

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK) sederajat, di Indonesia sering kali menghadapi tantangan besar dalam transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja. Perancangan ini menjadi sangat relevan untuk mengingat pentingnya peran tenaga kerja muda dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan perkembangan sosial suatu negara. Meski berbagai program pendidikan telah dirancang untuk mempersiapkan siswa SMK menghadapi dunia kerja, motivasi bekerja setelah lulus masih menjadi permasalahan di kalangan lulusan SMK. Menurut Saleh (2018), motivasi berarti "mendorong" atau "menggerakkan", dan merupakan proses psikologis. Motivasi sering kali disamakan dengan semangat atau gairah yang menuntun perilaku seseorang. Fungsionalnya, motivasi mendorong individu untuk berusaha lebih keras, mengatasi rintangan, dan mencapai hasil yang lebih baik. Isu ini relevan karena terkait erat dengan pengangguran di usia produktif yang berdampak pada aspek sosial dan ekonomi.

Di Kota Bandung, menurut Kepala Disnaker Andri (2024), angka pengangguran pada akhir 2023 mencapai sekitar 116.430 orang, dengan 40% diantaranya berasal dari lulusan SMA dan SMK. Hal ini menunjukkan bahwa lulusan dari jenjang tersebut menjadi kelompok yang cukup rentan terhadap pengangguran. Tingkat pengangguran terbuka untuk lulusan SMK secara nasional pada 2023 menurut BPS sekitar 9,31%, sedangkan lulusan SMA sederajat sekitar 8,15%. Sebagai acuan pada tahun sama 2023, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di kota Bandung mencapai 8,83%. Dan didukung dalam penelitian yang dilakukan perancang sebelumnya menyebutkan bahwa 63,6% pendidikan pengangguran remaja adalah golongan SMA/SMK. Data ini menunjukkan ironi yang terjadi, bahwa lulusan SMK lebih banyak presentase menjadi pengangguran dibandingkan lulusan SMA. Tingginya angka ini menunjukkan adanya permasalahan mendasar, meskipun mereka telah mendapatkan pelatihan kompetensi di bidang tertentu selama pendidikan, tidak menjadi jaminan lulusan SMK akan terserap oleh pasar kerja secara optimal.

Lulusan SMK sering kali menghadapi berbagai hambatan dalam memasuki dunia kerja. Seperti *skill* isu dan *softskill* yang kurang memadai, menurut Silfia (2018) *softskill* adalah suatu keterampilan yang dimiliki seseorang dalam melakukan hubungan interaksi dengan orang lain (*interpersonal skills*) serta keterampilan mengatur diri sendiri (*intrapersonal skills*) agar mampu mengembangkan kinerja secara maksimal. Selain itu, rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia ini tentunya berdampak buruk bagi generasi muda dalam menghadapi dunia kerja. Tidak sedikit lulusan SMK yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan karena rendahnya kualitas dan relevansi lulusannya. terutama ketika budaya masyarakat memandang rendah pekerjaan dengan status sosial tertentu serta menetapkan standar sosial media untuk suatu pekerjaan. Media sosial memiliki peran sentral dalam membentuk ekspektasi kerja anak muda, baik sebagai sumber inspirasi maupun tekanan. Meski memberikan akses informasi yang luas, dominasi narasi idealis di platform seperti TikTok, Instagram dan sebagainya berpotensi menciptakan ekspektasi yang tidak sejalan dengan realitas pasar kerja, ini menyebabkan pengaruh psikologis pada lulusan SMK terhadap ekspektasi tinggi mengenai jenis pekerjaan dan gaji yang akan mereka peroleh, sehingga enggan menerima posisi *entry-level* dengan gaji yang lebih rendah atau pilih-pilih pekerjaan.

Untuk memahami akar persoalan motivasi kerja di kalangan lulusan SMK, penting untuk melihat faktor psikologis dan sosiologis yang turut memengaruhi pandangan remaja terhadap dunia kerja. Menurut penelitian Arif et al (2023), bimbingan dan konseling karir pasca lulusan dari pendidikan memberikan pengaruh sebesar 32,26% terhadap kesiapan kerja siswa di SMKN 1 Batipuh Kabupaten Tanah Datar, tidak cukup untuk mengubah sikap mereka dalam kesiapan kerja selain itu, faktor lain, seperti motivasi siswa kepercayaan diri, *skill* dan *softskill*, serta aspek kehidupan sosial siswa lainnya, justru memberikan pengaruh sebesar 67,74% terhadap kesiapan kerja siswa. Faktor sosial dan psikologi seperti motivasi, percaya diri, keterampilan dan dukungan keluarga inilah yang sangat berpengaruh terhadap cara mereka memandang pekerjaan itu sendiri. Keseluruhan faktor ini menciptakan hambatan yang kompleks bagi lulusan SMK untuk masuk ke dunia kerja, sehingga

menurunkan motivasi serta kepercayaan diri mereka sehingga berkontribusi pada tingginya angka pengangguran remaja. Faktor-faktor tersebut memperlihatkan bahwa tantangan yang dihadapi lulusan SMK cukup kompleks, mencakup aspek kompetensi, psikologis, serta sosial.

Urgensi pada perancangan ini adalah, dikhawatirkan wilayah Bandung berpotensi menghadapi peningkatan angka pengangguran, terutama di kalangan usia produktif, khususnya lulusan SMK yang pada akhirnya akan memperlambat laju pertumbuhan ekonomi. Populasi lulusan SMK yang tinggi di Kota Bandung menurut data Disdik Jawa Barat (2024) angka lulusan SMK di Kota Bandung pertahun 2024 adalah sebanyak 17.316 peserta didik dengan sekolah SMK sebanyak 109 sekolah. Maka dari itu perancangan ini dibuat untuk melakukan kampanye sosial menurunkan angka pengangguran usia produktif dengan meningkatkan motivasi serta kepercayaan diri untuk memulai langkah awal bekerja. Menurut Rogers & Storey (1987) kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Pada konteks ini lulusan SMK yang tidak segera bekerja atau menganggur dapat menjadi beban bagi keluarga dan lingkungan masyarakat. Serta ketidak sesuaian kenyataan bahwa angka pengangguran lulusan kejuruan (SMK) ternyata lebih banyak dibandingkan lulusan umum (SMA) sehingga menimbulkan rasa ironi terhadap pandangan masyarakat kepada lulusan SMK.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang ditemukan dalam perancangan kampanye sosial ini yaitu sebagai berikut:

- Ketidaksesuaian *skill* dan *softskill* lulusan SMK yang peroleh di sekolah dengan kebutuhan pasar kerja.
- Pandangan yang rendah mengenai jenis pekerjaan dengan status sosial tertentu mengakibatkan motivasi kerja lulusan SMK menurun.

- Pengaruh sosial dan psikologis serta lingkungan dapat merubah paradigma, sikap, dan perilaku lulusan SMK tentang kepercayaan diri yang rendah terhadap dunia kerja.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam perancangan ini adalah, bagaimana upaya kampanye yang tepat dapat meningkatkan motivasi serta kepercayaan diri untuk bekerja bagi lulusan SMK di Bandung, guna menurunkan tingkat pengangguran di kalangan remaja.

I.4 Batasan Masalah

Penetapan batasan masalah berfungsi untuk mendefinisikan ruang lingkup perancangan agar lebih berfokus dan tujuan yang ingin dicapai menjadi lebih jelas. Batasan masalah dalam perancangan ini sebagai berikut:

- Objek perancangan ini berfokus pada media kampanye sebagai strategi komunikasi, media yang akan digunakan mencakup aplikasi digital, *website* dan akan mengadakan seminar untuk meningkatkan motivasi kerja di kalangan lulusan SMK, tanpa memperluas pada aspek pelatihan keterampilan teknis atau penciptaan lapangan kerja.
- Subjek perancangan ini adalah lulusan SMK yang baru menyelesaikan pendidikan dan yang sedang mencari pekerjaan atau menganggur, dengan fokus pada aspek motivasi kerja. Penelitian ini tidak mencakup lulusan dari pendidikan tinggi, dan tidak akan meneliti siswa yang masih berada dalam masa pendidikan. Subjek yang dipilih adalah mereka yang berada pada rentang usia 17-20 tahun.
- Batasan tempat perancangan ini dibatasi pada Kota Bandung dan sekitarnya, dengan fokus khusus pada daerah-daerah yang memiliki tingkat pengangguran remaja tinggi. Fokus geografis ini dipilih untuk mewakili daerah urban yang menghadapi tantangan pengangguran lebih besar di kalangan lulusan SMK, dibandingkan dengan daerah pedesaan.

- Batasan waktu perancangan ini dilakukan selama kurun waktu setengah tahun, dimulai dari tahap perancangan hingga penyebaran media kampanye. Periode perancangan difokuskan pada tahun akademik 2024-2025.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Adapun maksud dan tujuan dari perancangan ini yakni sebagai berikut :

I.5.1 Tujuan Perancangan

- Meningkatkan motivasi kerja lulusan SMK dalam upaya mengurangi terjadinya pengangguran yang dihadapi setelah menyelesaikan pendidikan menengah kejuruan, sehingga lulusan SMK lebih siap untuk memasuki dunia kerja.
- Mendorong lulusan SMK untuk memanfaatkan keterampilan yang telah dimiliki sesuai dengan jurusan di SMK, baik melalui peningkatan kepercayaan diri, keterampilan, melanjutkan pendidikan, atau mencari peluang wirausaha.
- Memberikan informasi yang lebih mendalam tentang dunia kerja sehingga menciptakan tenaga kerja lulusan SMK yang berkualitas.

I.5.2 Manfaat Perancangan

- Adanya rasa motivasi yang kuat untuk bekerja dikalangan lulusan SMK, sehingga motivasi bekerja lulusan SMK menjadi jauh lebih tinggi
- Menurunkan tingkat pengangguran lulusan SMK, sekaligus meningkatkan kemampuan lulusan SMK dalam membuat keputusan karier yang lebih baik.