

BAB I

PENDAHULUAN

Nama Data	Nilai
INDIA	1.436.079.375
CHINA	1.425.390.424
AMERIKA SERIKAT	341.032.081
INDONESIA	278.822.963
PAKISTAN	243.168.533
NIGERIA	226.838.827

1.1 Latar Belakang

Gambar 1.1 Tabel Populasi di Dunia 2024

Sumber : katadata.com

Indonesia terkenal akan populasi penduduknya yang terbanyak di dunia ke - 4 membuat banyaknya jumlah penduduk yang bertempat tinggal di Indonesia. Jakarta adalah sebagai kota tujuan bagi mereka yang ingin mengadu nasib untuk mencari sebuah pekerjaan bagi orang-orang yang bertempat tinggal di Indonesia. Masalah yang sering dihadapi oleh penduduk Indonesia yang tinggal di Jakarta adalah terkait dengan pekerjaan karena menyangkut dengan ekonomi dalam suatu keluarga. Hal ini didasari dari banyaknya orang yang mencari pekerjaan di Indonesia.

Keterbatasan lapangan pekerjaan menyebabkan banyaknya pekerja yang tidak memiliki pekerjaan di Indonesia. Keterbatasan ini dipicu oleh banyak hal dari kemampuan, pengetahuan, aksesibilitas, dan waktu yang dimiliki para pekerja tersebut. Hal ini menyebabkan kenaikan dari sektor mata pencaharian karena *Supply* yang tidak sebanding dengan *Demand* yang dimiliki oleh perusahaan atau penyedia pekerja di Indonesia. Hal ini dihipunkan dari data Badan Pusat Statistik Nasional Indonesia yang menyatakan hanya ada penurunan sekita 0,63% dari Februari 2023 ke Februari 2024. Cakupan pekerjaan yang ada di Indonesia kian hari makin ter-segmentasi dikarenakan kebutuhan dari perusahaan maupun penyedia pekerjaan itu sendiri. Segmentasi ini dipicu sebagian besarnya adalah dari *skill*, sertifikasi dan juga umur.

Beban bekerja bagi mereka yang sudah selesai dari bangku sekolah maupun bangku perkuliahan adalah sebuah hal yang ditakutkan karena takut mengecewakan keluarga. Hal ini menimbulkan dilema hingga kecemasan terhadap *Fresh Graduate* yaitu mereka

yang sudah selesai dari bangku pendidikan mereka yang dirasa sudah cukup untuk waktunya bekerja. Dari Badan Pusat Statistik Nasional mengatakan bahwasannya “100 angkatan kerja terdapat 5 orang yang menjadi pengangguran

Karakteristik Pengangguran	Februari 2022 (%)	Februari 2023 (%)	Februari 2024 (%)	Perubahan Feb 2022–Feb 2023 (persen poin)	Perubahan Feb 2023–Feb 2024 (persen poin)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	5,83	5,45	4,82	-0,38	-0,63
TPT Menurut Jenis Kelamin					
- Laki-Laki	6,31	5,83	4,96	-0,48	-0,87
- Perempuan	5,09	4,86	4,60	-0,23	-0,26
TPT Menurut Daerah Tempat Tinggal					
- Perkotaan	7,61	7,11	5,89	-0,50	-1,22
- Perdesaan	3,72	3,42	3,37	-0,30	-0,05
TPT Menurut Kelompok Umur					
- 15–24 tahun	17,08	16,46	16,42	-0,62	-0,04
- 25–59 tahun	4,29	3,95	3,08	-0,34	-0,87
- 60 tahun ke atas	1,22	1,13	1,14	-0,09	0,01

Catatan: ¹Pengangguran adalah penduduk yang tidak bekerja namun sedang mencari pekerjaan; mempersiapkan usaha baru; sudah diterima bekerja/sudah siap berusaha tetapi belum mulai bekerja/berusaha; atau merasa tidak mungkin mendapatkan pekerjaan (putus asa).

Gambar 1.2 Tabel pengangguran di Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik Nasional

Program bekerja keluar negeri menjadi jalan lain bagi mereka untuk bisa mendapatkan pekerjaan yang layak dan sesuai dengan *Skill* mereka. Program ke Jerman juga menjadi salah satu pilihan dari banyaknya program bekerja di Luar Negeri seperti Jepang, Taiwa, Thailand, Amerika, hingga Australia. Program ke Jerman ini menjadi pilihan karena merupakan juga bentuk kerja sama antara negara Indonesia dengan negara Jerman. Walaupun, kerjasama ini juga banyak dilakukan oleh beberapa lembaga bahasa Jerman untuk bisa membuka jalur penerimaan bekerja di Jerman lebih besar lagi melalui Agency mereka yang siap membantu memberikan pekerjaan.

Program ke Jerman sebenarnya ada banyak seperti Au-Pair, RN-Nurse, BFD/FSJ, Fereindjob, dan juga yang menjadi pilihan utama adalah Ausbildung. Program yang sudah penulis jelaskan adalah program program yang mana diatur langsung oleh pemerintahan Jerman untuk warga Jerman sendiri, namun beberapa program ini tidak menjadi pilihan utama terkait dengan beberapa jurusan karena kultur dari jurusan atau

pekerjaan tersebut tidak sesuai dengan orang Jerman sendiri, yang dimana mereka tidak menyukai pekerjaan 2 shift.

Program ke Jerman yang menjadi sorotan akhir-akhir ini adalah Fereiendjob yang dimana menjadi modus dari beberapa oknum Agency berkedok bekerja dan belajar di Jerman. Program ini telah memakan korban dimana para mahasiswa di beberapa kampus di Indonesia dengan iming-iming gaji dan juga sertifikasi Internasional yang mana tidak benar adanya. Program Fereiendjob ini adalah sebenarnya program yang memang diperuntukkan untuk mahasiswa di Jerman ketika ingin mengisi luang waktu libur semester mereka dengan bekerja menjadi pekerja kasar di Jerman. Program ini memang dibuka untuk beberapa negara untuk bisa menjadi pengenalan budaya kepada pekerja luar agar bisa mencari informasi tambahan mengenai pekerjaan di Jerman.

Program Ausbildung menjawab ketika skill dan sertifikasi untuk bekerja dibutuhkan ketika akan bekerja. Program Ausbildung sendiri adalah program kerjasama bilateral antara Indonesia dan Jerman terkait dengan pembukaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Ausbildung sendiri adalah program bekerja magang dengan menekankan praktek 70% dan juga teori 30%. Program ini adalah program nasional bagi masyarakat Jerman yang ingin bekerja tanpa memiliki skill dan sertifikasi yang mumpuni. Dikarenakan hal tersebut program ini cocok juga bagi masyarakat Indonesia yang ingin bekerja tanpa memiliki skill, dan sertifikasi.

Lebih lanjut, Ausbildung ini program bekerja magang selama 3 tahun yang dimana perinciannya adalah 70% bekerja, dan 30% belajar. Gabungan dari keduanya ini dalam bahasa Jerman disebut “*Duale*” yang sangat cocok bagi mereka yang tidak memiliki kemampuan sama sekali dengan jurusan bekerja yang mereka inginkan. Program ini menjadi jembatan baru bagi masyarakat Jerman maupun Indonesia untuk dapat bekerja diluar negeri dengan gaji yang cukup besar setara dengan penghidupan di Jerman.

Dalam hal perekonomian pekerja dalam sektor pekerjaan, bekerja di luar negeri adalah sebuah pekerjaan yang menjanjikan untuk perekonomian dari pekerja tersebut. Arus mobilitas dari pekerja yang bekerja di luar negeri dapat menghasilkan devisa (*Foreign Exchange*) yang cukup menjanjikan bagi negara, karena dari mereka tidak hanya memberikan remitan yang berbentuk materi yaitu seperti uang tetapi mengenai cakupan yang lebih luas yaitu hal-hal terkait dengan non-materi, yaitu ide-ide baru,

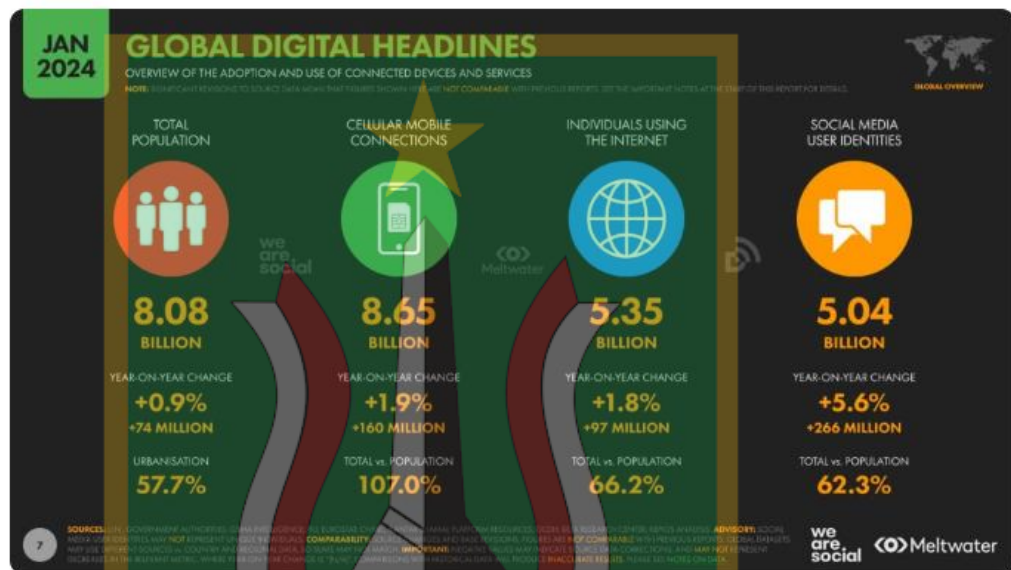
pengetahuan baru, wawasan teknologi, pemutakhiran teknologi, keahlian, hingga kedisiplinan bekerja dari mereka yang sudah pernah bekerja sebagai pekerja luar negeri.

Program tersebut jika tidak dikomunikasikan kepada masyarakat luas akan membuat seperti angin lalu saja, yang dimana berita terkait informasi berharga tersebut membuat masyarakat tidak mengetahui ataupun untuk mengakses berita tersebut terasa sulit. Deutschia Indonesia membantu mereka yang ingin bekerja di Jerman melewati program Ausbildung menjadi jawaban atas kegelisahan dari masyarakat terkait informasi soal program tersebut.

Berdasarkan permasalahan diatas, Deutschia Indonesia melakukan promosi terkait program Ausbildung ini sendiri agar bisa dilirik. Peran dari Deutschia Indonesia ini adalah sebagai tempat pembelajaran bahasa Jerman bagi mereka yang ingin bekerja di Jerman. Selain itu, Deutschia Indonesia memberikan fasilitas-fasilitas bagi mereka yang ingin bekerja di Jerman, agar dapat menari minat dan perhatian dari para pekerja. Deutschia Indonesia sebagai lembaga bahasa Jerman meyakinkan kepada para pekerja yang ingin bekerja di Jerman untuk dapat memilih Deutschia Indonesia sebagai tempat belajar bahasa Jerman mereka dan terkait dengan pencarian perusahaan di Jerman.

Dipilihnya Deutschia Indonesia sebagai sebagai bahan penelitian dikarenakan lembaga ini sudah memiliki nilai tambah di tempat sebelumnya. Cabang yang berada di Jakarta adalah perpaduan terbaik dari sistem pengajaran bahasa Jerman dengan skema persiapan bekerja di Jerman. Skema program ke Jerman (*Duale Ausbildung*) ini menjadi nilai plus dari lainnya, dimana di tempat lain seperti Kukche Languages yang hanya menyediakan les bahasa saja, dan Lembaga Indonesia Jerman yang menyediakan kelas khusus yaitu Persiapan Ausbildung yang dimana tidak dengan fasilitas yang diberikan seperti Deutschia Indonesia berikan. Deutschia Indonesia sudah menerbangkan 30 lebih siswa ke Jerman dalam 2 bulan, dan juga sudah menarik perhatian peserta program Ausbildung sebanyak 50 orang dalam rentang awal dibukanya di Jakarta.

Promosi ataupun komunikasi pemasaran yang dilakukan Deutschia Indonesia melewati akun sosial media mereka tersendiri untuk dapat menari minat dan perhatian dari calon pekerja yang melewati program Ausbildung ini. Selanjutnya dipilihnya sosial media seperti Instargam oleh peneliti adalah dimana kumpulan informasi lebih banyak diwadah tersebut, dibandingkan dengan beberapa media lainnya yang disediakan oleh Deutschia Indonesia seperti Web dan TikTok dikarenakan minimnya informasi yang dapat dicari dan digali oleh peneliti agar bisa lebih jelas dalam melakukan penelitian.



Gambar 1.3 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia

Sumber : andi.link-hootsuite-wearesocial

Pemasaran yang dimaksud diatas adalah terkait dengan promosi *online/marketing online* dimana teknik pemasaran ini menggunakan dunia maya sebagai wadah mereka menyebarkan sebuah informasi mengenai promosi dan juga pemasaran sebuah produk. Cara tersebut dinilai efektif karena pengguna internet dan juga *smartphone* di Indonesia memiliki kuantitas yang cukup banyak dan juga militan terkait dengan sebuah informasi yang mereka senangi maupun yang tak mereka senangi.

Deutschia Indonesia German Course menyadari bahwa promosi ini dapat meningkatkan potensi bagi masyarakat Indonesia dalam menggapai harapan untuk bekerja dan memenuhi kebutuhan. Promosi ini dilakukan untuk dapat menggaet pasar yang lebih besar lagi dengan menargetkan anak-anak SMA/SMK di Indonesia untuk

dapat bekerja di Jerman. Promosi tersebut dilakukan untuk mencoba memperkenalkan dunia pekerjaan kepada mereka agar bisa mendapatkan penghidupan yang lebih baik.

Deutschia Indonesia memiliki fasilitas kepada mereka yang ingin menjalani Program Ausbildung, diantaranya adalah : (1) Gaji selama menjalani program mulai dari €1.000/bulan (bruto), (2) Kenaikan gaji setiap tahun, (3) Bantuan akomodasi, makan, tempat tinggal, dan asuransi, (4) Garansi lulus ujian bahasa Jerman, (5) Sertifikasi Internasional, (6) Tersedia pake dana Talangan bagi yang tidak mampu.

Seperti yang dijelaskan diatas fasilitas yang diberikan adalah untuk kemudahan bagi mereka yang ingin mengikuti Program Ausbildung bersama Deutschia Indonesia. Terlebih lagi program ini didukung oleh pemerintah dan juga bentuk kerjasama internal antara pemerintah Jerman dan juga Indonesia.

Fasilitas tambahan yang diberikan Deutschia Indonesia adalah sebagai berikut : (1) *Free* tiket pesawat *One Way*, (2) *Free* pembiayaan Visa, (3) *Cashback* s.d. €350

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Deutschia Indonesia melalui akun @deutschiaindonesia dalam promosi program “Ausbildung Germany”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan Deutschia Indonesia di akun @deutschiaindonesia dalam melakukan promosi mengenai program “Ausbildung Germany”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan bahan perbandingan serta pertimbangan dengan penelitian komunikasi pemasaran yang dilakukan sebuah perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat dalam memberikan kontribusi di bidang akademik dengan menjadi bahan referensi untuk pembelajaran yang bermanfaat di dunia Pendidikan. Lebih lanjut penelitian ini bermanfaat bagi mereka

yang ingin melakukan komunikasi pemasaran terhadap sebuah produk ataupun jasa yang ingin mereka perdagangkan.

1.5 Sistematik Penulisan

Sistematik penulisan dalam penelitian ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematik Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, penelitian sebelumnya disajikan melalui tabel dan kerangka konseptual dari buku-buku yang ditemukan oleh peneliti. Pada penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti memaparkan beberapa penelitian sejenis yang sebelumnya sudah dilakukan sebagai perbandingan antara kelebihan, kebaruan, dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya, lalu konsepnya yang dapat membantu peneliti untuk penyajian datanya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang Metodologi Penelitian yang terdiri dari jenis metode penelitian dan berisi referensi mengenai gambaran umum pada bagaimana Komunikasi Pemasaran Lembaga Bahasa Jerman Melalui Akun @Deutschiindonesia Dalam Mempromosikan Program “Ausbildung Germany”

