

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penduduk di Indonesia seringkali dihadapkan kepada kenyataan bahwa tekanan dan tantangan dalam mencari pekerjaan yang sesuai dengan minat dan *passion* mereka. Fenomena ini semakin meningkat dari hari ke hari seiring dengan pertumbuhan populasi penduduk dan semakin ketatnya persaingan untuk mendapatkan pekerjaan. Banyak di antara mereka terpaksa menerima pekerjaan yang tidak sesuai dengan minat dan bakat yang mereka miliki karena beberapa faktor seperti ekonomi, pendidikan, ataupun faktor lainnya. Salah satunya adalah Provinsi Sumatera Utara yang memiliki persentase pengangguran berpendidikan tinggi yaitu 9,03 persen (Badan Pusat Statistik, 2023, hal. 63).

Kota Medan di Sumatera Utara adalah kota keempat terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah penduduk, sehingga persaingan untuk mendapatkan pekerjaan semakin sulit. Data dari BPS Sumut menunjukkan bahwa penduduk yang bekerja dapat dibagi menjadi formal dan informal (BPS Sumut, 2022, hal. 5-6). Pekerja formal adalah mereka yang dibantu oleh buruh tetap atau dibayar, seperti buruh/karyawan/swasta. Sedangkan pekerja informal adalah mereka yang berusaha sendiri, dibantu buruh tidak tetap/buruh tidak dibayar, pekerja bebas, dan pekerja keluarga yang tidak dibayar (BPS Sumut, 2022, hal. 5). Pada Agustus 2022, jumlah penduduk yang bekerja pada kegiatan informal mencapai 4,25 juta orang atau 59,07% dan yang bekerja pada kegiatan formal mencapai 2,95 juta orang atau 40,93% (Badan Pusat Statistik, 2022, hal. 6). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak orang yang belum mendapatkan pekerjaan formal sehingga perlu upaya untuk meningkatkan jumlah penduduk yang bekerja di bidang formal.

Data menunjukkan penyerapan tenaga kerja di Kota Medan meningkat dalam 10 tahun terakhir, namun pada tahun 2020 terjadi peningkatan pengangguran sebesar 2,21% karena peningkatan penduduk tanpa lapangan kerja yang sesuai (Siregar & Nawawi, 2023). Sektor perdagangan menyerap tenaga kerja paling tinggi, sedangkan sektor primer dan sekunder menyerap tenaga kerja paling rendah. Sektor tersier memiliki tingkat penyerapan tenaga kerja cukup tinggi, terutama

dalam perdagangan. Tingkat pengangguran terbuka di Kota Medan meningkat drastis dari 8,53% pada tahun 2019 menjadi 10,74% pada tahun 2020 karena penurunan pertumbuhan ekonomi dan dampak pandemi Covid-19 (Nabila & Nawawi, 2023). Meskipun terjadi penurunan pada Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Sumatera Utara, sektor primer dan sekunder masih memiliki tingkat penyerapan tenaga kerja yang rendah, sementara sektor tersier menunjukkan penyerapan tenaga kerja yang cukup tinggi (BPS Sumut, 2022, hal. 3). Tingkat pendidikan yang rendah juga menjadi faktor dominan dalam penyerapan tenaga kerja di sektor primer dan sekunder. Kelompok umur angkatan kerja dibagi menjadi kelompok umur 15-24 tahun, 25-59 tahun, dan 60 tahun ke atas (Badan Pusat Statistik, 2022, hal. 32).

Data-data tentang penurunan TPT di Provinsi Sumatera Utara menunjukkan sektor tersier masih dominan. Sehingga, pendidikan formal saja tidak cukup untuk mencapai pekerjaan impian atau meningkatkan karier. Pelatihan dibutuhkan untuk meningkatkan keahlian, seperti yang ditawarkan oleh Global Pro Training Center. Lembaga pelatihan ini membantu para *fresh graduate*, *jobseeker*, dan karyawan guna meningkatkan *soft skill* serta menemukan dan memetakan potensi diri melalui berbagai pelatihan yang disediakan.

Global Pro Training Center didirikan pada tahun 2018 oleh *coach* Reagen Saragih, SH, yang memiliki pengalaman sebagai *corporate coach* yang terkenal di Kota Medan. Tujuannya adalah untuk membantu orang-orang untuk menemukan potensi diri dan meningkatkan *soft skill* mereka melalui program pelatihan yang variatif. Meskipun memiliki banyak kelebihan, Global Pro Training Center masih perlu meningkatkan visibilitasnya di masyarakat luas karena pendirinya telah memiliki pengikut yang banyak di media sosial *Instagram @reagen_saragih* yang telah mencapai 14 ribu orang, sedangkan pengikut dari *Instagram* dari Global Pro Training Center yang masih berada di angka 400 orang saja, jumlah pengikut Global Pro Training Center masih terbilang sangat rendah yang menunjukkan kurangnya kesadaran masyarakat tentang perusahaan ini. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang lebih kuat, seperti media sosial, cetak, dan *website* yang lebih menarik dan efektif. Selain itu, perusahaan ini juga perlu menciptakan identitas visual yang kuat untuk meningkatkan kesadaran mereknya. Dengan cara

ini, Global Pro Training Center dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan citra mereknya.

Penelitian yang dilakukan pada tugas akhir ini bertujuan memberikan dampak positif pada Global Pro Training Center dan masyarakat. Penelitian ini akan meningkatkan kualitas dan cakupan bisnis Global Pro Training Center, serta memberikan manfaat moral dan ekonomi bagi masyarakat, khususnya di Kota Medan, Sumatera Utara, dan Indonesia secara keseluruhan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan sebelumnya, adapun permasalahan dari Global Pro Training Center dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurang dikenalnya Global Pro Training Center oleh masyarakat di Kota Medan dan sekitarnya, meskipun pendirinya sudah cukup dikenal.
2. Global Pro Training Center membutuhkan media-media promosi yang sesuai dengan identitas visual untuk promosi yang dilakukan agar semakin dikenal oleh masyarakat.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana merancang media promosi berdasarkan identitas visual yang dimiliki untuk meningkatkan *brand awareness* dari Global Pro Training Center?”.

1.3 Ruang Lingkup

Hal yang akan diteliti pada penelitian kali ini adalah perancangan media promosi dari Global Pro Training Center yang merupakan sebuah lembaga pelatihan untuk meningkatkan *soft skill* dari para penggunanya. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret tahun 2023 hingga selesai. Lembaga pelatihan ini memiliki target pasar yaitu mahasiswa, *fresh graduate*, *jobseeker*, dan pegawai yang telah bekerja dari rentang usia 20-45 tahun dengan fokus di wilayah Kota Medan dan sekitarnya. Lokasi dari penelitian ini adalah Kota Bandung dengan data

yang digunakan didapatkan dari Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan perancangan ulang media promosi dari Global Pro Training Center dengan cara mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk kemudian dianalisis dan diakhiri dengan membuat media promosi yang sesuai dengan data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah merancang media promosi seperti media sosial, media cetak dan *website* yang perlu diperbaiki mulai dari *user interface* dan *user experience* yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* pada Global Pro Training Center.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menyusun penelitian ini terbagi kedalam dua kategori. Kategori pertama adalah data dari aspek pembuat yaitu wawancara dan data dari aspek pemirsa yaitu kuesioner.

kategori primer yang mencakup wawancara dan kuesioner, sedangkan kategori kedua adalah melalui studi pustaka. Data primer merupakan data utama yang akan digunakan untuk penelitian ini yang didapatkan melalui pihak yang bersangkutan secara langsung. Kemudian data sekunder adalah data pelengkap yang digunakan untuk menyusun penelitian serta perancangan yang sedang dilakukan.

a. Wawancara

Metode wawancara adalah salah satu cara mencari data dari aspek pembuat yang menjadi terwawancara dan kita sebagai pewawancara untuk mencari data dari objek yang sedang kita teliti. Wawancara adalah metode yang digunakan untuk mengungkapkan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dengan langsung secara lisan kepada narasumber yang diwawancara (Soewardikoen, 2019, hal. 53).

Ketika wawancara perlu dilakukan pendekatan terhadap narasumber, serta membuka diri kepada narasumber serta membuat kesan yang baik dan saling

percaya. Pewawancara juga tidak boleh merasa dirinya lebih tinggi dari narasumber sebagai terwawancara (Soewardikoen, 2019, hal. 55).

Ada dua teknik yang dilakukan ketika sedang melakukan wawancara yaitu wawancara mendalam dan wawancara terstruktur. Untuk menggali informasi secara mendalam dapat dilakukan wawancara tanpa adanya daftar pertanyaan sehingga wawancara dapat dilakukan secara fleksibel serta dapat berjalan tanpa memiliki batasan. Sedangkan wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan dengan daftar pertanyaan yang biasanya dipilih sebagai ukuran membandingkan pendapat (Soewardikoen, 2019, hal. 58).

Dalam penelitian ini, dilakukan wawancara mendalam terhadap pemilik dari Global Pro Training Center, *Coach* Reagen Saragih yang dilakukan secara daring melalui *platform video conference* Zoom. Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam, dimulai dari awal mula berdirinya Global Pro Training Center, perjalanan bisnisnya, serta permasalahan apa saja yang sedang dihadapi.

Untuk narasumber ahli sebagai terwawancara adalah saudara Ceka Elgy Dwi Putra, S.Ds. selaku narasumber ahli di bidang *Graphic Design*. Tujuan dilakukannya wawancara ini adalah untuk mendapatkan *insight* mengenai bagaimana melakukan perancangan sebuah media promosi, mulai dari media sosial, media cetak, dan *website* yang baik dan efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada masyarakat.

Kemudian untuk narasumber sebagai perwakilan dari target pemasaran produk dan jasa dari Global Pro Training Center ini adalah saudari Indah Maula Fauzia, S. Psi. yang adalah seorang *fresh graduate*. Tujuan dilakukan wawancara kepada calon pengguna ini adalah untuk mencari tahu seberapa pentingnya peran media promosi dalam mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen melalui *platform* media sosial, media, cetak, dan *website*.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu bagian dari data aspek pemirsa. Di dalam sebuah kuesioner terdapat daftar-daftar pertanyaan tentang suatu hal atau suatu bidang yang harus diisi oleh para responden. Kuesioner dapat dilakukan guna memperoleh data yang masif dalam waktu yang singkat terhadap banyak responden yang dilakukan secara tulis kepada media yang telah ditetapkan sebelumnya (Soewardikoen, 2019, hal. 60).

Pada penelitian ini, metode kuesioner dilakukan dengan menyebarkan angket secara daring yang di dalamnya berisi beberapa pertanyaan mengenai pelatihan peningkatan kompetensi untuk diisi oleh responden. Untuk responden dari penelitian ini adalah mahasiswa *fresh graduate*, *jobseeker*, profesional, dan eksekutif baik laki-laki dan perempuan dengan rentang umur 20-45 tahun yang khususnya memiliki domisili di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia dengan perkiraan responden mencapai 50 orang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui minat pada masyarakat mengenai pelatihan untuk peningkatan kompetensi yang mana merupakan pangsa pasar utama dari Global Pro Training Center.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan pada penelitian ini untuk mendukung data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Adapun di dalam (Melfianora, 2019), Zed menyatakan bahwa penelusuran pustaka (*library research*) tidak hanya digunakan sebagai langkah awal dalam menyusun kerangka penelitian (*research design*), melainkan juga dapat memanfaatkan berbagai sumber perpustakaan (Izza, Falah, & Susilawati, 2020).

Pada penelitian kali ini penggunaan studi pustaka dilakukan dengan cara mencari berbagai sumber literatur yang sesuai dengan topik dari penelitian. Hal tersebut memiliki tujuan untuk memperkuat data dan menunjang proses perancangan.

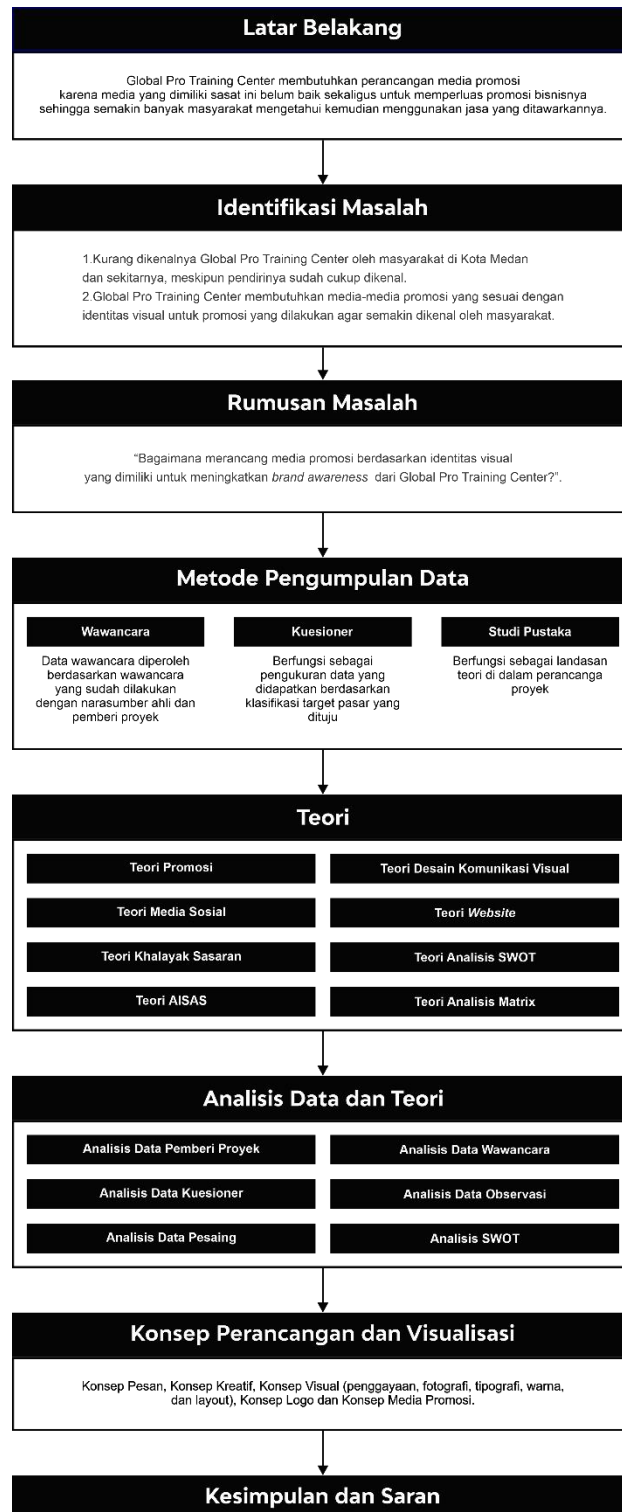
1.6 Metode Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan

Metode analisis data merupakan penghubung antara rumusan masalah serta kerangka teori dengan data yang telah didapat. Berdasarkan prinsip dari metode analisis, analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian dengan cara membedah data yang telah diperoleh menggunakan teori yang relevan yang sudah disusun menjadi sebuah kerangka (Soewardikoen, 2019, hal. 82-83).

Analisis yang akan digunakan adalah analisis SWOT, adapun analisis SWOT umumnya akan digunakan untuk menilai suatu perusahaan, dengan memperhitungkan beberapa faktor internal yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta faktor eksternal yang terdiri dari *opportunity* dan *threat* (Soewardikoen, 2019, hal. 114).

Kemudian untuk membantu dalam penarikan kesimpulan dapat digunakan dengan matriks. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara melakukan generalisasi, yaitu menarik sebuah kesimpulan yang dianggap paling meyakinkan atau dapat pula dilakukan dengan cara mengambil kesimpulan dari satu atau beberapa fakta dengan menentukan konsep, proposisi, serta teoritis setelah hasil penelitian selesai (Soewardikoen, 2019, hal. 117).

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

(Sumber: dokumentasi pribadi)

1.8 Pembabakan

Sistematika penulisan yang akan dilakukan pada penelitian untuk tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini akan menjelaskan latar belakang dari permasalahan yang diangkat, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, metode analisis, kerangka perancangan, dan sistematika penulisan melalui penulisan tugas akhir untuk formulasi & visualisasi media interaktif pada Global Pro Training Center.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini akan berisi teori-teori yang akan digunakan pada penelitian ini yang diperoleh melalui studi pustaka yang akan digunakan di dalam penelitian ini sebagai landasan pemikiran utama untuk formulasi & visualisasi media interaktif pada Global Pro Training Center.

BAB III Data dan Analisis Data

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai data-data yang telah diperoleh terkait Global Pro Training Center yang dimulai dari proses observasi, kuesioner, hingga analisis data pesaing sejenis. Data tersebut akan dianalisis menggunakan acuan teori yang telah dipaparkan pada bab landasan teori lalu disimpulkan menjadi suatu dasar dari konsep yang akan dilakukan di dalam formulasi & visualisasi media interaktif pada Global Pro Training Center.

BAB V Konsep Perancangan dan Hasil Perancangan

Pada bab ini menjelaskan konsep dari perancangan yang akan dibuat untuk Global Pro Training Center. Proses perancangan akan dipaparkan secara detail mulai dari penjabaran konsep hingga implementasi pada media yang sesuai.