

Strategi Komunikasi Kemnaker RI dalam Meningkatkan Employability di Indonesia Melalui Naker Fest 2024

Salsabila Putri Rahayu¹, Ganis Tri Setyaning², Nur Fitri Sofyan Putri³, Farikha Rachmawati⁴

¹⁻⁴Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

E-mail: 22043010062@student.upnjatim.ac.id

Abstract

Naker Fest 2024 is one of the programs organized by the Ministry of Manpower of the Republic of Indonesia (Kemnaker RI), which is conducted on a large scale and involves many stakeholders. The involvement of various parties in the implementation of Naker Fest 2024 requires an effective communication strategy to ensure that the event achieves its objectives. The research method used in this study is a descriptive qualitative approach through interviews with the Chairperson of Naker Fest 2024 and a member of the organizing committee from BPVP Surakarta. The results of this study show that the communication strategy of Kemnaker RI in organizing Naker Fest 2024 to enhance employability in Indonesia has been successful, as evidenced by several indicators that have been achieved.

Keywords: *communication strategy, Naker Fest 2024*

Abstrak

Naker Fest 2024 merupakan salah satu program dari Kemnaker RI yang dalam pelaksanaannya dilakukan secara besar-besaran serta melibatkan banyak pihak. Keterlibatan banyak pihak dari pelaksanaan Naker Fest 2024 ini diperlukan sebuah strategi komunikasi yang tepat agar pelaksanaan Naker Fest 2024 dapat mencapai tujuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif melalui interview dengan Ketua Pelaksana Naker Fest 2024 dan salah satu Panitia Naker Fest 2024 dari BPVP Surakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 untuk meningkatkan employability di Indonesia terbilang berhasil, dibuktikan dengan beberapa indikator keberhasilan yang telah berhasil dicapai.

Kata Kunci: strategi komunikasi, Naker Fest 2024

Pendahuluan

Naker Fest merupakan salah satu *event* besar dari Kemnaker RI yang kembali digelar di tahun 2024. Kemnaker RI yang telah mendapat beberapa penghargaan seperti meraih penghargaan Merdeka Awards 2023 atas berbagai terobosan dan gagasan yang telah diberikan kepada negeri, meraih penghargaan kategori Pengelolaan Komunikasi Terbaik dan Pengelolaan Media Massa Terbaik pada Ajang Tempo Ministry Award 2022 dan masih banyak lagi, kini kembali menunjukkan tanggung jawabnya terhadap negeri melalui acara Naker Fest 2024 dengan mengusung tema “Akselerasi Transformasi Ketenagakerjaan untuk Indonesia Emas 2045” yang digelar di JIEXPO Kemayoran Jakarta Pusat selama tiga hari (Jonanda, 2024). Diadakannya kegiatan besar-besaran berupa Naker Fest 2024 oleh Kemnaker RI ini menunjukkan salah satu kerja nyata yang dilakukan oleh Kemnaker RI dalam ikut andil untuk menjawab segala permasalahan pada bidang ketenagakerjaan dan juga para *jobseeker* melalui berbagai rangkaian acara yang dikemas dalam Naker Fest 2024 kali ini.

Serangkaian acara yang ada dalam Naker Fest 2024 adalah Naker Award, Job Fair, Festival Vokasi dan juga Tenaga Kerja Mandiri (TKM) Expo (Khoreiza, 2024) . Keempat serangkaian acara inti dari Naker Fest 2024 ini didalamnya berisi kegiatan inti yang berbedabeda, seperti Naker Award akan berisi tentang penghargaan yang diberikan kepada delapan perusahaan terbaik dengan beberapa kriteria yang diajukan sebagai persyaratan. Salah satu kriteria dari perusahaan yang akan masuk nominasi sebagai penerima penghargaan adalah perusahaan dengan “Zero Accident” (Biro Humas Kemnaker, 2024).

Selain terdapat kegiatan yang berisi apresiasi kepada sebuah perusahaan, Kemnaker RI melalui Naker Fest 2024 ini juga terdapat kegiatan inti lainnya yang akan berfokus pada pemberian informasi kepada *jobseeker* terutama angkatan kerja muda untuk dapat saling terhubung dengan perusahaan sebagai wadah pemberi lapangan

pekerjaan. Segala kegiatan yang berkaitan dengan informasi dunia kerja dikemas dalam serangkaian acara *Job Fair* dan juga Festival Vokasi. Selain itu, Kemnaker RI melalui kegiatan Naker Fest 2024 ini juga mencoba untuk memberikan dukungan penuh pada pelaku usaha mandiri melalui serangkaian acara yang dikemas dalam TKM Expo sebagai usaha untuk mengatasi permasalahan pengangguran di Indonesia saat ini (Biro Humas Kemnaker, 2021).

Seperti yang kita ketahui, Indonesia sebagai negara berkembang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak, memiliki tantangan yang cukup besar dalam hal penyediaan kesempatan kerja bagi para angkatan kerja. Hingga saat ini jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 4,82% per Februari 2024 membuktikan bahwasannya masih rendahnya kesempatan kerja yang didapat oleh para angkatan kerja serta masih kurangnya pengetahuan masyarakat terkait dengan lingkup dunia pekerjaan (Badan Pusat Statistik, 2024). Dalam hal ini Kementerian Ketenagakerjaan RI memiliki peran strategis dalam upaya mengatasi tantangan tersebut. Hal ini karena sebagai salah satu instansi pemerintah yang memiliki tanggung jawab dalam bidang ketenagakerjaan, Kemnaker RI harus terus berupaya untuk meningkatkan SDM Indonesia agar masyarakat siap untuk terjun langsung menghadapi pasar kerja global.

Upaya yang dapat dilakukan untuk menjawab permasalahan tersebut adalah melaksanakan sebuah program yang berfokus pada kesejahteraan dan kebutuhan masyarakat (Kotler & Lee, 2005 dalam Arief et al., 2020). Program seperti ini biasanya dikategorikan sebagai program CSR perusahaan sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan terhadap sosial masyarakat. *Corporate Social Responsibility* atau CSR menurut *World Bank Group* merupakan sebuah program dari perusahaan yang berusaha untuk menunjukkan komitmen bisnis sebagai upaya untuk memberikan kontribusi pada bidang pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dilakukan dengan cara bekerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan, masyarakat umum, ataupun komunitas sekitar perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui

berbagai cara yang bermanfaat baik untuk pembangunan maupun lingkup usaha (Arief et al., 2020).

Naker Fest 2024 tahun ini cukup banyak melibatkan banyak pihak karena pelaksanaan acara yang digelar secara besar-besaran. Naker Fest 2024 menyediakan layanan pelatihan dan penyuluhan keterampilan, serta memberikan jembatan bagi perusahaan-perusahaan yang sedang mencari pekerja dengan para pencari kerja baik secara *offline* maupun *online*. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah strategi komunikasi yang efektif agar tujuan-tujuan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut dapat berjalan secara optimal.

Strategi komunikasi yang dapat diterapkan oleh Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 dalam peningkatan *employability* di Indonesia adalah dengan menggunakan strategi komunikasi efektif menurut Armawan dan strategi komunikasi menurut Effendy.

Strategi komunikasi efektif menurut Armawan mencakup tentang penentuan perencanaan, sasaran dan tujuan, pembentukan pesan, serta evaluasi (Armawan, 2021). Sedangkan strategi menurut Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah panduan untuk perencanaan komunikasi serta manajemen komunikasi dalam mencapai sebuah tujuan (Zabrina & Darmawan, 2021). Terdapat beberapa macam strategi komunikasi yang dijabarkan oleh Onong Uchjana Effendy. Beberapa macam strategi komunikasi tersebut meliputi strategi adaptasi, strategi afirmasi, strategi negosiasi, strategi akomodasi serta strategi persuasi. Ciri pada strategi komunikasi menurut Effendy ialah, strategi adaptasi yang memfokuskan pada pesan serta karakter audiens, strategi afirmasi terkait dengan identitas serta kepentingan audiens, strategi negosiasi tentang aspek mencapai kesepakatan, strategi akomodasi berfokus pada bahasa dan gaya komunikasi serta strategi persuasi adalah tentang mempengaruhi audiens melalui sebuah argument (Zabrina & Darmawan, 2021). Pemilihan macam strategi komunikasi ini sangat penting untuk dapat dipertimbangkan secara matang oleh Kemnaker RI untuk pelaksanaan acara Naker Fest 2024. Hal ini karena strategi komunikasi yang dipilih

nantinya mampu mempengaruhi persepsi publik terhadap pentingnya pelaksanaan Naker Fest 2024 sebagai wadah peningkatan *employability* dan keterampilan masyarakat untuk menghadapi pasar global.

Oleh sebab itu, urgensi dari penelitian ini adalah terletak pada pemahaman tentang pentingnya penerapan strategi komunikasi serta mengevaluasi strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh Kemnaker RI pada pelaksanaan Naker Fest 2024. Dalam upaya menelaah untuk mencari tahu strategi komunikasi Kemnaker RI dalam meningkatkan *Employability* melalui Naker Fest 2024, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Ketua Pelaksana Naker Fest 2024 dan salah satu panitia BPVP Surakarta yang turut serta dalam acara Naker Fest 2024. Penelitian ini nantinya akan menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berisi tentang pembahasan dari strategi komunikasi Kemnaker RI dalam meningkatkan *employability* di Indonesia melalui Naker Fest 2024.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui atau menemukan sebuah fenomena yang akan digambarkan melalui kata-kata. Metode Kualitatif menurut Bogdan dan Taylor ini merupakan sebuah penelitian yang dapat menghasilkan data-data deskriptif dalam bentuk lisan maupun kata-kata yang tertulis yang didapat dari perilaku atau orang-orang yang sedang diteliti (Hasby, 2017 dalam Amin et al., 2022) . Penelitian menggunakan metode kualitatif ini juga bertujuan untuk dapat memberikan sebuah gambaran dalam bentuk naratif terhadap sebuah kegiatan yang telah dilakukan serta dampak yang dihasilkan atau dirasakan (Erickson, 2018 dalam Rachmawati et al., 2022). Hal tersebut memiliki kesesuaian dengan penelitian ini yang akan menggali tentang seberapa efektif strategi komunikasi Kemnaker RI untuk menyukseskan Naker Fest 2024 dalam rangka meningkatkan *employability* di Indonesia.

Jenis metode penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan

metode penelitian dengan melakukan observasi terhadap suatu fenomena dengan meminta seseorang ataupun kelompok untuk menceritakan terkait fenomena tersebut (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021) . Hasil dari penelitian kualitatif deskriptif ini akan banyak berupa kata-kata dan bukan angka. Pemilihan metode penelitian kualitatif deskriptif pada penelitian ini karena peneliti ingin melakukan sebuah analisis terkait dengan strategi komunikasi Kemnaker RI dalam meningkatkan *employability* di Indonesia melalui Naker Fest 2024 secara mendalam dan nantinya hasil dari penelitian ini akan berupa bahasan dalam bentuk kata-kata.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara. Wawancara merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dengan cara bertukar informasi melalui tanya jawab oleh dua orang atau lebih yang nantinya akan membentuk sebuah makna atas topik yang sedang diteliti (Pratiwi, 2017 dalam Rachmawati et al., 2022). Kegiatan wawancara ini nantinya akan terdapat narasumber dan pewawancara yang melakukan tanya jawab untuk mendapatkan jawaban yang dibutuhkan dari penelitian yang dilakukan (Amin et al., 2022).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari wawancara langsung dengan ketua pelaksana “Naker Fest 2024” dan salah satu panitia BPVP Surakarta yang turut serta dalam Naker Fest 2024. Sedangkan untuk data sekunder dari penelitian ini adalah jurnal-jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 terbilang berhasil. Beberapa hal yang membuktikan keberhasilan dari strategi komunikasi dari Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024, yakni :a) Masyarakat yang hadir pada Naker Fest 2024 melebihi target, yakni sebesar 25.370 masyarakat yang hadir langsung pada Naker Fest 2024 di JIEXPO Kemayoran. Target awal yang ditetapkan oleh Kemnaker RI adalah sebesar 25.000 pengunjung (Kementerian Ketenagakerjaan, 2024), b) Jumlah perusahaan yang ikut andil dalam

Naker Fest 2024 melebihi target yang direncanakan yakni sebanyak 218 perusahaan dengan target awal adalah 110 perusahaan, c) Jumlah lowongan kerja yang tersedia melebihi target, yakni 178.162 lowongan kerja dengan target awal adalah 110.000 lowongan pekerjaan. Selain itu, menurut hasil (wawancara dengan Hery Budoyo, 2024) adanya jumlah lamaran pekerjaan yang masuk sebanyak 80.969 lamaran, menunjukkan bahwa Kemnaker RI mampu memotivasi masyarakat untuk melakukan tindakan terkait dengan peningkatan kesempatan kerja melalui wadah Naker Fest 2024 yang telah disediakan.

A. Strategi Komunikasi Kemnaker dalam pelaksanaan Naker Fest 2024

Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fet 2024 untuk meningkatkan *employability* di Indonesia ini menetapkan strategi komunikasi efektif dengan memperhatikan beberapa aspek, seperti *planning*, sasaran dan tujuan, pembentukan pesan, pemilihan media serta evaluasi. Aspek *planning* atau perencanaan ini berkaitan tentang penyusunan strategi yang akan memberikan arahan sebuah perencanaan program, arah dan tujuan komunikasi yang dimulai dari proses paling awal yakni persiapan hingga penyampaian pesan kepada publik (Armawan, 2021). Dalam aspek *planning*, Kemnaker RI telah mengonsep sedemikian rupa terkait dengan latar belakang dari pelaksanaan Naker Fest 2024 serta bagaimana proses perealisasi acara nantinya.

“Konsep dari acara Naker Fest 2024 ini adalah kita ingin menyatukan seluruh informasi ketenagakerjaan dalam satu wadah yakni Naker Fest yang akan memberikan informasi tentang peluang kesempatan kerja bagi masyarakat dengan layanan-layanan yang kami berikan. Layanan yang kami berikan adalah seperti wadah promosi untuk Tenaga Kerja Mandiri (TKM Ekspo), memaparkan layanan pelatihan yang dapat diikuti masyarakat, serta memberikan layanan informasi terkait dengan

lowongan-lowongan pekerjaan yang ada di perusahaan” (wawancara dengan Hery Budoyo, 2024)

Selain itu, dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 ini Kemnaker RI telah berhasil dengan menggunakan strategi komunikasi persuasi dengan melakukan pemilihan tema yang kuat dan sesuai dengan kenyataan yang ada pada dunia kerja saat ini serta mampu menarik perhatian masyarakat hingga mampu mengajak masyarakat untuk mengikuti serangkaian acara Naker Fest 2024.

“Naker Fest 2024 dengan mengusung tema Akselerasi Transformasi Ketenagakerjaan untuk Indonesia Emas 2045 dalam upaya pembangunan jangka panjang terkait dengan kesiapan kompetensi perluasan kesempatan kerja dan daya saing dari masyarakat Indonesia..” (wawancara dengan Hery Budoyo, 2024).

Selain itu, Kemnaker RI untuk menunjang efektivitas strategi komunikasi dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 adalah dengan melakukan pelayanan komunikasi publik secara luring melalui *booth-booth* yang telah disediakan untuk mempermudah akses masyarakat dalam mendapatkan informasi ketenagakerjaan melalui Naker Fest 2024.

B. Strategi komunikasi melalui pelayanan publik secara luring

Kemnaker RI dalam upaya untuk menunjang penyampaian pesan-pesan bagi masyarakat terkait dengan Naker Fest 2024 untuk meningkatkan *employability* di Indonesia ini adalah dengan melakukan komunikasi publik secara luring melalui *booth* pelayanan yang telah disediakan serta dengan menggunakan saluran media sosial. Kedua strategi komunikasi melalui pelayanan online serta *offline* ini dimaksimalkan dengan menggunakan strategi komunikasi yang berbeda.

Strategi komunikasi yang dilakukan secara luring melalui pelayanan *booth* adalah dengan lebih menekankan pada kenyamanan serta kemudahan masyarakat

dalam mengikuti serangkaian Naker Fest 2024. Strategi komunikasi yang dilakukan dalam Naker Fest 2024 secara luring ini adalah dengan memperhatikan pesan serta sasaran dari pesan tersebut. Hal ini sesuai dengan strategi komunikasi adaptasi yang memfokuskan pada penyesuaian pesan dan karakteristik audiens. Strategi komunikasi Adaptasi yang dilakukan oleh Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 ini memberikan kemudahan oleh masyarakat dalam mengakses seluruh layanan yang ada di Naker Fest 2024, sehingga muncul kepuasan dari masyarakat atas layanan yang diterima.

“Pelayanan mulai masuk Naker Fest teman-teman menggunakan akun ‘siap kerja’ jadi memang benar-benar digitalisasi untuk diberi kemudahan untuk orang masuk dulu. Nah untuk masyarakat hendak mengetahui layananlayanan yang ada nanti bisa langsung disampaikan seperti layanan customer service diawal yang tidak ribet untuk aksesnya” (wawancara dengan Hary Budoyo, 2024).

Lalu strategi komunikasi yang dilakukan pada *both* pelayanan dalam Naker Fest 2024 adalah dengan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk dapat bertanya dan menggali informasi seputar lowongan pekerjaan maupun kebutuhan-kebutuhan lain dalam mencari pekerjaan, seperti cara pembuatan CV yang baik.

“Nanti di dalam apabila masyarakat ada yang ingin melamar pekerjaan, di situ akan ada informasi terkait dengan jabatan yang ada termasuk juga apabila tidak bisa membuat CV kita layani dalam bentuk ‘smart class’ ” (wawancara dengan Hery Budoyo, 2024).

Selain itu pelayanan dalam booth Naker Fest 2024 juga mengajak masyarakat untuk langsung praktik dengan berbagai jenis kegiatan yang memungkinkan untuk meningkatkan *skill* dalam dunia kerja, termasuk untuk bisa membuka usaha mandiri. Terdapat beberapa *booth* dengan berbagai tema yang menyediakan pelayanan praktik langsung bagi masyarakat. Salah satunya adalah *booth* dari BPVP Surakarta yang mengangkat tema industri kreatif yang isinya adalah kerajinan batik dan sulam

pita. Melalui *booth-booth* pelayanan yang ada masyarakat bisa langsung mencoba dan praktik membuat batik maupun menyulam.

“Kita mempersilakan pengunjung untuk dapat praktik langsung tentang bagaimana cara membatik, bagaimana sulam pita. Kita juga bantu untuk teknik-tekniknya bagi pengunjung” (wawancara dengan Arya Rosyidianto, 2024)

Komunikasi yang terbentuk dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 oleh Kemnaker RI ini berdasarkan hasil temuan peneliti maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi yang ada sudah terbilang maksimal. Hal ini karena dalam proses komunikasi yang dilakukan Kemnaker RI telah memuat aspek-aspek penting yang ada dalam komunikasi. Selain itu komunikasi yang tercipta dari Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 untuk meningkatkan *employability* di Indonesia menghasilkan *feedback* yang sesuai harapan dari latar belakang pelaksanaan kegiatan Naker Fest 2024.

Kesimpulan

Strategi komunikasi efektif , adaptasi serta persuasi yang diterapkan oleh Kemnaker RI dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 dalam upaya peningkatan *employability* di Indonesia terbukti berhasil. Hal ini karena beberapa indikator keberhasilan pelaksanaan Naker Fest 2024 telah tercapai seperti, jumlah peserta yang hadir melebihi target, adanya partisipasi perusahaan yang melebihi perencanaan awal, banyaknya jumlah lowongan kerja yang tersedia hingga tingginya jumlah masyarakat yang melamar pekerjaan pada berbagai bidang. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Kemnaker RI berhasil memotivasi masyarakat untuk dapat ikut aktif dalam kegiatan Naker Fest 2024. Akan tetapi, keberhasilan pelaksanaan Naker Fest 2024 oleh Kemnaker RI ini harus terus dievaluasi untuk memaksimalkan program-program lain yang mungkin akan digelar di masa yang akan datang.

Ucapan Terima Kasih

Kami memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak penelitian ini tidak mungkin dapat terlaksana. Kami sangat berterima kasih kepada Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, khususnya kepada Ketua Pelaksana Bapak Hery Budoyo dan saudara Arya Rosyidianto selalu perwakilan Panitia BPVP Surakarta dalam pelaksanaan Naker Fest 2024 atas informasi, data, dan kesempatan wawancara yang telah diberikan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Dosen Pembimbing kami Ibu Farikha Rachmawati M, I.KOM yang telah memberikan arahan, masukan serta dukungan selama proses penulisan jurnal ini. Terima kasih atas bimbingan akademis yang tidak hanya membantu kami menyelesaikan penelitian ini, tetapi juga memperluas wawasan kami dalam memahami strategi komunikasi. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, baik secara teknis maupun moril, yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu. Akhir kata, penulis meminta maaf apabila terdapat ketidaksempurnaan dalam penulisan serta berharap penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Referensi

Amin, N. A., Dalima, M. N. A., Dewi, N. R., Putri, S. A. I., Aristin, S. I., Claretta, D., & Rahmawati, D. H. (2022). Peran Humas Jobhun Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Persaingan Pada Masa Pandemi. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*,

2(2), 231–239. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i2.70>

Arief, M., Ratih Khairunnisa, dan, & Moestopo, U. (2020). Strategi Humas Pt Suntory Garuda Beverages Dalam Kegiatan Csr Mizuiku. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 230–240. www.suntory.com

Armawan, I. (2021). Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. *Dawatima Journal Of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), 84–95. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.vii2.498>

Badan Pusat Statistik. (2024). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,82 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,04 juta rupiah per bulan*. Bps.Go.Id.

Biro Humas Kemnaker. (2021). *Perluas Kesempatan Kerja, Kemnaker Gelar TKM Expo*. <https://kemnaker.go.id/news/detail/perluas-kesempatan-kerja-kemnaker-gelar-tkmexpo>

Biro Humas Kemnaker. (2024). *Menaker : Naker Fest 2024 Kunci Menuju Indonesia Emas 2045*. <https://kemnaker.go.id/news/detail/menaker-naker-fest-2024-kunci-menujuindonesia-emas-2045>

Budoyo, H. (2024). *Zoom Interview*.

Jonanda, P. F. (2024). *Naker Fest 2024: Wapres Arahkan Optimalisasi Sistem Informasi Pasar Kerja*. <https://paskerid.kemnaker.go.id/informasi/detail/e6c58abd-8e1c-471c-89539ae163a27b01/publikasi>

Kementerian Ketenagakerjaan. (2024). *Kerangka Acuan Kerja Naker Fest 2024*.

Khoreiza. (2024). *Pesta Ketenagakerjaan Terbesar Tahun Ini! Naker Fest 2024*. <https://paskerid.kemnaker.go.id/informasi/detail/d6bb9f62-94c5-4452-a12c9cb13c4708f3/publikasi>

Rachmawati, F., Wibowo, A. A., & Palupi, G. A. (2022). *Studi Deskriptif Kualitatif Program CSR Pemberian Beasiswa kepada Siswa SMP Masyarakat Berpenghasilan Rendah PDAM Surya Sembada*. 10(2), 460–469.

Rosyidianto, A. (2024). *Telephone Interview*.

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Zabrina, A., & Darmawan, S. (2021). Strategi Komunikasi Amerta Land Dalam Mengimplementasikan Program “Member Get Member.” *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*.