

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK KEMNAKER RI DALAM KAMPANYE DIGITAL APLIKASI SIAPKERJA

ENDAH KURNIA RAHMADHANI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “Strategi Komunikasi Publik Kemnaker RI dalam Kampanye Digital Aplikasi SIAPkerja” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Endah Kurnia Rahmadhani
J0301211129

ABSTRAK

ENDAH KURNIA RAHMADHANI. Strategi Komunikasi Publik Kemnaker RI dalam Kampanye Aplikasi SIAPkerja. Dibimbing oleh ANDRIYONO KILAT ADHI dan ALFI RAHMAWATI.

Transformasi digital mendorong pemerintah untuk mengembangkan aplikasi SIAPkerja sebagai solusi akses ketenagakerjaan. Namun, tingkat adopsinya masih rendah akibat kurangnya pemahaman publik. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi publik yang diterapkan Kementerian Ketenagakerjaan RI dalam kampanye digital aplikasi SIAPkerja, serta dampaknya terhadap peningkatan pengguna. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Hasil menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik memanfaatkan media sosial, kolaborasi dengan mitra strategis, dan penyusunan pesan yang adaptif sesuai segmen audiens. Strategi ini berdampak positif terhadap peningkatan pemahaman masyarakat dan penggunaan fitur aplikasi. Temuan ini menunjukkan pentingnya komunikasi partisipatif dalam kampanye digital layanan publik. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi digital berbasis pelayanan ketenagakerjaan.

Kata kunci: aplikasi SIAPkerja, kampanye digital, komunikasi publik, ketenagakerjaan, strategi komunikasi.

ABSTRACT

ENDAH KURNIA RAHMADHANI. Public Communication Strategy of the Ministry of Manpower of the Republic of Indonesia in the Digital Campaign for the SIAPkerja Application. Supervised by ANDRIYONO KILAT ADHI and ALFI RAHMAWATI.

Digital transformation drives the government to develop the SIAPkerja application as a solution for employment access. However, its adoption rate remains low due to limited public understanding. This study aims to examine the public communication strategy implemented by Indonesia's Ministry of Manpower in the SIAPkerja digital campaign and its impact on user growth. The research used a qualitative case study approach through in-depth interviews, observations, and document analysis. The results show that the communication strategy utilized social media, strategic partnerships, and adaptive messaging tailored to audience segments. These efforts positively influenced public awareness and application usage. The findings highlight the importance of participatory communication in digital public service campaigns. This study contributes to the development of digital communication strategies in employment services.

Keywords: communication strategy, digital campaign, employment, public communication, SIAPkerja application.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK KEMNAKER RI DALAM KAMPANYE DIGITAL APLIKASI SIAPKERJA

ENDAH KURNIA RAHMADHANI

Tugas Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Tugas Akhir: Ika Sartika, SSn MSn

Judul : Strategi Komunikasi Publik Kemnaker RI dalam Kampanye Digital
Aplikasi SIAPkerja
Nama : Endah Kurnia Rahmadhani
NIM : J0301211129

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi



Pembimbing 2:
Alfi Rahmawati S.K.Pm., M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., MP
NIP. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:
Sabtu, 12 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah Strategi Komunikasi Publik dengan judul “Strategi Komunikasi Publik Kemnaker RI dalam Kampanye Digital Aplikasi SIAPkerja”. Dalam perjalanan menulis karya ilmiah yang tidak selalu mudah ini, penulis menyadari bahwa pencapaian ini bukanlah hasil usaha pribadi semata, tetapi buah dari doa, dukungan, ilmu, dan cinta dari begitu banyak sosok luar biasa.

Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, saya mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada Bapak Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi dan Ibu Alfi Rahmawati, S.K.Pm., M.Si atas segala bimbingan, kesabaran, dan ilmu yang telah diberikan. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Bapak Ika Sartika, SSn MSn selaku penguji, Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T sebagai Dekan, Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., MP sebagai Ketua Program Studi, serta seluruh dosen Komunikasi di Sekolah Vokasi IPB University yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya.

Saya juga menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada Bapak Ahmad Rojali dari Komisi IX DPR RI atas kontribusi dalam penelitian ini, dan kepada Bapak Subhan, Bapak Arif Rahman, dan Ibu Ayu Puspita Sari dari Kementerian Ketenagakerjaan RI yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk mendukung tersusunnya tugas akhir ini. Rasa hormat dan cinta saya tujukan kepada para guru yang telah memotivasi saya dalam meraih pendidikan yaitu Alm. Bapak Alam Syarifuddin, Alm. Bapak Atung Ramdan, dan Almh. Ibu Tina Sumartina yang dedikasinya tak lekang oleh waktu.

Dari lubuk hati yang terdalam, saya mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Machsun dan Ibu Sri Wahyuni atas doa yang tak pernah putus dan kasih sayang yang tak terbatas. Kepada kakak-kakakku tersayang Alif Abdul Basith, Pajar Arifin, Hena Sonia Pratiwi, Risya Rengganis, dan Surnawati serta adik-adikku tersayang, Reiza Mahendra, Andini Meylani, dan Elizabeth Marsya, terima kasih atas pertemuan dan canda tawa yang selalu membuat rindu. Tak lupa untuk sahabat-sahabatku Humaira, Wulan Octiviani, Sausan Nabilah Putri, Ahmad Hudzaifah Adam, Avivi Hilwana A, dan Rosmalina, terima kasih atas setiap tawa, air mata, dukungan dan motivasi dalam hidupku. Terima kasih menjadi segala sesuatu yang pelik bisa diselesaikan dengan peluk. Kalian adalah bukti bahwa kebersamaan bukan soal darah, tapi tentang hati yang saling menjaga. Tak lupa, terima kasih kepada seseorang pemilik NIM 2206058746 dengan sorot matanya yang teduh dan senyumannya yang manis, ia hadir sebagai semangat yang diam-diam saya kagumi setiap waktu.

Tugas akhir ini adalah bukti bahwa cinta, dukungan, dan doa yang tulus dapat menjelma menjadi kekuatan luar biasa. Semoga karya ini menjadi amal kebaikan dan manfaat bagi semua yang terlibat dalam prosesnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Komunikasi	5
2.2 Komunikasi Publik	7
2.3 Kampanye Digital	11
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Analisis SWOT	22
III METODE	
3.1 Lokasi Waktu	27
3.2 Data dan Instrumen	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Subyek Penelitian	29
3.5 Informan Penelitian	29
3.6 Keabsahan Data	30
3.7 Teknik Analisis Data	30
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	31
4.2 Strategi Komunikasi Publik Kemnaker RI Kampanye Digital Aplikasi SIAPkerja	40
4.3 Dampak Strategi Komunikasi Publik Terhadap Peningkatan Jumlah Pengguna dan Pemanfaatan Fitur Aplikasi SIAPkerja	63
V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77
RIWAYAT HIDUP	83



DAFTAR TABEL

1 Penelitian Terdahulu	16
2 Analisis SWOT Penelitian Terdahulu	23
3 Informan Penelitian	29
4 Jumlah Pengunduh Aplikasi SIAPkerja	63
5 Kenaikan Android 2022-2023	63
6 Kenaikan Android 2023-2024	63
7 Kenaikan Android 2024-2025	64
8 Kenaikan iOS 2022-2023	64
9 Kenaikan iOS 2023-2024	64
10 Kenaikan iOS 2024-2025	65
11 Jumlah Pengguna yang Registrasi Aplikasi SIAPkerja	66
12 Penurunan Tahun 2022-2023	66
13 Penurunan Tahun 2023-2024	66
14 Penurunan Tahun 2024-2025	66
15 Jumlah Pengunjung SIAPkerja	67
16 Jumlah Pengunjung Aplikasi SIAPkerja	67
17 Jumlah Pengunjung KarirHub, SkillHub, BizHub, dan SertiHub	68

DAFTAR GAMBAR

1 Struktur Kemnaker RI	32
2 Lambang Kementerian Ketenagakerjaan	33
3 Logo Aplikasi SIAPkerja	36
4 Registrasi Akun SIAPkerja	37
5 Fitur Utama SIAPkerja	39
6 Konten Infografis Sertihub	42
7 Konten <i>Reels</i> Karirhub	42
8 Konten <i>Live Session</i>	44
9 Konten Manfaat SIAPkerja	44
10 Konten Pengumuman Perppu	45
11 Konten Diskusi	45
12 Konten Video Tutorial Aplikasi SIAPkerja	46
13 Konten Video <i>Talkshow</i> Ketenagakerjaan	46
14 Data <i>Tren Mentions</i> Maret	47
15 Data <i>Tren Mentions</i> April	47
16 Sentimen Publik Maret	48
17 Sentimen Publik April	48
18 <i>Reach vs Engagement Comparison Timeline</i> Maret	49
19 <i>Reach vs Engagement Comparison Timeline</i> April	49
20 Konten Infografis	51
21 Konten Video Tutorial Pemulihan Akun	51
22 Konten Hashtag SIAPkerja	52
23 <i>Social Media Listening Tools</i>	54
24 Panduan SIAPkerja SSO	55
25 Pendaftaran Akun	56
26 PUSDATIK <i>On Progress</i>	57
27 Webinar Sosialisasi SIAPkerja	60
28 RAN di Acara Naker Fest	61
29 Konten Video Kebijakan Non-Diskriminatif	61
30 Konten <i>Reels</i> Sertihub	62
31 Iklan Fitur Karirhub	63



DAFTAR LAMPIRAN

1 Transkrip Wawancara	77
2 Dokumentasi dengan Internal Kementerian Ketenagakerjaan RI	82
3 Dokumentasi dengan pihak Akademisi Sekolah Vokasi IPB University	82