



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik mencatat pengangguran paling banyak di Indonesia dirasakan oleh masyarakat dengan umur 15-24 tahun dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) mencapai 18,03 persen (Shemi, 2021). Selain itu, terdapat 8,75 juta orang pengangguran di Indonesia per Februari 2021 dan 1.254.000 orang diantaranya merupakan pendidikan tingkat akademi/diploma dan universitas. Hal ini membuktikan bahwa walaupun berpendidikan tinggi, tidak menjamin seseorang bisa mendapatkan pekerjaan dengan mudah.

Mencari pekerjaan tidak hanya membutuhkan pemahaman akademis dan keterampilan teknis saja. *Soft skills* adalah keterampilan yang bersifat abstrak, namun sangat dicari di dunia kerja. Memiliki *soft skills* merupakan hal yang urgen agar terlihat menonjol untuk bersaing dengan kandidat lain, terlebih pandemi Covid-19 membuat beberapa perusahaan mengurangi perekrutan karyawan (Rahma, 2021). Selain itu, berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan per 27 Mei 2020, 5,6 juta pekerja di-PHK maupun dirumahkan (Mufarida, 2020). Hal ini membuat setiap orang harus meningkatkan kualitas diri agar dapat bersaing.

*Soft skills* yang penting untuk dimiliki untuk peningkatan karir adalah kemampuan *public speaking*. *Public speaking* sendiri merupakan proses menyampaikan pesan kepada audiens, baik skala kecil maupun besar dan memegang peranan penting untuk membawa seseorang terlihat lebih *professional* dan mampu menyampaikan sesuatu melalui kata-kata untuk peningkatan karir yang bertujuan untuk menjelaskan sesuatu, mempengaruhi, mempersuasi, serta memberikan informasi dengan efektif (Bebec, 2013). Seseorang tidak mungkin bekerja sendirian, maka *public speaking* dibutuhkan tidak hanya untuk pekerjaan tertentu saja, namun di seluruh bidang pekerjaan untuk dapat bekerja sama dan berkoordinasi dengan baik antar departemen (Budi, 2021).

*Public speaking* adalah kemampuan yang harus terus dilatih dan pada perkuliahan, banyak kesempatan untuk melatihnya dengan meningkatkan berinteraksi tatap muka antar individu dengan berbagai latar belakang (Nurachma, 2018). Tidak hanya untuk mempersiapkan diri, *public speaking* bagi mahasiswa berguna saat presentasi, pidato, MC, dan memimpin rapat organisasi atau pertemuan informal (Fitrananda et al., 2018). Jika telah dilatih sejak dini, mahasiswa dapat memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan menjadi bekal di dunia kerja (Widyatama, 2016). Namun, kemampuan ini kurang familiar pada generasi muda akibat rendahnya rasa kepercayaan diri dan minimnya penguasaan (Oktavianti & Rusdi, 2019). Masalah yang kerap dihadapi adalah kurangnya informasi dan pengetahuan akibat kesulitan diksi bahasa dan tingkat literasi yang rendah sehingga mahasiswa tidak melatih keterampilan ini (Burhanudin, 2016).

Jika mahasiswa tidak memiliki kemampuan *public speaking* yang baik, dikhawatirkan setelah lulus tidak dapat melalui tahap *interview* kerja. Gagal saat *interview* kerja menjadi salah satu alasan seseorang tidak mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Artikel Tribun News yang berjudul “Tak Banyak yang Tahu, Sebenarnya Ini 5 Faktor Penyebab Gagal saat *Interview* Melamar Kerja” mengutip video singkat dari akun Twitter Eza Hazami, HR dari Bibit.id sekaligus *content creator* bahwa salah satu penyebab seseorang gagal tahap *interview* kerja berhubungan dengan kemampuan komunikasi yang dapat menimbulkan kesan pertama yang buruk dan membuat pewawancara tidak dapat menilai apakah kandidat sesuai dengan kriteria perusahaan. Maka, disarankan untuk melatih kemampuan *public speaking* agar komunikasi dapat efektif (Ustin, 2020). Selain itu, berdasarkan *Job Fair* UKSW yang diikuti oleh sekitar 45 perusahaan/industri, *soft skill* yang diutamakan oleh perekrut dalam merekrut *fresh graduate* adalah kemampuan komunikasi dan tingkat kepercayaan diri, lalu diikuti dengan kejujuran berkomitmen dan pengalaman berorganisasi (Firiani, 2014).

Menurut data Kemendikbud, rata-rata mahasiswa jenjang pendidikan D1-D4 dan S1 adalah penduduk berusia 19-23 tahun, dimana usia tersebut termasuk kedalam generasi Z yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012. Karakteristik

generasi Z selalu haus akan informasi, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, serta menginginkan informasi yang cepat dan mudah ditemukan tanpa mengeluarkan banyak usaha. Sumber informasi yang digunakan oleh generasi Z adalah Google dengan presentase 87% yang diikuti dengan media sosial dengan presentase sebesar 82% (Kinanti & Erza, 2020). Namun, informasi yang didapatkan dari internet mungkin memuat informasi menyesatkan, tidak dapat dipercaya (sumber tidak kredibel), atau datanya sudah tidak relevan sehingga informasinya tidak memiliki nilai lagi (Savitri, 2016). Berdasarkan permasalahan yang ada, dibutuhkan perancangan yang memberikan informasi yang sesuai dengan target audiens, sebagai pedoman terhadap manfaat dan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kemampuan *public speaking*, serta mendapatkan *insight* berupa semangat baru untuk mengembangkan kualitas diri dan mencapai *goals* sebelum memasuki dunia kerja.

## 1.2 Rumusan Masalah

Terdapat masalah yang menjadi dasar dari perancangan ini, yaitu:

1. Bagaimana perancangan buku digital mengenai pentingnya memiliki kemampuan *public speaking* untuk mahasiswa usia 19 - 23 tahun untuk menjadi bekal persiapan kerja?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan ini adalah kurangnya penyampaian informasi dengan media yang tepat mengenai pentingnya memiliki kemampuan *public speaking* bagi mahasiswa. Maka dari itu, target dasar dalam perancangan media informasi ini yaitu:

1. Segmentasi Demografis: Pria dan wanita, usia 19 – 23 tahun, berpendidikan SMA – sedang menempuh S1, SES B – AB
2. Segmentasi Geografis: Jakarta, karena merupakan kota besar dengan tingkat persaingan kerja yang tinggi. Menurut artikel IDN Times yang berjudul “76 Tahun RI Merdeka, Angka Pengangguran Masih Tinggi”,

Masyarakat yang bekerja di kota lebih banyak menganggur sebesar 8% dibandingkan di daerah yang hanya 4,11% (Shemi, 2021).

### 3. Segmentasi Psikografis:

- a. Seluruh mahasiswa, dimulai sejak memasuki perkuliahan, yang tidak memiliki penguasaan maupun pemahaman mengenai kemampuan *public speaking*.
- b. Memiliki rasa ingin tau yang tinggi dan memiliki ketertarikan untuk mencari informasi lebih dalam mengenai *public speaking* yang bertujuan untuk mengaktualisasi diri.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Terdapat tujuan yang menjadi dasar dari perancangan ini, yaitu:

1. Membuat perancangan buku digital mengenai pentingnya memiliki kemampuan *public speaking* untuk mahasiswa usia 19 - 23 tahun sebagai bekal persiapan kerja.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan media informasi mengenai *public speaking* bagi mahasiswa sebagai bekal dalam dunia kerja ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Manfaat bagi penulis: Mendapatkan wawasan mengenai perancangan media informasi, pentingnya *public speaking* dilatih sejak berada di jenjang perguruan tinggi, serta mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
2. Manfaat bagi orang lain: Memberikan informasi akan pentingnya melatih *public speaking* sejak berada di jenjang perguruan tinggi agar dapat bersaing dalam dunia kerja serta memberikan *insight* berupa teknik-teknik *public speaking*.
3. Manfaat bagi universitas: Memperluas wawasan, referensi penulisan laporan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, serta dapat diterapkan untuk menambah *soft skills* guna mempersiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja.