



Pelatihan Komunikasi Berbasis Digital Guna Peningkatan Keterampilan Pencari Kerja di Kecamatan Kartasura

Digital-Based Communication Training to Improve Practical Skills of Job Seekers in Kartasura Sub-district

Muhammad Luthfi Hamdani

Politeknik Akbara, Indonesia

Jl. Sumbing Raya, Mojosongo, Jebres, Surakarta

Email : luthfihamd21@gmail.com

Article History:

Received: May 30, 2025;

Revised: June 30, 2025;

Accepted: July 29, 2025;

Published : July 31, 2025

Keywords: Communication Training, Digital Communication, Job Seeker Training, Job Skills, Kartasura District

Abstract The rapid development of digital technology has brought about significant changes in various aspects of life, including the world of work. One skill that is now highly sought after by job seekers is digital platform-based communication skills. This skill is crucial for building a professional image, expanding networks, and increasing employment opportunities. In response to this need, a digital communication training program was held in Kartasura District with the aim of improving the practical skills of job seekers, particularly high school/vocational school graduates and final-year college students. The training was conducted face-to-face using a participatory approach, combining conceptual material delivery with hands-on practice sessions. The training focused on utilizing professional platforms such as LinkedIn and social media platforms like Instagram, which have become essential tools in the job search and personal branding process. A total of 42 participants attended the training, with diverse educational backgrounds and interests but a common desire to be more competitive in the digital job market. The training results showed a significant increase in participants' understanding of professional communication in the digital realm. Participants also gained practical skills in creating attractive LinkedIn profiles, creating content relevant to industry needs, and managing their online self-image. Furthermore, this training created a collaborative space between participants and presenters through a WhatsApp group, which later developed into a platform for sharing information about job openings, career tips, and ongoing discussions. The findings from this training underscore the importance of integrating digital communication training into workforce development programs, particularly in buffer urban areas like Kartasura. This effort serves as an adaptive strategy to address the challenges of digital transformation while empowering the younger generation to be better prepared for job competition in the digital era.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kerja. Salah satu kemampuan yang kini sangat dibutuhkan oleh para pencari kerja adalah keterampilan komunikasi berbasis platform digital. Keterampilan ini menjadi penting untuk membangun citra profesional, memperluas jejaring, serta meningkatkan peluang dalam mendapatkan pekerjaan. Menanggapi kebutuhan tersebut, sebuah program pelatihan komunikasi digital diselenggarakan di Kecamatan Kartasura dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan praktis para pencari kerja, terutama lulusan SMA/SMK dan mahasiswa tingkat akhir. Pelatihan ini dilaksanakan secara tatap muka dengan pendekatan partisipatif, yang menggabungkan penyampaian materi konseptual dan sesi praktik langsung. Materi pelatihan berfokus pada pemanfaatan platform profesional seperti LinkedIn dan media sosial seperti Instagram, yang kini menjadi alat penting dalam proses pencarian kerja dan personal branding. Sebanyak 42 peserta mengikuti pelatihan ini, dengan latar belakang pendidikan dan minat yang beragam namun memiliki kesamaan dalam keinginan untuk lebih kompetitif di pasar kerja digital. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai komunikasi profesional di ranah digital. Peserta juga memperoleh kemampuan praktis dalam menyusun profil LinkedIn yang menarik, membuat konten yang relevan dengan kebutuhan industri, serta mengelola citra diri secara daring. Selain itu, pelatihan ini membuka ruang kolaborasi antara peserta dan pemateri

melalui grup WhatsApp, yang kemudian berkembang menjadi wadah berbagi informasi seputar lowongan kerja, tips karier, dan diskusi berkelanjutan. Temuan dari pelatihan ini menegaskan pentingnya integrasi pelatihan komunikasi digital dalam program pengembangan tenaga kerja, khususnya di wilayah urban penyangga seperti Kartasura. Upaya ini menjadi strategi adaptif dalam menghadapi tantangan transformasi digital, sekaligus memberdayakan generasi muda agar lebih siap menghadapi persaingan kerja di era digital.

Kata Kunci: Kecamatan Kartasura, Keterampilan Kerja, Komunikasi Digital, Pelatihan Komunikasi, Pelatihan Pencari Kerja,

1. PENDAHULUAN

Dalam waktu beberapa tahun terakhir, kemajuan dalam ekonomi digital telah berkembang dengan sangat cepat. Hampir semua sektor bisnis harus beradaptasi dengan tren digital yang saat ini muncul (Suryani & Nugroho, 2021). Tidak ada pengecualian juga bagi tenaga kerja yang dihadapkan pada perubahan kondisi di pasar kerja. Dalam konteks ini, inovasi teknologi digital telah menyebabkan pergeseran dari cara kerja yang manual menuju yang otomatis, serta memungkinkan pelaksanaan secara digital dan terintegrasi (Rahmawati & Yuliana, 2020). Berdasarkan penelitian Setyaningrum (2023), menunjukkan bahwa ada pengaruh menguntungkan antara digitalisasi dan penyerapan tenaga kerja yang mencapai 1,24% dan signifikan secara statistik. Secara keseluruhan, pengetahuan tentang teknologi digital perlu terus ditingkatkan, karena hal ini merupakan salah satu keterampilan yang wajib dikuasai dalam era kemajuan teknologi dan informasi digital (Hamdani et al., 2023b; Pratama & Widodo, 2022).

Komunikasi menjadi salah satu elemen keterampilan yang harus dikuasai oleh pencari kerja. Di tengah persaingan ketat pencari kerja, komunikasi yang baik menggunakan platform digital bisa menjadi nilai tambah pencari kerja (Utami & Siregar, 2021). Keterampilan ini akan sejalan dengan kebutuhan perusahaan melakukan transformasi digital dalam operasional bisnisnya. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Hamdani dan Amalia (2022) bahwa digitalisasi bisnis akan menunjang upaya perusahaan untuk tumbuh berkelanjutan. Peranan teknologi sangat penting untuk meningkatkan suksesnya UMKM dalam memperluas jangkauan ke pasar atau pelanggan potensial melalui penggunaan teknologi informasi yang berbasis web, yang bisa dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi untuk pemasaran masa kini (Hamdani et al., 2023a; Nugroho & Lestari, 2021).

Pada bulan Februari tahun 2025, informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa total pengangguran di Indonesia mencapai 7,28 juta individu. Angka ini setara dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang berada pada 4,76%. Dari hasil Sakernas Februari 2025 yang tertuang dalam Berita Resmi Statistik Nomor 44/05/Th. XXVIII, TPT dari lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK) mencapai angka tertinggi, yaitu 8 persen.

TPT untuk lulusan Diploma empat atau sarjana terapan (D4), sarjana (S1), magister (S2), dan doktor (S3) adalah 6,23 persen. Sementara itu, TPT terendah ditunjukkan oleh mereka yang bersekolah sampai tingkat dasar (SD) atau lebih rendah, yakni 2,32 persen.

Komunikasi melalui platform digital menjadi elemen krusial dalam mendukung aktivitas pekerjaan di dunia maya. Menurut pandangan Warschauer (2001) dalam (Chandra & Santoso, 2025) adalah interaksi yang terjadi secara online tidak hanya terbatas pada hubungan lewat sistem komputer, tetapi juga berfungsi sebagai sarana yang membentuk metode kerja baru di zaman digital ini. Sementara (Gustiani et al., 2017) menuliskan bahwa keterampilan komunikasi di dunia digital secara menyeluruh adalah kemampuan untuk menyampaikan ide dan pemikiran dengan baik, mendengarkan dengan baik, memanfaatkan keterampilan komunikasi pada beragam tujuan, menggunakan beragam bentuk media dan teknologi digital, serta berinteraksi dengan efektif.

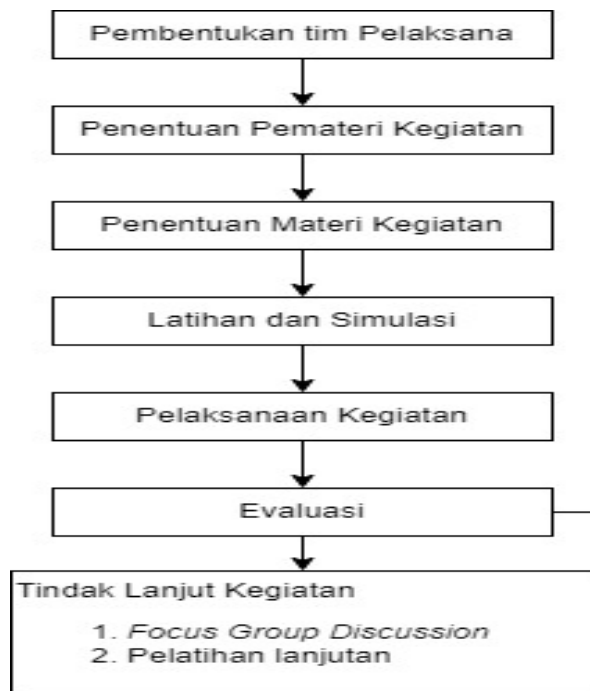
Penguasaan komunikasi berbasis digital menjadi penting sebab pencari kerja bisa bersaing di dunia kerja. Sehingga pelatihan ini memadukan dasar-dasar konseptual serta sesi praktik akan meningkatkan kemampuan peserta pelatihan dalam menyusun desain komunikasi digital, memanfaatkan platform digital untuk komunikasi profesional, serta lebih siap menghadapi peluang dan tantangan dalam adaptasi komunikasi digital di perusahaan.

2. METODE

Metode untuk melaksanakan aktivitas ini dilakukan dengan pelatihan tatap muka atau offline. Peserta yang ambil bagian terdiri dari mahasiswa dan pemuda-pemudi lulusan SMA/SMK yang notabene tengah mencari kerja. Total peserta sebanyak 42 orang. Adapun narasumber dalam pelatihan ini merupakan dosen dari program studi D-IV Bisnis Digital Politeknik Akbara, yaitu Muhammad Luthfi Hamdani, S. M., M.M. Di samping narasumber, terdapat juga panitia yang berfungsi sebagai moderator, pendamping praktik peserta dan mengatur aspek multimedia dalam acara tersebut.

Topik pelatihan yang dipaparkan pada kegiatan tersebut mencakup konsep dasar komunikasi, pengenalan komunikasi berbasis digital, peluang dan tantangan komunikasi digital, menyusun konsep dan materi konten komunikasi digital, hingga penentuan dan optimasi platform komunikasi digital. Keberadaan partisipasi aktif dari peserta, dimana mereka dengan semangat bertanya tentang cara penggunaan beragam platform komunikasi digital, juga berbagi pengalaman melaksanakan kegiatan komunikasi secara tradisional menunjukkan tingginya ketertarikan untuk memahami topik dan bahan pelatihan secara lebih mendalam. Rangkaian aktivitas pengabdian ini disusun sebagaimana ditunjukkan dalam

gambar 1 berikut:



Gambar 1. Rangkaian proses kegiatan pengabdian

3. HASIL

Kegiatan pelatihan pemasaran digital yang sederhana bagi pencari kerja lulusan SMA/SMK dan mahasiswa yang dilaksanakan pada hari Rabu, 23 April 2025 di aula gedung SBSN Kampus UIN Raden Mas Said, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Sebagai bagian dari inisiatif pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan para peserta terkait komunikasi berbasis digital dalam persaingan dunia kerja. Kegiatan tersebut dipimpin oleh Muhammad Luthfi Hamdani, S. M., M. M. Pelaksana pengabdian juga melakukan koordinasi dengan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Dalam menyiapkan acara, alat bantu presentasi seperti PowerPoint, komputer jinjing, dan televisi menjadi komponen krusial untuk mengkomunikasikan konten dengan cara yang menarik serta informatif. Ini mencerminkan adanya perencanaan yang matang demi mencapai sasaran dari sesi pelatihan. Acara dimulai pada jam 09.30 WIB dan berlangsung dengan lancar, didorong oleh antusiasme peserta yang aktif berinteraksi dengan bertanya dan berbagi informasi. Hubungan antara pemateri dan peserta menciptakan atmosfer yang positif dan interaktif, sehingga memperkuat efektivitas dalam menyampaikan informasi.

4. DISKUSI

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini sudah dilaksanakan sesuai tahapan yang direncanakan dari awal mulai dari pemaparan materi, hingga praktik komunikasi digital dan rencana tindak lanjut bagi peserta pelatihan. Pada Gambar 2 dan Gambar 3 adalah dokumentasi jalannya kegiatan yang dilakukan pada saat pengabdian.



Gambar 2. Sesi pemaparan materi dalam pelatihan



Gambar 3. Foto peserta pelatihan menyimak pemaparan dari pemateri

Profil Lokasi dan Demografi Penduduk

Kartasura adalah sebuah wilayah yang berada dalam Kabupaten Sukoharjo, pusat Jawa Tengah. Terkenal sebagai kota pendukung dari Surakarta atau Solo, Kartasura juga berperan sebagai tempat berkembangnya pemerintahan urban bagi Kabupaten Sukoharjo, mirip dengan Solobaru yang merupakan area modern yang dibangun di dalam kabupaten itu. Di wilayah ini terdapat persimpangan jalan nasional yang menghubungkan Surabaya, Solo, Yogyakarta, dan Solo menuju Semarang. (ppid.kartasura.sukoharjokab.go.id)

Profil tenaga kerja di Kartasura, Sukoharjo, sangat bervariasi, meliputi berbagai industri dan keterampilan. Ada beberapa peluang pekerjaan di sektor pemasaran, layanan

pelanggan, otomotif, kecantikan, keuangan, dan lainnya. Di samping itu, Kartasura juga menawarkan potensi tenaga kerja dari bidang pertanian serta usaha kecil dan menengah.

Komunikasi Berbasis Digital dalam Persaingan Dunia Kerja

Komunikasi di dalam organisasi adalah aspek krusial untuk menjaga keunggulan dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan penuh tantangan (Laužikas & Miliūtė, 2020). Proses komunikasi mencakup pengiriman informasi dari pihak yang mengirim kepada pihak yang menerima menggunakan satu atau lebih alat komunikasi. Selanjutnya, penerima akan memberikan umpan balik kepada pengirim pesan yang awal. Proses komunikasi yang berlangsung sering kali mengalami gangguan yang menghalangi aliran informasi, yang dikenal dengan istilah *noise* (Mucharam, 2022). Komunikasi digital merupakan jenis teknologi yang berlandaskan pada sinyal elektrik komputer, di mana sinyal tersebut memiliki karakter diskrit dan memanfaatkan sistem angka biner yang mampu merepresentasikan suatu informasi tertentu. (Priyono, 2022).

Profesi dan Bidang Industri yang Membutuhkan Komunikasi Digital

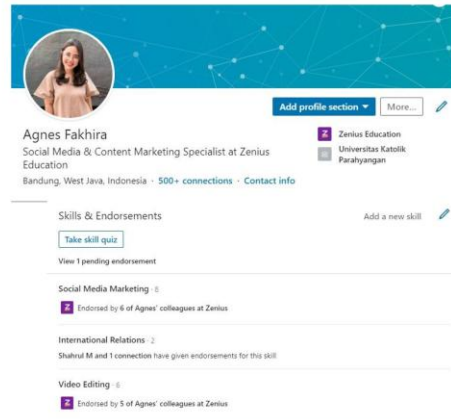
Banyak pekerjaan dan sektor industri yang saat ini sangat bergantung pada komunikasi berbasis digital. Beberapa contohnya termasuk pemasaran online, media sosial, hubungan masyarakat dalam format digital, penulisan konten, desain visual, pengembangan situs web, dan perlindungan siber. Di luar profesi tersebut, masih banyak bidang industri lain yang juga membutuhkan keterampilan komunikasi digital dari pekerjanya. Misalnya pada industri manufaktur dan jasa lain yang ingin meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Perusahaan maupun produk mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Setiawan & Kurniawan (2022) bahwa pengiriman materi untuk promosi bisa berfungsi sebagai alat untuk mengedukasi serta membangun keterikatan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Interaksi secara digital juga sangat vital dilakukan ketika Perusahaan menghadapi situasi krisis atau keluhan dari konsumen. (Putri & Andhita, 2021)

Praktik Komunikasi Digital Melalui Platform LinkedIn dan Instagram

Komunikasi yang berhasil bisa tercapai apabila prinsip-prinsip komunikasi dipatuhi, yakni Rasa Hormat, Empati, Dapat Didengar, Kejelasan, dan Kerendahan Hati (Ham and Kim, 2019) dalam (Rohmah, 2020). Di mana pada sesi ini peserta akan didampingi mengembangkan media sosial LinkedIn dan Instagram mereka guna melatih keterampilan komunikasi digital.

LinkedIn

- Jangkauan Organik Tertinggi Saat Ini
- Konten terkait pekerjaan profesional
- Sharing your work, how you do it
- Add skills like Adobe photoshop, etc
- Bagikan tim Anda, dengan siapa Anda berkolaborasi



Gambar 4. Materi sesi praktik LinkedIn

Dimulai dari perbaikan isian profil, hingga strategi menulis konten edukatif di platform tersebut untuk menampilkan kompetensi yang dikuasai oleh peserta pelatihan. Setelah masing-masing peserta menulis, kemudian dilakukan pengecekan oleh panitia dan pematery. Pembuatan konten di platform LinkedIn ini juga bertujuan membantu peserta menjangkau Perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja sesuai dengan keterampilan peserta. Dalam hal ini, peserta dipandu membuat konten komunikasi digital dengan prinsip berikut: *Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble* (Ham and Kim, 2019). Sehingga konten edukasi tersebut juga harus mengandung unsur kepedulian, mudah dipahami dan tidak berlebihan.

Kolaborasi dan Tindak Lanjut Peserta

Setelah menyelesaikan program pelatihan ini, peserta akan memperoleh bimbingan serta informasi tambahan melalui grup Whatsapp yang digunakan dalam pendaftaran awal. Grup ini juga diharapkan mempermudah berbagi informasi lowongan kerja sesuai dengan profil anggota grup yang notabene adalah panitia dan peserta pelatihan komunikasi digital. Dalam praktiknya dibagikan juga artikel maupun konten terbaru tentang *update* keterampilan komunikasi digital dari berbagai sumber di website dan media sosial. Sejalan dengan (Pustikayasa, 2019) Grup WhatsApp menawarkan sebuah fungsi yang spesial dan intuitif sebagai sarana untuk berinteraksi serta berbagi berbagai jenis berkas di antara anggota atau komunitas.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan berkaitan dengan komunikasi digital ini telah menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis para pencari kerja, khususnya bagi lulusan SMA/SMK dan mahasiswa di Kecamatan Kartasura. Melalui presentasi materi dan sesi praktik dengan menggunakan platform seperti LinkedIn dan Instagram, para peserta dapat mengerti signifikansi komunikasi digital dalam lingkungan kerja masa kini, serta dilatih untuk menyusun konten profesional yang mencerminkan kemampuan mereka. Program ini tidak hanya memperkuat kesiapan peserta dalam menghadapi tantangan di pasar kerja, tetapi juga menciptakan jaringan informasi melalui grup WhatsApp untuk tindak lanjut dan pengembangan diri yang berkelanjutan. Melalui kerjasama antara berbagai pihak, kegiatan ini berhasil menciptakan suasana yang interaktif dan membangun dasar keterampilan komunikasi digital yang sesuai dengan kebutuhan industri saat ini.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ingin mengungkapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang seikhlas-ikhlasnya kepada semua pihak yang berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak, dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat ini. Keterlibatan aktif peserta dalam sesi pelatihan menjadikan serangkaian kegiatan berjalan lebih baik dan memberikan banyak masukan untuk tim pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Chandra, C. L. S., & Santoso, H. (2025). Strategi komunikasi digital Virtual Assistant Course dalam meningkatkan kesiapan kerja di era digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 415-425. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4536>
- Gustiani, T., Ratna, W. A., & Solihat, R. (2017). Profile of students communication skills on global warming and pollution subject using conference assessment. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series*, 2(1), 396-402. <https://doi.org/10.20961/ijsascs.v2i1.16754>
- Hamdani, D., Setiawan, M. R., & Amalia, F. (2023b). Kesiapan tenaga kerja menghadapi era digital: Kajian literatur dan data statistik. *Jurnal Transformasi Digital*, 2(1), 22-34.
- Hamdani, M. L., & Amalia, N. (2022). The effect of business digitalization, technology utilization, and financial literacy on the sustainability of MSMEs in Surakarta. *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 3(2), 160-167. <https://doi.org/10.38043/revenue.v3i2.4841>
- Hamdani, M. L., Partini, S., Utomo, A. S., Wuryanto, T., Khasanah, C. U., & Mursidi, M. A. (2023a). Pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM Kelurahan Banjarsari Kota Surakarta. *NGABDI: Scientific Journal of Community Services*, 1(3), 148-155. <https://journal.csspublishing.com/index.php/ngabdi/article/view/637>

- Hamdani, M. L., Partini, S., Utomo, A. S., Wuryanto, T., Khasanah, C. U., & Mursidi, M. A. (2023b). Pelatihan literasi digital untuk guru sekolah dasar di Kota Surakarta. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 1(3), 118-126. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i3.415>
- Laužikas, M., & Miliūtė, A. (2020). Human resource management effects on sustainability of high-tech companies: What Lithuania and South Korea can learn from each other. *Insights into Regional Development*, 2(2), 562-579. [https://doi.org/10.9770/IRD.2020.2.2\(5\)](https://doi.org/10.9770/IRD.2020.2.2(5))
- Mucharam, A. (2022). Membangun komunikasi publik yang efektif. *Ikon: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71-82.
- Nugroho, R. Y., & Lestari, M. D. (2021). Penggunaan teknologi komunikasi dalam pemberdayaan UMKM berbasis digital. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 4(3), 65-72.
- Pratama, H., & Widodo, A. (2022). Kompetensi digital sebagai kunci daya saing tenaga kerja. *Jurnal Vokasi dan Ketenagakerjaan*, 3(1), 15-23.
- Priyono, P. E. (2022). Komunikasi dan komunikasi digital. Guepedia.
- Pustikayasa, I. M. (2019). Grup WhatsApp sebagai media pembelajaran. *Widya Genitri: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama dan Kebudayaan Hindu*, 10(2), 53-62. <https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v10i2.281>
- Putri, R. N. A., & Andhita, P. R. (2021). Strategi komunikasi krisis pengelola Desa Wisata Dam Jati dalam menghadapi pandemi Covid-19. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 237-248. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i2.2607>
- Rahmawati, N., & Yuliana, D. (2020). Revolusi digital dan tantangan tenaga kerja masa depan. *Jurnal Ekonomi dan Sosial*, 6(2), 89-98.
- Rohmah, T. N. (2020). Kelincahan komunikasi dan kualitas kerja sama menuju efisiensi kinerja sumber daya manusia di masa new normal berbasis kompetensi digital. *Stability: Journal of Management and Business*, 3(1), 70-89. <https://doi.org/10.26877/sta.v3i1.6432>
- Setiawan, F., & Kurniawan, R. (2022). Pemasaran konten dalam komunikasi digital: Konsep dan aplikasinya pada industri kreatif. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(3), 34-47.
- Setyaningrum, A. R. (2023). Dampak digitalisasi terhadap penyerapan tenaga kerja: Analisis data panel Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Digital*, 4(1), 12-21.
- Setyaningrum, I. (2023). Optimalisasi business matching di pasar internasional melalui strategi media sosial dengan pendekatan design thinking. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 10(3), 2079-2088.
- Suryani, A., & Nugroho, Y. (2021). Transformasi ekonomi digital dan implikasinya bagi sektor usaha kecil. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Digital*, 1(1), 1-9.
- Utami, R. D., & Siregar, N. A. (2021). Komunikasi digital dan tantangan pencari kerja di era industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 33-41.