK telah mengetahui program pelatihan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, namun masih ada yang belum terjangkau informasinya. Mayoritas menunjukkan minat untuk mengikuti pelatihan, meski beberapa masih ragu akibat faktor biaya, waktu, dan akses informasi. Responden cenderung mencari informasi melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta menilai bahwa video promosi dapat membantu memahami manfaat pelatihan secara lebih jelas. Temuan ini mempertegas perlunya strategi komunikasi visual yang menarik dan mudah diakses. Oleh karena itu, video promosi menjadi salah satu media yang efektif untuk meningkatkan minat guru SMK dalam mengikuti program pelatihan yang ditawarkan.

Seperti menurut Sadiman (Nestyarum, 2021) video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan

berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, dan berita) maupun fiktif (cerita) yang bisa bersifat informatif, edukatif, maupun instruksional. Dengan kata lain, video promosi dapat dikatakan menjadi alat komunikasi yang efektif karena mampu menggugah emosi, memperjelas informasi, serta membangun konektivitas yang lebih kuat dengan pemetaan target audiens yang jelas. Pemanfaatan audiovisual juga semakin didukung oleh meningkatnya konsumsi video melalui internet.

Video promosi menjadi salah satu solusi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat guru SMK terhadap program pelatihan. Video yang dirancang dengan baik dapat menampilkan keunggulan nyata dari rangkaian kegiatan program tersebut. Hal ini sejalan dengan (Jasmine & Loen, 2020), bahwa testimoni sangat dibutuhkan dalam membangun sebuah citra, kepuasan, kepercayaan, dan nilai suatu jasa atau produk yang bertujuan untuk mengumpulkan tanggapan atau kesan yang dirasakan agar dapat menjadi bukti kepuasan terhadap suatu layanan atau juga bentuk saran kepada penyedia layanan.

Penyebaran video promosi melalui platform media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Tiktok memungkinkan informasi terbesar dengan lebih luas dan cepat. (Dwivedi, Kapoor, & Chen, 2015) mendalami peran algoritma media sosial dalam mendukung kampanye pemasaran yang dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens. Dengan demikian, baik institusi perusahaan atau organisasi disegala sektor dapat memanfaatkan video promosi untuk meningkatkan kesadaran dan minat calon audiens terhadap produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, diperlukannya strategi promosi yang dikemas secara efisien untuk menyampaikan manfaat program kegiatan. Publikasi dilakukan melalui platform YouTube sebagai kanal utama promosi video. Hal ini didasarkan bahwa YouTube merupakan media dominan yang digunakan oleh profesional dan pendidik dalam jangka durasi video tertentu. Untuk menambah jangkauan, digunakan pula Instagram Stories sebagai saluran distribusi tautan. Hal ini didukung oleh engagement yang

tinggi terhadap konten yang telah diunggah pada akun Instagram BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

1.2. Batasan Masalah

Agar proses produksi lebih terarah, efisien, serta sesuai dengan maksud yang telah ditetapkan, perlu adanya batasan masalah yang jelas untuk menghindari cakupan yang terlalu luas sampai membawa hasil akhir sesuai dengan kebutuhan target yang ditentukan. Fokus utama dari produksi ini adalah pada video promosi yang dijadikan sebagai alat komunikasi visual bersifat informatif dan persuasif. Video ini akan dikemas dengan pendekatan yang menarik agar mampu menyampaikan informasi secara lebih efektif dan mudah dipahami oleh target audiens, yaitu para guru SMK yang berpotensi untuk mengikuti program pelatihan. Selain seputar informasi mengenai program pendidikan dan pelatihan yang ditawarkan, video ini akan dilengkapi juga dengan elemen testimoni dari peserta sebelumnya, Gambaran fasilitas yang tersedia, serta cuplikan suasana pembelajaran yang terjadi dalam program pelatihan. Dalam hal distribusi, produksi ini membatasi penyebaran video hanya melalui platform digital, tanpa mencakup media cetak ataupun kampanye offline. Pemilihan platform digital akan difokuskan pada kanal digital yang memiliki intensitas dan interaksi tinggi di kalangan guru SMK. Fokus pada konten yang menarik, teknik produksi yang profesional, serta strategi distribusi digital yang tepat akan menjadi faktor utama keberhasilan produksi ini.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah yang akan ditulis oleh penulis dalam proyek tugas akhir ini berkaitan dengan bagaimana konsep kreatif dalam produksi video promosi dapat disusun untuk menarik minat para guru SMK agar mengikuti program pendidikan dan pelatihan di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

1.4. Tujuan

Adapun tujuan dari produksi proyek tugas akhir ini yaitu sebagai berikut :

- Meningkatkan minat guru SMK untuk mengikuti program pendidikan dan pelatihan di BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata melalui media promosi digital yang efektif.
- Meningkatkan efektivitas promosi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata melalui materi promosi yang dapat digunakan dalam jangka panjang.
- Membantu untuk mengetahui lebih lanjut manfaat program pelatihan secara mendalam.

1.5. Manfaat

- **Manfaat Teoritis**

Proyek tugas akhir ini akan memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai keefektifan video promosi dalam meningkatkan keterlibatan audiens dalam rumpun pendidikan vokasi. Dengan mempelajari bagaimana produksi video promosi dapat dioptimalkan untuk sektor pendidikan, proyek ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan model komunikasi yang lebih efektif dan efisien, baik dalam pemasaran pendidikan, pengajaran berbasis multimedia, maupun pengembangan media edukasi interaktif.

- **Manfaat Praktis**

Proyek tugas akhir ini juga memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak terkait, baik bagi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata, guru SMK sebagai target audiens, dunia pendidikan vokasi secara lebih luas, maupun dalam pengembangan strategi pemasaran digital.

A. Bagi BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

Produksi video promosi ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi mengenai program pendidikan dan pelatihan kepada audiens. Dengan pemanfaatan ini, BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata dapat menjangkau lebih banyak

guru SMK secara lebih luas dan efisien dibandingkan dengan metode konvensional. Video promosi ini juga dapat digunakan dalam rentang waktu jangka panjang, sehingga dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi digital dalam memperkuat branding dan visibilitas instansi.

B. Bagi Mahasiswa

Melalui proyek ini, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung dalam produksi video promosi profesional. Mahasiswa akan belajar bagaimana merancang konsep kreatif melalui teknis yang sesuai. Proyek ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berkontribusi dalam pengembangan pendidikan vokasi di Indonesia. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman akademik, tetapi juga pengalaman sosial yang berdampak positif bagi pendidikan di Indonesia.

C. Bagi Guru SMK

Video promosi ini memberikan akses informasi yang lebih mudah mengenai program pendidikan dan pelatihan yang ditawarkan BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata. Melalui tampilan visual yang efektif, diharapkan guru SMK memperoleh gambaran nyata mengenai pengalaman dalam program pelatihan dan dampak positif yang dapat mereka rasakan setelah mengikutinya. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan motivasi guru SMK untuk mendaftar dan mengembangkan kompetensi mereka melalui pelatihan yang diselenggarakan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata.

1.6. Luaran Output Project

Luaran (output) dari proyek tugas akhir ini akan menghasilkan 7 (tujuh) video promosi yang didasarkan pada strategi komunikasi yang menggabungkan karakteristik formal instansi dengan daya tarik konten digital yang digemari oleh target audiens. Tujuannya adalah untuk

menghadirkan video yang kredibel dan formal, tetapi dikemas secara modern, inspiratif, dan otentik agar dapat membangun hubungan yang kuat dengan audiens yang ditargetkan.