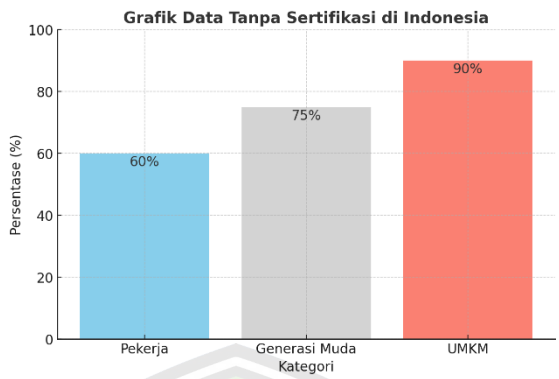
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sertifikasi merupakan pengakuan formal atas kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan seseorang untuk memenuhi standar profesional di bidang tertentu yang dikenal sebagai sertifikasi kompetensi. Sertifikasi tidak hanya menunjukan kompetensi saja, tetapi juga memastikan bahwa pemilik sertifikasi merupakan seseorang yang profesional dan terus belajar melalui pembaruan yang dilakukan secara berkala. Selain membangun kredibilitas, daya saing dan kualitas pekerjaan seseorang, sertifikasi ini menjadi alat penting untuk menunjukan keahlian yang diakui secara nasional dan internasional. Menurut Sedarmayanti (2022) kompetensi sangat penting bagi dunia kerja di indonesia untuk menjamin bahwa seseorang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan industri, terutama dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat.

Sertifikasi menjadi salah satu faktor penting yang mendukung peningkatan kinerja, karena tidak hanya menjadi bukti sah keahlian seseorang, tetapi juga diakui sebagai standar dalam dunia kerja yang semakin kompetitif. Sayangnya, kesadaran masyarakat masih rendah. Banyak yang terfokus pada keterampilan praktis tanpa menyadari bahwa sertifikasi formal bisa memberikan nilai tambah signifikan di pasar kerja dan dalam pengembangan usaha.

Strategi Kampanye.., Heri Firmansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

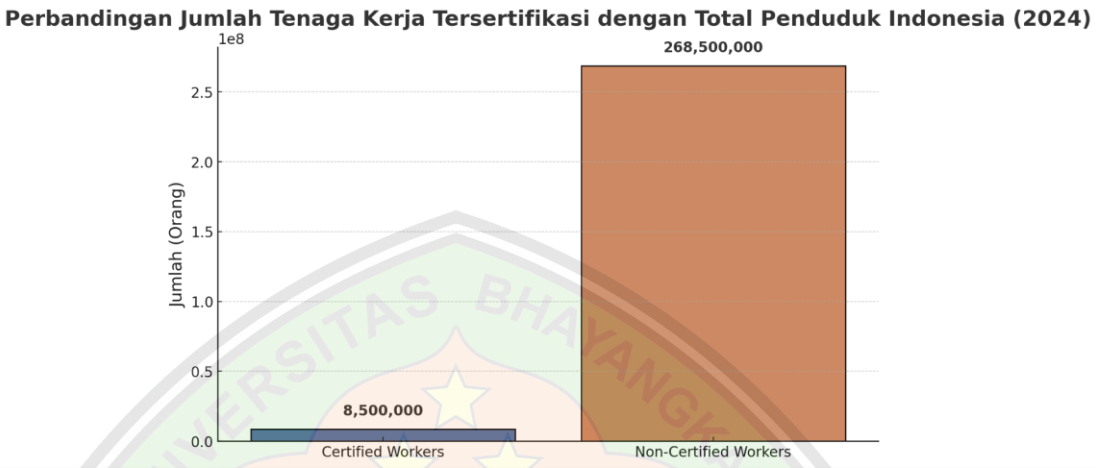


Gambar 1. 1 Grafik Sertifikasi di Indonesia

Grafik diatas menunjukan jumlah pekerja, generasi muda, dan pelaku UMKM di Indonesia yang belum memiliki sertifikasi kompetensi, hal ini terlihat bahwa kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi kompetensi terbilang rendah karena dari data tersebut menunjukan bahwa bisnis kecil dan menengah kurang menyadari pentingnya sertifikasi formal untuk membangun daya saing dan profesionalisme mereka. Meskipun mereka adalah kelompok yang paling terpengaruh oleh kemajuan teknologi, generasi muda menyusul dengan 75% yang belum tersertifikasi. Sedangkan 60% karyawan yang belum memiliki sertifikasi, artinya banyak pekerja yang belum memanfaatkan potensi mereka untuk menjadi lebih kualifikasi dan bersaing di pasar kerja. Data di atas menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran mengenai pentingnya sertifikasi kompetensi di berbagai bidang.

Fenomena ini didukung dengan kutipan dari *katadata.co.id* menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki sertifikasi kompetensi akan memeliki peluang besar untuk mendapatkan pekerjaan dibandingkan yang tidak memiliki sertifikasi. Dengan begitu, Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa tingkat pengangguran terbuka lebih tinggi di antara lulusan tanpa keterampilan khusus atau sertifikasi dibandingkan mereka yang telah mengikuti pelatihan dan sertifikasi. Pernyataan Kementerian Ketenagakerjaan melalui Ida Fauziyah juga

menegaskan bahwa hingga awal tahun 2024, baru sebanyak 8.500.000 dari 277 juta masyarakat di Indonesia yang telah tersertifikasi.



Gambar 1. 2 Grafik perbandingan sertifikasi di indonesia

Merujuk pada pernyataan yang di sampaikan oleh kementerian ketenagakerjaan, data menunjukan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang belum memiliki sertifikasi. Sertifikasi kompetensi dapat digunakan sebagai bukti keterampilan yang dimiliki pekerja, sehingga berpotensi membuka peluang karir yang lebih luas dan mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Perkembangan ini mendorong masyarakat untuk lebih menyadari pentingnya sertifikasi dan mencari informasi terkait pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja yang dinamis.

Dengan upaya untuk membangun kesadaran akan pentingnya sertifikasi kompetensi, terdapat berbagai cara yang dapat digunakan untuk menginformasikan serta mengedukasi masyarakat terkait sertifikasi tersebut. Upaya yang telah dilakukan terhadap kurangnya kesadaran masyarakat mengenai sertifikasi kompetensi yaitu seperti seminar, pelatihan langsung, kampanye publik, serta program edukatif dari lembaga pelatihan dan pemerintah. Salah satu lembaga pelatihan yang berupaya membangun pengetahuan masyarakat dalam memperoleh sertifikasi kompetensi adalah PT Global Edukasi Talenta Inkubator.

Lembaga ini melaksanakan berbagai kegiatan seperti seminar, sosialisasi, pelatihan langsung, serta kunjungan ke kantor-kantor kecamatan di sekitar untuk memberkan materi-materi pelatihan. Berikut adalah bukti upaya yang telah dilakukan oleh PT Global Edukasi Talenta Incubator dalam membangun kesdaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi kompetensi.

Tabel 1. 1 Kampanye Digital Sertifikasi Kompetensi

NO	Bukti Upaya Membangun Kesadaran	Keterangan
1.		Kampanye ini bertujuan untuk membangun pemahaman dan keterampilan UMKM dalam pemasaran digital dan ekspor, membantu mereka mempersiapkan diri untuk pasar yang lebih luas melalui livestreaming *Instagram* @geti.incubator dan Youtube Geti media.

		Kampanye ini menginformasikan bahwa mengikuti Sertifikasi *Digital Marketing* dapat membangun kompetensi dan daya saing peserta di bidang pemasaran digital.
		Kampanye ini menginformasikan tentang program pelatihan dan sertifikasi BNSP untuk skema pendamping UMKM tahun 2024. Tujuannya adalah untuk membangun kompetensi pendamping UMKM sehingga mereka dapat lebih efektif dalam mendukung

		pengembangan bisnis UMKM.
		Kampanye ini menyampaikan bahwa pelatihan dan sertifikasi yang diberikan kepada calon Store Operator dapat menjamin kompetensi mereka dalam mengelola toko online. Program ini juga diikuti dengan beasiswa pelatihan dari LPK GeTI untuk membangun daya saing para peserta di dunia e-commerce.

		Kampanye ini mengajak pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) untuk mengikuti workshop tentang marketplace. Dengan mengikuti workshop ini, diharapkan pendapatan pelaku IKM dapat meningkat melalui penguasaan strategi berjualan di *platform* online.

Berbagai upaya yang telah dilakukan dalam tabel diatas diharapkan dapat memberikan informasi komprehensif mengenai program-program pelatihan dan sertifikasi yang dimiliki. Setiap kampanye bertujuan untuk memperkenalkan peluang peningkatan kompetensi dan keterampilan bagi pelaku UMKM dan IKM, sehingga mereka dapat lebih siap menghadapi persaingan di era digital. Kampanye ini juga dirancang secara informatif agar mampu mengedukasi dan membangun kesadaran *audiens* tentang pentingnya sertifikasi dan pelatihan dalam membangun daya saing usaha.

Berbagai cara telah dilakukan guna menginformasikan kepada masyarakat tentang fungsi dan kegunaan sertifikasi kompetensi, namun hasilnya masih terbatas oleh beberapa faktor yang memengaruhi penerimaan dan partisipasi

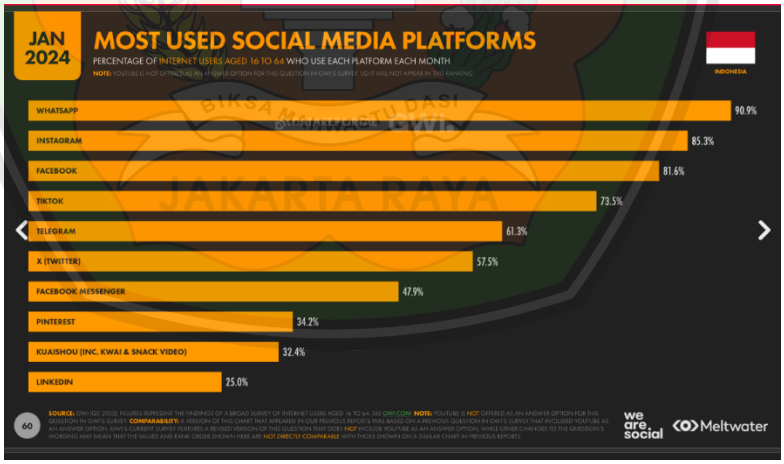
masyarakat. Salah satunya adalah rendahnya minat dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sertifikasi sebagai alat untuk membangun daya saing di dunia kerja. Selain itu, akses informasi yang terbatas, terutama di daerah terpencil, menjadi tantangan tersendiri dalam penyebaran edukasi mengenai sertifikasi kompetensi. Tidak hanya itu, pemahaman masyarakat tentang manfaat jangka panjang dari sertifikasi kompetensi masih kurang memadai, sehingga banyak yang belum melihat nilai tambah dari investasi waktu dan biaya yang diperlukan untuk mengikuti program sertifikasi ini. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih strategis dan inovatif, termasuk kampanye digital yang lebih terarah dan pemanfaatan media sosial serta teknologi untuk menjangkau lebih banyak kalangan secara efektif dan efisien.

Menurut Chaffey dan Smith (2017) Kampanye digital merupakan penggambaran suatu informasi melalui digital sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan secara online untuk mencapai tujuan tertentu, seperti membangun kesadaran *audiens*, keterlibatan, dan interaksi dengan mereka melalui berbagai *platform* digital. Kampanye digital dalam upayanya untuk membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi kompetensi dinilai sebagai pendekatan yang relevan, mengingat kemampuan media digital dalam menjangkau *audiens* yang lebih luas dan beragam. Berdasarkan data *datareportal.*com tahun 2023, Indonesia menduduki posisi 10 besar negara dengan pengguna media sosial terbanyak. Penyampaian pesan melalui kampanye digital memungkinkan informasi mengenai sertifikasi kompetensi menjangkau *audiens* yang lebih luas secara efektif. Kampanye digital ini bertujuan agar target *audiens* memahami pentingnya memiliki sertifikasi resmi di bidang mereka. Selain sertifikasi kompetensi, kampanye digital juga dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, seperti edukasi, promosi produk, peningkatan brand awareness, dan penyebaran informasi publik secara umum.

Semakin banyaknya orang yang mengetahui manfaat dan berpartisipasi dalam program sertifikasi kompetensi, dampak positif terhadap pengembangan

karier dan daya saing akan maksimal. Dengan begitu, agar mendapatkan hasil yang signifikan, harus memerlukan rencana yang sesuai dengan media yang digunakan dalam menjalankan kampanye digital. Sehingga, penyampaian pesan melalui media digital dapat menjadi pilihan yang sesuai di era digital saat ini. Hal ini akan membantu memaksimalkan partisipasi dan kesadaran akan pentingnya sertifikasi dalam membangun keterampilan dan profesionalisme.

Terkait dengan penyebaran informasi terkait isu di atas, media sosial menjadi topik terbaru yang dapat membantu menyebarkan kampanye digital tentang pentingnya sertifikasi kompetensi. Oleh karena itu, sangat penting untuk merencanakan kampanye sedemikian rupa sehingga mencapai tujuan, karena kampanye dapat menggunakan berbagai media digital. Menurut Kotler dan Keller (2007) postingan atau posting merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dikirim melalui media sosial atau *platform* digital untuk mencapai *audiens* yang lebih luas, dengan tujuan memberikan informasi, promosi, atau hiburan.



Gambar 1. 3 Data Pengguna Media Sosial by We Are Social

Melalui sosial media, postingan dapat disebarkan berbagai *platform*. Salah satunya adalah *Instagram*. Berdasarkan data yang terlihat, *We Are Social* mengungkapkan *Instagram* merupakan salah satu *platform* media sosial terpopuler di Indonesia dengan tingkat penggunaan sebesar 85,3% pada tahun

2024, hanya sedikit di bawah WhatsApp. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* adalah salah satu saluran yang dapat menjangkau *audiens* yang luas dan beragam, sehingga dapat dimanfaatkan untuk kampanye digital dalam mempromosikan program pelatihan dan sertifikasi.

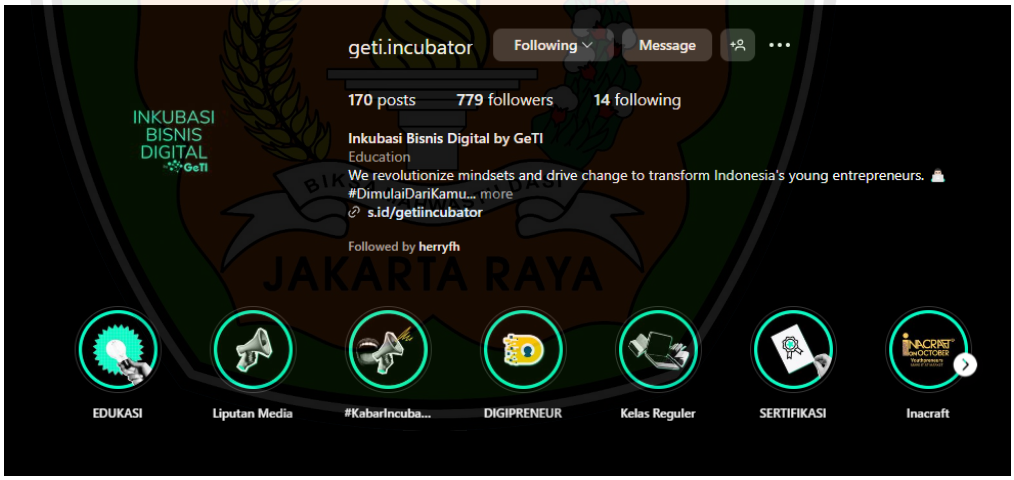
Menurut Nasrullah (2015), sosial media menjadikan pemilik dapat berkomunikasi secara virtual dan mendapatkan keterikatan dalam komunitas digital. Sedangkan menurut Ardiansah dan Maharani (2021) menambahkan bahwa sosial media berfungsi sebagai alat komunikasi dua arah yang memperkuat keterlibatan *audiens*. Hal ini menjadikannya alat yang dapat digunakan untuk menjangkau individu atau perusahaan yang ingin membangun keterampilan mereka melalui kampanye digital.

PT. Global Edukasi Talenta Inkubator adalah salah satu perusahaan yang mengupayakan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk memberikan informasi secara cepat melalui kampanye digital guna membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi kompetensi di *Instagram*, melalui akun @geti.incubator. Sebagai lembaga pendidikan berbasis *Digital Marketing* dan inkubasi, GeTI Incubator memiliki berbagai pelatihan yang fokus pada pengembangan wirausaha di era digital. Sejak berdiri pada 2018, GeTI Incubator telah diakui sebagai Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) pada tahun 2020. Selain itu, mereka mempunyai Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang terverifikasi oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) dengan lima skema yaitu pemasaran daring, periklanan daring, perdagangan export, penjualan daring, dan administrasi logistik expor termasuk skema pelatihan yang disediakan oleh Geti Incubator.

GeTI Incubator terdapat keberagaman program pelatihan yang mencakup lebih dari 270 pelatihan, dengan total peserta mencapai 485.000 dari berbagai kota di Indonesia. Program pelatihannya mencakup bidang penting seperti *Digital Marketing*, Global E-Commerce, dan Administrasi Logistik, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan industri saat ini. GeTI Incubator memiliki

Misi yaitu melatih 3.000.000 anak muda Indonesia agar memiliki keterampilan dan daya tarik internasional, menunjukkan komitmen lembaga ini dalam mempersiapkan generasi muda untuk bersaing di pasar internasional.

GeTI Incubator, yang didukung oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), memberikan sertifikasi kompetensi yang diakui secara nasional dan internasional. Ini memperkuat daya saing para pesertanya di era globalisasi. Sebagai lembaga yang berfokus pada transformasi digital dan wirausaha, GeTI Incubator juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang program pelatihan dan sertifikasi kepada *audiens* yang lebih luas. Menggunakan pendekatan komprehensif dan teknologi digital, GeTI Incubator memainkan peran penting dalam pengembangan keterampilan generasi muda, membantu membangun daya saing Indonesia di pasar global yang kompetitif.



Gambar 1.4 Akun Sosial Media Instagram @Geti.Incubator

Dengan memanfaatkan *Instagram* sebagai *platform* utama kampanye digital, @geti.incubator telah berhasil membangun kehadiran yang kuat dengan lebih dari 700 pengikut dan lebih dari 170 postingan edukatif pada periode tahun 2024. Setiap kampanye yang unggah sudah dirancang secara terstruktur untuk memberikan pemahaman mendalam tentang program pelatihan dan peluang

sertifikasi yang tersedia, mencakup informasi terkait proses pendaftaran, persyaratan, dan manfaat yang diperoleh setelah sertifikasi. Selain itu, tersebut menjelaskan berbagai keterampilan dan kompetensi yang dimiliki, memperkuat komunikasi serta membangun keterlibatan *audiens* dalam memahami setiap elemen yang disajikan. Hal ini menjadikan *Instagram* sebagai media yang digunakan dalam mengedukasi dan menginformasikan masyarakat, sehingga secara bertahap membangun kesadaran akan pentingnya sertifikasi kompetensi serta membentuk pemahaman yang lebih komprehensif bagi *audiens* mengenai program yang disediakan oleh GeTI Incubator.

Pada kondisi saat ini, @geti.incubator sebenarnya tidak hanya membicarakan mengenai pentingya sertifikasi saja. Tetapi mempunyai pembahasan lain seperti UMKM, kartu prakerja dan berbagai macam pelatihan yang dijalaninya. Hal ini juga sempat dibicarakan oleh salah satu manager *Digital Marketing* yang sekaligus admin akun *Instagram* @geti.incubator sendiri yaitu kak ivan kristian.

“ Sebenernya akun Instagram @geti.incubator ini gak cuma membahas mengenai sertifikasi kompetensi aja, melainkan banyak informasi-informasi terkait program yang dijalankan oleh perusahaan. Contohnya kayak pelatihan kompetensi, coaching clinic, perempuan berani expor, dan masih banyak lagi. Jadinya kalo kita melihat kasus sekarang terkait respon dan pembuatan konten mengenai sertfikasi kompetensi itu sendiri memang agak sedikit tricky, karna kita tidak hanya fokus pada sertfikasi saja melainkan ada beberapa program yang harus kami handle” ivan Kristian dalam wawancara (2024).

Dalam berbagai kajian akademik, efektivitas kampanye digital dan urgensi sertifikasi kompetensi telah menjadi fokus utama dalam upaya membangun kesadaran publik serta daya saing tenaga kerja di berbagai sektor. Dalam konteks kampanye digital, penelitian mengenai kampanye *#TemanLebihBaik* oleh Kalla Group di *Instagram* mengungkap bahwa meskipun kampanye ini berhasil

meningkatkan kesadaran lingkungan, partisipasi publik masih belum optimal. Analisis menggunakan teori 4C Chris Heuer menunjukkan bahwa elemen kampanye yang menarik dan informatif belum cukup efektif dalam memperluas jangkauan tanpa strategi pendukung seperti penggunaan tagar yang lebih spesifik dan keterlibatan influencer. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian terkait kampanye anti-bullying melalui lagu karya Hendra Brudy menegaskan bahwa media digital dapat menjadi sarana yang efektif dalam membangun interaksi sosial positif, sebagaimana dibuktikan oleh tingginya respons pengguna media sosial terhadap kampanye ini.

Di sisi lain, sertifikasi kompetensi telah terbukti memainkan peran strategis dalam meningkatkan kualitas dan daya saing tenaga kerja di berbagai industri. Studi mengenai sertifikasi BNSP dalam sektor pariwisata mengindikasikan bahwa proses sertifikasi tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri pekerja, tetapi juga memperkuat profesionalitas melalui pendekatan *penta helix* yang melibatkan pemerintah, industri, dan komunitas. Selain itu, penelitian dalam bidang perpustakaan menyoroti bahwa sertifikasi uji kompetensi bagi pustakawan berperan dalam memperkokoh standar profesionalisme serta meningkatkan pengakuan terhadap profesi ini. Dalam konteks angkutan laut dan kepelabuhanan, sertifikasi kompetensi memberikan pengakuan formal yang signifikan, memperluas peluang kerja bagi lulusan di tingkat domestik maupun internasional.

Lebih lanjut, dalam ranah administrasi perkantoran, penelitian menunjukkan bahwa pengalaman kerja dan pelatihan berperan penting dalam meningkatkan tingkat kompetensi pegawai, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap produktivitas dan kinerja organisasi. Dengan demikian, baik kampanye digital maupun sertifikasi kompetensi memiliki kontribusi yang substansial dalam meningkatkan kesadaran sosial, profesionalitas, serta daya saing individu di berbagai sektor, menegaskan pentingnya strategi komunikasi dan pengakuan

kompetensi yang tepat guna dalam mendukung perkembangan sumber daya manusia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kampanye digital memang banyak dikaji dalam konteks pemasaran produk dan layanan serta meningkatkan kesadaran terhadap isu sosial seperti lingkungan dan anti-bullying. Namun, penggunaan kampanye digital dalam ranah pelatihan kompetensi dan program sertifikasi, terutama untuk membangun kesadaran akan pentingnya sertifikasi kompetensi, masih jarang diteliti. Berbagai studi terdahulu juga menyoroti peran sertifikasi dalam meningkatkan daya saing dan profesionalitas individu di sektor tertentu, serta pentingnya kompetensi untuk mendukung kinerja. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis strategi kampanye digital melalui *Instagram* untuk membangun kesadaran publik terkait sertifikasi kompetensi, dengan mengambil judul **"Strategi Kampanye Digital PT. Global Edukasi Talenta Incubator Dalam Upaya Membangun Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Kompetensi Melalui *Instagram*."**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti memfokuskan permasalahan pokok sesuai dengan latar belakang yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini adalah bagaimana kampanye digital dan strategi kampanye yang dilakukan PT. Global Edukasi Talenta Incubator dalam upaya membangun kesadaran pentingnya sertifikasi kepada masyarakat melalui *Instagram @Geti.Incubator.*

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kampanye digital yang dilakukan oleh PT. Global Edukasi Talenta Inkubator dalam upaya membangun kesadaran masyarakat terkait pentingnya sertifikasi kompetensi?

2. Bagaimana strategi kampanye digital yang dilakukan oleh PT. Global Edukasi Talenta Inkubator dalam upaya membangun kesadaran masyarakat terkait pentingnya sertifikasi kompetensi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Kampanye digital yang dilakukan oleh PT.Global Edukasi Talenta Inkubator dalam upaya membangun kesadaran terkait pentingnya sertifikasi kompetensi.
2. Strategi kampanye digital yang digunakan dalam upaya membangun kesadaran terkait pentingnya sertifikasi kompetensi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini untuk menganalisis kampanye media *Instagram* @geti.incubator dalam perencanaan dan proses kampanye digital, antara lain:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan terkait perencanaan kampanye digital, khususnya dalam konteks peningkatan kesadaran akan sertifikasi kompetensi. Selain itu, penelitian ini dapat diimplementasikan dalam mata kuliah yang berkaitan dengan e-commerce, media sosial, serta program sertifikasi dan pengembangan kompetensi.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Lintas Akademik

Penelitian ini memberikan dasar teoritis dan praktis bagi lembaga akademik serta peneliti lainnya yang ingin mempelajari efektivitas kampanye digital dalam meningkatkan kesadaran publik, khususnya terkait

sertifikasi kompetensi. Hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi yang tertarik pada kajian *Digital Marketing* di bidang pelatihan dan sertifikasi, sehingga mampu mengisi celah penelitian mengenai penggunaan media sosial sebagai alat kampanye yang efektif dalam mendukung pelatihan kompetensi.

2. PT Global Edukasi Talenta Incubator

   Penelitian ini memberikan wawasan bagi geti.incubator mengenai strategi efektif dalam memanfaatkan *Instagram* untuk membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi kompetensi. Hasil penelitian ini dapat membantu geti.incubator merancang kampanye digital yang lebih berdampak guna memperluas jangkauan dan pemahaman *audiens* terhadap program sertifikasi yang mereka miliki. Selain itu, penelitian ini juga menawarkan panduan praktis bagi geti.incubator untuk mengoptimalkan kampanye digital sehingga dapat meningkatkan partisipasi publik dalam program sertifikasi kompetensi yang mereka selenggarakan.