

## **PERAN HUMAS DINAS TENAGA KERJA DALAM MEMBERIKAN INFORMASI LAPANGAN PEKERJAAN KEPADA PENCARI KERJA DI SAMARINDA**

**Raymond Chouda<sup>1</sup>**

### **Abstrak**

*Raymond Chouda, (0902055219), Peran Humas Dinas Tenaga Kerja dalam memberikan informasi lapangan Pekerjaan kepada pencari kerja di kota Samarinda, dibawah bimbingan Prof. Dr. Drs. H Adam Idris, M.Si selaku pembimbing I dan Syahrul Syahril, S.Sos. M.Si selaku pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peran Humas Dinas Tenaga Kerja dalam memberikan informasi lapangan Pekerjaan kepada pencari kerja di kota Samarinda.*

*Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau menjabarkan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Dengan menggunakan informan sebagai sumber data, data-data yang disajikan menggunakan data primer dan sekunder melalui wawancara, dokumen, buku-buku dan internet, kemudian teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif dari Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman.*

*Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa Humas Disnaker telah menjalankan fungsinya dan perannya dengan baik dalam memberikan informasi kepada pencari kerja dan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi kerja serta menanggulangi bertambahnya jumlah pengangguran, program peningkatan dan produktifitas tenaga kerja, program peningkatan kesempatan kerja, dan program perlindungan pengembangan lembaga ketenagakerjaan*

**Kata Kunci :** Peran Humas, Informasi Lapangan Pekerjaan

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : Raymondchouda18@gmail.com

## **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini tuntutan akan kebutuhan makin tinggi. Pemenuhan kebutuhan yang secara terus - menerus meningkat mengakibatkan orang semakin berusaha untuk mencapainya hingga sampai pada titik kepuasan yang tinggi. Tapi melihat kondisi sekarang ini, dimana dalam memenuhi kebutuhan orang tersebut dituntut untuk bekerja guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

Sebagaimana diamanatkan dalam UUD 1945 pasal 27 ayat 2 yang menyebutkan bahwa “Setiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”. Sehingga dalam hal ini Pemerintah memberikan jaminan kepada semua orang dalam hal pekerjaan, agar pengangguran dapat ditekan serendah mungkin yang sekaligus menjadikan orang - orang mempunyai kehidupan yang lebih baik dari keadaan sebelumnya.

Disnaker Kota Samarinda diharapkan mampu menangani secara serius dengan memberikan pelayanan serta informasi yang tepat sesuai dengan misi organisasinya yakni pelayanan ketenaga-kerjaan yang memuaskan bagi tenaga kerja, pengusaha, dan masyarakat. Salah satu bidang pelayanan ketenagakerjaan yang menjadi tugas pokok Disnaker Kota Samarinda adalah pelayanan penempatan tenaga kerja yang memberikan kemudahan bagi pencari kerja dan pemberi kerja (pengusaha yang membutuhkan tenaga kerja) untuk bertemu sehingga tercapai suatu hubungan kerja atau penempatan serta memberikan informasi tentang lapangan pekerjaan. Pelayanan ini dimaksudkan untuk memfasilitasi pencari kerja dalam memperoleh pekerjaan yang tepat sesuai dengan keahlian dan keterampilan nya dan pengguna tenaga kerja untuk mendapatkan tenaga kerja yang memenuhi syarat-syarat jabatan yang diperlukan sebagai upaya untuk mewujudkan kesempatan yang sama bagi tenaga kerja untuk memperoleh pekerjaan dan penghasilan yang layak, dengan memperhatikan harkat, martabat, hak asasi manusia dan perlindungan hukum, serta pemerataan kesempatan kerja.

Peran sebagai perantara atau pihak ketiga yang mempertemukan pencari kerja dengan pemberi kerja dalam memberikan informasi pasar kerja, serta memasarkan pencari kerja dan mencari permintaan tenaga kerja dinilai sangat bermanfaat dan dinilai dapat mengurangi jumlah pengangguran, mengingat kondisi pencari kerja maupun pengusaha dihadapkan pada kenyataan bahwa adanya keterbatasan informasi dari kedua belah pihak. (Suroto, 1986) Kesulitan informasi ini disebabkan karena setiap lowongan pekerjaan yang disediakan oleh pengusaha memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Untuk mengisi lowongan yang berlainan, pengusaha memerlukan tenaga kerja dengan tingkat pendidikan keterampilan, dan kemampuan yang betul-betul sesuai. Sehingga tidak semua pelamar kerja akan cocok untuk suatu lowongan tertentu. Di lain pihak, para pencari kerja kekurangan informasi tentang perusahaan mana yang membutuhkan tenaga kerja yang sesuai dengan kemampuan pencari kerja, tingkat upah yang diinginkan, serta kesejahteraan

(jaminan sosial dan lingkungan pekerjaan) yang diinginkan oleh para pencari kerja.

Dibalik terwujudnya pelayanan penempatan tenaga kerja yang berkualitas yang diselenggarakan oleh Disnaker Kota Samarinda, disadari pula akan adanya permasalahan yang mempengaruhi pelayanan tersebut antara lain : minimnya informasi lowongan kerja yang terdaftar di Disnaker Kota Samarinda, fasilitas bursa kerja dengan sistem on line pun masih belum menjangkau seluruh pencari kerja. Berdasarkan pada permasalahan tersebut, Disnaker Kota Samarinda hendaknya meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang baik dengan pihak perusahaan dalam menyiapkan informasi lowongan pekerjaan serta lebih memperkenalkan dan mensosialisasikan websitenya guna merealisasikan layanan bursa kerja online yang bisa menjangkau seluruh masyarakat, karena tidak semua masyarakat paham akan dunia maya. Maka dari itu perlu adanya sosialisasi lebih guna memaksimalkan informasi yang ada di website tersebut.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah adalah Bagaimana Peran Humas Dinas Tenaga Kerja dalam memberikan informasi lapangan Pekerjaan kepada pencari kerja di kota Samarinda ?

### ***Tujuan Penelitian***

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana Peran Humas Dinas Tenaga Kerja dalam memberikan informasi lapangan Pekerjaan kepada pencari kerja di kota Samarinda.

### ***Manfaat Penelitian***

Suatu penelitian tentu akan memiliki manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Oleh karena itu, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Peran Humas Dinas Tenaga Kerja dalam memberikan informasi lapangan Pekerjaan.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### ***Teori S-M-C-R***

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S Singkatan dari *Source* yang berarti sumber atau komunikator, M singkatan dari *Message* yang berarti pesan, C singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan, Effendy (2003:256)

1. *Source* (sumber)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga.

2. *Message* (pesan)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang dikirimkan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

3. *Channel* (media)

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam media massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimanapun setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarkannya.

4. *Receiver* (penerima)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

Jadi, Komunikator pada komunikasi tatap muka hanya menggunakan satu media saja, misalnya bahasa, sedangkan pada komunikasi bermedia seorang komunikator, misalnya wartawan, penyiar atau reporter menggunakan dua media, yakni media primer dan media sekunder.

**Komunikasi Massa**

Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (suratkabar, majalah) atau elektronik (radio dan televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2005: 75).

**Karakteristik Komunikasi Massa**

Menurut Effendy (2003:81-83) berikut adalah karakteristik komunikasi massa:

1. Komunikasi massa bersifat umum (*public*).

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang.

2. Komunikasi bersifat heterogen (*heterogeneous*).

Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, kebudayaan yang beragam, berasal dari lapisan masyarakat, mempunyai perbedaan yang berbeda-beda, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh.

3. Media massa menimbulkan keserempakan

Yang dimaksud dengan keserempakan adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah

4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

Komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dan penyebaran yang misal dan sebagian dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

### ***Efek Komunikasi Massa***

Efek dalam komunikasi massa berkaitan erat dengan media massa itu sendiri. Komunikasi massa itu mempunyai efek merupakan pernyataan yang tidak perlu dibantah. Menurut Nurudin (2007:205), efek berkaitan dengan sejarah kemunculan media massa (yang masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan).

Seperti dinyatakan Donald K. Robert (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2007:217), ada yang beranggapan bahwa efek hanyalah “perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa“. Ketika kita menggunakan media massa, maka yang ingin kita dapatkan dari media massa itu bukanlah alasan mengapa kita menggunakan media massa tersebut, melainkan bagaimana media massa dapat memberikan informasi sehingga dapat menambah pengetahuan, menimbulkan perasaan, dan mendorong kita untuk berperilaku dan bertindak sebagai efek dari pesan yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa.

### ***Fungsi Media Massa***

Dalam buku modul sosiologi komunikasi (Wardhani;2008:24-25), ada 4 fungsi media massa adalah:

a. Fungsi pengawasan

Media massa dapat menyampaikan informasi yang berfungsi sebagai *pengawasan bagi masyarakat* yaitu adanya bahaya di dunia baik akibat gejala alam, peperangan, atau lainnya. Fungsi *pengawasan bagi lembaga* adalah informasi yang berkaitan dengan kebutuhan lembaga-lembaga tertentu seperti informasi mengenai bursa saham, navigasi, lalu lintas dan sebagainya. Fungsi *pengawasan bagi individu*, informasi yang berkaitan dengan kesejahteraan perorangan yang terkait dengan kesejahteraan sosial.

Secara disfungsional, bila informasi yang berkaitan dengan ideologi di masyarakat lain akan menimbulkan perubahan-perubahan. Di tingkat individu bisa menimbulkan kecemasan, timbulnya reaksi privatisasi setelah dibanjiri data yang banyak, timbulnya sikap apatis, narkotisasi (pembiusan).

b. Fungsi Korelasi (interpretasi dan evaluasi)

Fungsi utama interpretasi dan preskripsi adalah untuk mencegah konsekuensi yang tidak diinginkan dari pengkomunikasian berita sebagaimana di

kemukakan di atas. Pemilihan, evaluasi, dan interpretasi berita yang paling penting di lingkungan adalah untuk mencegah terjadinya over stimulasi dan over mobilisasi masyarakat. Secara disfungsional bisa saja menimbulkan pengurangan hak mengkritik individu akibat adanya pengeditan berita. Selain itu juga menyebabkan warga masyarakat kurang berfungsi secara rasional karena informasi yang ada sudah dicerna oleh orang lain lebih dahulu.

c. Fungsi Transmisi Budaya

Fungsi penyampaian norma, nilai dan pengalaman umum serta kebudayaan kepada generasi penerus. Sedangkan disfungsionalnya adalah penyampaian informasi tersebut apakah sudah sesuai dengan kapasitas kemampuan individunya, mengingat informasi di media massa adalah untuk massa yang heterogen

d. Hiburan

Fungsi hiburan adalah melepaskan lelah dan menciptakan suasana santai secara disfungsional, hiburan juga dapat menyebabkan pertentangan dengan bentuk hiburan yang individualistik, kekeluargaan atau sifat pribadi lainnya.

## **PEMBAHASAN**

### **Source ( Sumber )**

Sesuai dengan visi Disnaker kota samarinda, Maka diharapkan seluruh masyarakat pencari kerja dapat terpenuhi kebutuhan informasinya akan lowongan pekerjaan yang tersedia dengan Tersedianya sarana informasi dibidang Tenaga Kerja dan Transmigrasi yang transparan, cepat, akurat, dan akuntabel untuk menyediakan informasi kesempatan kerja dan perluasan lapangan kerja bagi pencari kerja. Dari hasil wawancara yang dilakukan bahwa diharapkan DISNAKER bisa memenuhi semua kebutuhan informasi para pencari kerja dengan meningkatkan pelayanan, sarana informasi dibidang tenaga kerja dan transmigrasi yang transparan, cepat, akurat, dan akuntabel untuk menyediakan informasi dan pelayanan kesempatan kerja dan perluasan lapangan kerja bagi pencari kerja.

Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Samarinda telah menjalankan fungsi dan tugasnya dengan baik. Dengan memaksimalkan apapun yang dibutuhkan oleh masyarakat baik dalam hal informasi lowongan pekerjaan, peningkatan dan produktifitasn kerja, berdasarkan wawancara dengan HUMAS Disnaker maka dapat dijelaskan bahwa Tugas dan fungsi yang telah kami jalankan ialah upaya untuk memberikan informasi kepada pencari kerja dan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi kerja serta menanggulangi bertambahnya jumlah pengangguran, program peningkatan dan produktifitas tenaga kerja, program peningkatan kesempatan kerja, dan program perlindungan pengembangan lembaga ketenagakerjaan

Tugas yang yang dijalan kan disnaker tidak semuanya berjalan dengan lancer ada berbagai kendala yang dihapai dalam melakukan tugas dan fungsinya tersebut, namun disnaker juga telah mengatasi hambatan tersebut dari hasil wawancara penulis dengan Humas Disnaker maka dapat dilihat hambatan yang

dihadapi oleh Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi dalam mengatasi pertambahan jumlah pengangguran yang ada di Kota Samarinda yaitu kurangnya kemampuan, ketrampilan serta pendidikan sumber daya manusia, tingkat kelahiran yang tinggi, dan kurangnya lapangan kerja sehingga mengakibatkan terbatasnya kesempatan kerja. Namun Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Samarinda telah mengatasi hambatan yang kami alami yaitu dengan cara menjalankan kegiatan-kegiatan yang berupa peningkatan kualitas dan produktifitas tenaga kerja, pelayanan, penempatan pembinaan dan pemberdayaan calon tenaga kerja, peningkatan kualitas pelayanan calon tenaga, serta penyelenggaraan Job Fair sebanyak 2 kali dalam 1 tahun.

### **Message (pesan)**

Dalam hal penyampaian informasi kepada masyarakat Disnaker sangat memperhatikan pesan yang disampaikan kepada masyarakat, hal ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat menerima isi dari pesan yang disampaikan. Disnaker mencoba menjangkau komunikasi yang kurang mendapatkan informasi, seperti halnya komunikasi di daerah pedalaman dan juga masyarakat yang memang mempunyai tingkat pendidikan yang rendah. Yang dimana mereka sulit untuk memahami informasi yang diberikan oleh Disnaker. Akses ke Media online pun sangat jarang sekali mereka yang bisa dan mengerti. Kurangnya informasi dalam pekerjaan ini biasanya terjadi pada orang-orang yang berada di desa, serta mereka yang tingkat pendidikannya rendah atau untuk orang yang tidak bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya. Seperti kita ketahui, Disnaker mengadakan Job Fair yang dimana terdiri banyak stand dari beberapa perusahaan yang mencari karyawan. Akan tetapi pemberitahuan acara Job Fair ini biasanya diketahui lewat mulut ke mulut atau informasi yang tidak beredar luas. Maka untuk orang yang kurang bersosialisasi terhadap lingkungan mungkin tidak mengetahui adanya acara Job Fair ini

Penggunaan media memang sangat berpengaruh dalam penyebaran informasi oleh Disnaker. Frekuensi penggunaannya pun terbilang sangat sering dan bahkan ada beberapa yang hampir selalu digunakan dalam pelaksanaannya. Seperti yang Disnaker lakukan di website, informasi dilakukan secara terus menerus, untuk informasi lowongan kerja saja dilakukan pembaharuan secara rutin guna memudahkan masyarakat dalam melihat dan mencari pekerjaan yang sesuai dengan klasifikasi mereka.

### **Channel ( Media )**

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipakai untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan ataupun menyebarkan dan juga menyampaikan Informasi. Media komunikasi sangat berperan di dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di zaman yang serba modern ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari oleh semua orang, untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita sebab teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, akurat, tepat, mudah, murah, efektif serta

efisien. Berbagi informasi antar negara dan benua di belahan dunia manapun semakin sekarang semakin mudah.

### **1. Brosur**

Brosur merupakan media cetak yang dibuat dan digunakan Disnaker untuk memberikan informasi kepada pencari kerja tentang agenda – agenda yang diadakan oleh disnaker dan beberapa lowongan kerja yang sudah terdaftar di Disnaker. Tujuan pembuatan Brosur ini yaitu untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi tentang lowongan pekerjaan serta informasi terbaru tentang dunia kerja untuk menambah pengetahuan masyarakat terhadap informasi mengenai ketenagakerjaan sehingga pemahaman masyarakat menjadi luas. Tujuan pembuatan brosur yaitu menambah pengetahuan dan mempermudah masyarakat untuk memperoleh informasi secara singkat dan jelas mengenai ketenagakerjaan serta informasi lowongan pekerjaan, sehingga Masyarakat mengetahui dan memahami Tentang informasi tersebut

Brosur yang dibuat oleh Disnaker biasanya berukuran kwarto yang memiliki ukuran cukup luas sehingga Disnaker bisa memberikan informasi dan pesan secara ringkas tentang tentang lowongan pekerjaan serta informasi terbaru tentang dunia kerja kepada masyarakat. Biasanya brosur ini dilipat menjadi 3 bagian, berisikan tulisan dan gambar yang menginformasikan tentang ketenagakerjaan serta informasi-informasi mengenai kegiatan bursa kerja. Dan gambar-gambar yang terdapat di dalam brosur tersebut mengekspos setiap bagian materi yang terdapat di dalam brosur tersebut. Biasanya didalam brosur juga dicetak khusus untuk informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Disnaker, seperti Bursa kerja/job fair. Didalam brosur tersebut dituliskan mengenai tata cara dan mekanisme dalam mengikuti bursa kerja tersebut. Dan juga ada nama – nama perusahaan yang berkontribusi dalam kegiatan tersebut dengan posisi lowongan yang mereka buka.

### **2. Media Cetak dan Media Elektronik**

Pelaksanaan program Disnaker guna memenuhi tersedianya sarana informasi dibidang Tenaga Kerja dan Transmigrasi yang transparan, cepat, akurat, dan akuntabel untuk menyediakan informasi kesempatan kerja dan perluasan lapangan kerja bagi pencari kerja tidak lepas dari peran serta media, baik itu media massa maupun media komunikasi lainnya. Media yang di gunakan dalam program Disnaker tersebut diantaranya adalah media cetak dan juga media elektronik. Dan biasanya juga dilakukan melalui penyuluhan, pelatihan, pembinaan dan pameran. Saat ini Disnaker telah bekerjasama dengan media elektronik dan media cetak yang ada di kota Samarinda ini, untuk mendukung program Disnaker dalam memberikan sarana informasi dibidang Tenaga Kerja dan Transmigrasi yang transparan, cepat, akurat, dan akuntabel. Melalui media elektronik dan media cetak diharapkan informasi mengenai kegiatan maupun informasi lowongan pekerjaan dari disnaker bisa diterima oleh seluruh masyarakat. Jika melalui media cetak biasanya petugas dari Disnaker mengundang para wartawan untuk meliput dan melakukan wawancara kepada petugas



lapangan yang melakukan pelatihan atau seminar persentasi tentang ketenagakerjaan.

Disnaker juga mempunyai media internal yang berupa media cetak seperti Koran yang di publikasikan di internal kantor Disnaker saja. Media komunikasi internal adalah semua sarana penyampaian dan juga penerimaan pesan informasi dikalangan publik internal, dan biasanya bersifat non-komersial. Penerima maupun pengirim informasi yaitu orang-orang publik internal. Media yang dapat digunakan secara internal antara lain, seperti: Surat, telephone, papan pengumuman, house jurnal (Majalah Bulanan), printed Material ( Media komunikasi cetakan), media Pertemuan dan pembicaraan, dan lain – lain. Namun penyampaian informasi tentang program dan informasi dari disnaker bukan hanya disampaikan melalui media cetak saja seperti yang dijelaskan sebelumnya, tapi media elektronik juga, biasanya disampaikan melalui radio dan televise swasta yang ada di samarinda.

### **3. Media Online**

Perkembangan telekomunikasi dan informatika saat ini sangat cepat, berbagai informasi dapat diperoleh dengan mudah. Penggunaan komputer secara online sebagai sarana untuk memperoleh informasi tersebut sudah tidak asing lagi saat ini. Pengiriman dan pengambilan informasi dapat dilakukan dengan cepat melalui sistem komputer yang terhubung satu dengan yang lain dalam satu jaringan. Perkembangan jaringan dari yang semula sekedar server penyedia data statis menjadi server yang dapat memberikan informasi yang bersifat waktu nyata (real time). Disnaker terus berinovasi dan berbenah diri guna memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakatnya, memberikan informasi yang cepat dan akurat, maka disnaker membuat website yang berisi segala informasi lowongan pekerjaan yang di perbaharui setiap saat.

Website Bursa Kerja secara online mengacu pada tingkat kebutuhan akan lowongan pekerjaan yang dapat secara cepat diterima maupun dikirim oleh pihak perusahaan maupun pihak pencari kerja. Banyak sekali mereka yang telah lulus bersaing untuk memperoleh suatu pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya dan diharapkan lewat aplikasi yang dibuat ini, para pencari kerja dapat dengan mudah dan cepat untuk mengakses lowongan pekerjaan yang diinginkan. Di website Disnaker juga tersedia berbagai info kegiatan dari Disnaker tidak hanya terbatas dengan informasi mengenai lowongan pekerjaan saja, tapi banyak informasi mengenai ketenagakerjaan di dalam website tersebut, dokumentasi kegiatan oleh Disnaker juga ditampilkan dalam website tersebut serta agenda – agenda yang akan dilakukan oleh Disnaker Kota Samarinda.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan

Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Dalam hal penyebaran informasi Disnaker juga menggunakan beberapa media Sosial yang ada, guna untuk menjangkau khalayak lebih mudah lagi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Disnaker juga mempunyai beberapa jejaring sosial diantaranya Facebook, dan Twitter. Media sosial merupakan alat informasi dan promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan informasi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan dalam penyebaran informasi bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau khalayak. Media sosial seperti blog, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi sebuah instansi / perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

### **Receiver (Penerima)**

Mengenai penerima pesan yaitu para pencari kerja, mereka berpendapat Disnaker sudah memberikan pelayanan yang sangat baik dan memberikan informasi yang cukup jelas. Dari hasil wawancara bahwa Informasi yang didapatkan di Disnaker sejauh ini cukup jelas, dari brosur yang di temple di papan pengumuman hingga website. Informasi mengenai lowongan pekerjaan selalu ditampilkan jika ada informasi baru. Jadi pembaharuan informasi sangat rutin dilakukan oleh Disnaker. Para pencari kerja yang baru saja lulus dari perguruan tinggi mengaku sangat terbantu dengan diadakannya Job Fair. Dengan diadakannya Job Fair, mereka merasa sangat terbantu sekali, di Job Fair ada berbagai macam lowongan yang tersedia, para pencari kerja bisa langsung di

wawancara setelah memberikan berkas lamaran nya, penyelenggaraan Job Fair menjadi bentuk sinergitas antara perusahaan dan pencari kerja untuk saling mengisi. Sehingga dapat menekan jumlah pengangguran yang di Kota Samarinda. Dan juga *Job fair* ini dapat memberikan kemudahan kepada pencari kerja. Dalam kegiatan ini pencari kerja dapat melamar pekerjaan pada beberapa perusahaan sekaligus dan juga pencari kerja tidak dipungut biaya atau gratis. Tentunya ini sangat membantu dan tidak boleh dilewatkan.

Kepala Disnaker berharap bahwa dengan diadakannya job fair dapat mempermudah masyarakat yang ingin mencari kerja dan dapat mengurangi angka pengangguran yang ada, melalui *job fair* ini, diharapkan, para pencari kerja dapat mengisi posisi lowongan pekerjaan yang ditawarkan dengan memilih langsung jenis pekerjaan sesuai dengan bakat, minat dan keahlian yang dimiliki. Bila belum bisa mengisi lowongan yang ada, diharapkan para pencari kerja tidak berputus asa karena *job fair* ini dapat digunakan untuk mengukur potensi diri sehingga dapat meningkatkan kompetensinya baik di dunia pendidikan formal maupun melalui lembaga pelatihan kerja swasta ataupun Balai Latihan Kerja Pemerintah yang telah di tingkatkan kapasitasnya setiap tahun.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Humas Disnaker telah menjalankan fungsinya dan perannya dengan baik dalam memberikan informasi kepada pencari kerja dan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi kerja serta menanggulangi bertambahnya jumlah pengangguran, program peningkatan dan produktifitas tenaga kerja, program peningkatan kesempatan kerja, dan program perlindungan pengembangan lembaga ketenagakerjaan
2. Media yang dipakai sangat efektif menjangkau masyarakat yang ingin mencari informasi lowongan pekerjaan, masyarakat juga sangat terbantu dengan adanya media yang diberikan oleh Disnaker seperti website yang setiap saat informasi yang diberikan selalu diperbaharui.

### **Saran**

Dari pemaparan kesimpulan diatas dan setelah dilakukan penelitian, ada beberapa saran bagi Peran Humas Dinas Tenaga Kerja dalam memberikan informasi lapangan Pekerjaan kepada pencari kerja di kota Samarinda :

1. Perlu adanya sosialisasi bagi masyarakat yang ada di pelosok, agar informasi yang disampaikan bisa diterima semua khalayak yang ada, tidak hanya terbatas pada masyarakat di kota saja.

### **Daftar Pustaka**

Ardianto, Elvinaro, Komala, Lukiati, danKarlinah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia.

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: RinekaCipta.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Jefkins, Frank dan Daniel, Yadin. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kennedy, Jhon E. & Soemanagara, Dermawan R. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Cetakan Ketiga, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-dasar Humas*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan? 1<sup>st</sup> edition*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Rakhmat, Jalaludin. 1996. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rusady. 2004. *Etika Kehumasan Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Scott, M. Cutlip, dkk. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 2002. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbit Universitas Terbuka.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumadiria, AS Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Jakarta, Simbiosis Rekatama Media. *Indonesia*. <http://www.retyan.com/index.php> (diakses 10 September 2014 ).