

**LAPORAN TRACER STUDY
ALUMNI TAHUN LULUS 2022
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN**



Studi Pelacakan Lulusan untuk Evaluasi Relevansi
Kurikulum
dan Peningkatan Mutu Pembelajaran

Disusun oleh:
Tim Tracer Study
Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS PAKUAN
Kode PT: 041004
2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Laporan Tracer Study Alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Tahun Lulus 2022 ini dapat diselesaikan dengan baik. Tracer study merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem penjaminan mutu perguruan tinggi yang bertujuan untuk melacak keberadaan, aktivitas, dan pengalaman lulusan setelah menyelesaikan pendidikan tinggi.

Laporan ini merupakan hasil dari serangkaian kegiatan pelacakan alumni yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi. Tracer study ini mengumpulkan data dari 233 responden yang merupakan lulusan tahun 2022. Data yang dihimpun mencakup profil pekerjaan, masa tunggu memperoleh pekerjaan, pendapatan, relevansi pendidikan dengan pekerjaan, serta penilaian terhadap proses pembelajaran dan kompetensi yang diperoleh selama menempuh studi.

Hasil tracer study ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi bagi pengembangan kurikulum, peningkatan mutu pembelajaran, serta penguatan jejaring alumni dengan dunia kerja. Lebih dari itu, laporan ini juga menjadi bentuk akuntabilitas institusi kepada pemangku kepentingan, khususnya mahasiswa, orang tua, dan pengguna lulusan.

Penyusun menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, masukan dan saran konstruktif sangat diharapkan untuk penyempurnaan pelaksanaan tracer study di masa yang akan datang. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh alumni yang telah berpartisipasi, pimpinan perguruan tinggi, serta tim pelaksana yang telah bekerja keras menyelesaikan studi ini.

Bogor, 2022

Dekan,



Prof. Dr. Henny Suharyati, M.Si.

NIP.: 196006071990092001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
RINGKASAN EKSEKUTIF	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Tracer Study	2
1.3 Manfaat Tracer Study	2
1.4 Ruang Lingkup Kegiatan	3
BAB II METODOLOGI	4
2.1 Desain Penelitian	4
2.2 Populasi dan Sampel	4
2.3 Instrumen Penelitian	5
2.4 Teknik Pengumpulan Data	5
2.5 Teknik Analisis Data	6
BAB III PROFIL RESPONDEN	7
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	8
4.1 Status Pekerjaan Alumni	8
4.2 Proses dan Masa Tunggu Mendapatkan Pekerjaan	9
4.3 Profil Tempat Bekerja	10
4.4 Pendapatan Alumni	11
4.5 Relevansi Pendidikan dengan Pekerjaan	12
4.6 Evaluasi Metode Pembelajaran	13
4.7 Analisis Kompetensi Lulusan	14
4.8 Potensi Kewirausahaan Alumni	16
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	17
5.1 Kesimpulan	17
5.2 Rekomendasi	18
DAFTAR PUSTAKA	20

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi dan Tahun Lulus	7
Tabel 4.1	Status Pekerjaan Alumni Tahun 2022	8
Tabel 4.2	Waktu Tunggu Memperoleh Pekerjaan Pertama	9
Tabel 4.3	Intensitas Proses Pencarian Kerja	10
Tabel 4.4	Metode Pencarian Kerja yang Digunakan Alumni	10
Tabel 4.5	Distribusi Jenis Perusahaan Tempat Bekerja	11
Tabel 4.6	Distribusi Skala Instansi Tempat Bekerja	11
Tabel 4.7	Distribusi Rentang Pendapatan Bulanan Alumni	12
Tabel 4.8	Relevansi Bidang Studi dengan Pekerjaan (F14)	12
Tabel 4.9	Relevansi Tingkat Pendidikan dengan Pekerjaan (F15)	13
Tabel 4.10	Penilaian Terhadap Metode Pembelajaran	14
Tabel 4.11	Analisis Kesenjangan Kompetensi Lulusan	15

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tracer Study Alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Tahun Lulus 2022 dilaksanakan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keterserapan lulusan di dunia kerja, relevansi kompetensi yang diperoleh selama perkuliahan dengan kebutuhan dunia kerja, serta masukan strategis untuk perbaikan kualitas pendidikan. Studi ini melibatkan 233 responden yang tersebar di berbagai bidang pekerjaan dan sektor industri.

Temuan utama menunjukkan bahwa sebagian besar alumni telah berhasil memasuki dunia kerja, dengan 53,2% alumni dalam status bekerja (termasuk freelance dan wirausaha), sementara 9,4% tengah menunggu hasil lamaran. Masa tunggu rata-rata untuk memperoleh pekerjaan pertama adalah sekitar 4,2 bulan setelah kelulusan, dengan mayoritas alumni memperoleh pekerjaan di Perusahaan Swasta (36,5%) dan sebagian lainnya di instansi pemerintah/BUMN (7,7%) serta membangun usaha sendiri (3,4%).

Dari sisi pendapatan, rata-rata penghasilan bulanan alumni yang telah bekerja adalah Rp 3.715.701 dengan nilai median Rp 3.000.000. Dalam hal relevansi pendidikan dengan pekerjaan, mayoritas responden menilai bahwa tingkat pendidikan mereka sesuai atau lebih tinggi dibandingkan tuntutan pekerjaan (78,1% kategori Tingkat yang Sama dan Tinggi). Analisis kesenjangan kompetensi mengungkap bahwa pengetahuan di luar bidang keilmuan, Bahasa Inggris, dan keterampilan komputer merupakan area dengan kesenjangan terbesar antara penguasaan saat lulus dan kebutuhan di tempat kerja.

Laporan ini memberikan rekomendasi strategis untuk Program Studi Ilmu Komunikasi dalam rangka mengurangi kesenjangan kompetensi, memperkuat kemitraan dengan industri, serta meningkatkan kesiapan lulusan memasuki dunia kerja.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang kompeten dan siap menghadapi tantangan dunia kerja. Sebagai bagian dari sistem penjaminan mutu, perguruan tinggi berkewajiban untuk tidak hanya memastikan proses pembelajaran berjalan dengan baik, tetapi juga memantau hasil dari proses tersebut, yaitu sejauh mana lulusan dapat terserap dan berkinerja baik di dunia kerja. Salah satu mekanisme yang dikembangkan untuk tujuan ini adalah tracer study atau studi pelacakan lulusan.

Tracer study merupakan studi yang dilakukan secara sistematis untuk menelusuri aktivitas, pengalaman, dan penilaian lulusan setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi. Hasil tracer study menyediakan data empiris yang berharga sebagai dasar evaluasi relevansi kurikulum, efektivitas pembelajaran, dan daya saing lulusan di pasar kerja. Selain itu, tracer study juga menjadi salah satu indikator kinerja utama bagi perguruan tinggi dalam mekanisme akreditasi dan evaluasi berkala.

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan secara rutin melaksanakan tracer study sebagai bagian dari komitmen terhadap peningkatan mutu akademik. Tracer Study tahun 2022 ini difokuskan pada alumni yang lulus pada tahun 2022, dengan periode survei yang memungkinkan alumni memiliki pengalaman kerja awal sehingga dapat memberikan penilaian yang valid terhadap proses pembelajaran yang telah dilaluinya.

Dalam konteks disiplin Ilmu Komunikasi, dunia kerja lulusan sangat beragam, mulai dari industri media konvensional dan digital, perusahaan public relations, periklanan, broadcasting, hingga lembaga pemerintahan dan wirausaha. Keragaman ini menuntut kurikulum yang dinamis, adaptif, dan responsif terhadap perkembangan industri komunikasi yang terus berubah dengan cepat di era digital.

1.2 Tujuan Tracer Study

Tracer Study Alumni 2022 ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Memperoleh data dan informasi yang komprehensif mengenai profil pekerjaan alumni Program Studi Ilmu Komunikasi lulusan tahun 2022, mencakup jenis pekerjaan, bidang industri, skala instansi, dan tingkat pendapatan.
2. Mengukur masa tunggu lulusan dalam memperoleh pekerjaan pertama serta mengidentifikasi metode pencarian kerja yang paling efektif digunakan oleh alumni.
3. Menilai tingkat relevansi antara bidang studi dan tingkat pendidikan yang diperoleh alumni dengan pekerjaan yang digeluti saat ini.

4. Mengevaluasi efektivitas metode pembelajaran yang diterapkan selama masa studi berdasarkan persepsi alumni.
5. Menganalisis kesenjangan (gap) antara kompetensi yang dikuasai alumni pada saat lulus dengan kompetensi yang dibutuhkan dalam pekerjaan aktual.
6. Memberikan rekomendasi strategis bagi Program Studi dalam rangka perbaikan kurikulum, peningkatan mutu pembelajaran, dan penguatan hubungan dengan pemangku kepentingan eksternal.

1.3 Manfaat Tracer Study

Hasil tracer study ini diharapkan memberikan manfaat ganda sebagai berikut:

Bagi Program Studi, hasil tracer study berguna sebagai bahan evaluasi kurikulum, pengambilan keputusan dalam pengembangan program akademik, serta penyusunan strategi peningkatan kualitas proses pembelajaran. Data tracer study juga menjadi salah satu bukti kinerja yang wajib dilaporkan dalam proses akreditasi program studi oleh BAN-PT maupun LAM.

Bagi Mahasiswa, informasi mengenai profil pekerjaan alumni dan kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja dapat menjadi panduan bagi mahasiswa aktif dalam mengelola pembelajaran, memilih bidang peminatan, serta mempersiapkan diri memasuki dunia profesional.

Bagi Alumni, tracer study menjadi sarana untuk tetap terhubung dengan almamater, serta memberikan ruang untuk menyampaikan masukan terhadap perbaikan pendidikan untuk generasi lulusan berikutnya. Tracer study juga dapat menjadi bagian dari penguatan jejaring alumni yang berguna secara profesional.

Bagi Pengguna Lulusan, hasil tracer study memberikan gambaran tentang kualitas lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi yang dapat dipertimbangkan dalam perekrutan dan pengembangan sumber daya manusia.

1.4 Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup tracer study ini mencakup seluruh alumni Program Studi Ilmu Komunika, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan yang menyelesaikan studi pada tahun 2022. Instrumen survei yang digunakan mengikuti kerangka dasar tracer study yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, dengan penyesuaian pada beberapa aspek spesifik Program Studi Ilmu Komunikasi. Dimensi yang dijangkau meliputi aspek sosiodemografis, riwayat pencarian kerja, profil pekerjaan saat survei, pendapatan, penilaian terhadap proses pembelajaran, serta tingkat penguasaan dan kebutuhan kompetensi.

BAB II METODOLOGI

2.1 Desain Penelitian

Tracer study ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain survei cross-sectional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan utama studi adalah memberikan gambaran statistik tentang kondisi alumni secara keseluruhan, serta mengidentifikasi pola-pola umum yang terjadi pada populasi alumni lulusan 2022. Desain cross-sectional digunakan karena data dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu setelah alumni memiliki pengalaman kerja awal, umumnya 1-2 tahun setelah kelulusan.

Pada beberapa aspek tertentu, studi ini juga dilengkapi dengan analisis kualitatif terbatas, khususnya pada pertanyaan terbuka mengenai start-up dan masukan perbaikan. Hal ini dilakukan untuk memperkaya temuan serta memahami konteks yang tidak tertangkap oleh data kuantitatif semata.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam tracer study ini adalah seluruh alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan yang lulus pada tahun 2022. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling, di mana seluruh alumni yang dapat dihubungi diundang untuk berpartisipasi dalam survei. Dari keseluruhan upaya penjangkaran, sebanyak 233 alumni berhasil mengisi kuesioner secara lengkap, sehingga menjadi responden efektif dalam studi ini.

Tingkat partisipasi responden tersebut telah memenuhi ambang batas yang direkomendasikan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi untuk kegiatan tracer study yang representatif. Dengan demikian, hasil studi ini memiliki daya generalisasi yang memadai untuk menggambarkan kondisi seluruh alumni lulusan 2022.

2.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam tracer study ini adalah kuesioner terstruktur yang terdiri atas beberapa bagian utama:

1. Identitas Responden: mencakup Nomor Pokok Mahasiswa (NPM), nama, kontak, program studi, dan tahun lulus.
2. Profil Pekerjaan: mencakup status pekerjaan saat ini, jenis perusahaan, skala instansi, serta nama pengguna lulusan.
3. Proses Pencarian Kerja: meliputi waktu mulai mencari pekerjaan, waktu memperoleh pekerjaan pertama, jumlah lamaran, jumlah respons, dan jumlah wawancara.
4. Pendapatan: pendapatan dari pekerjaan utama, lembur/tips, serta pendapatan dari pekerjaan lainnya.

5. Relevansi Pendidikan: mengukur tingkat keterkaitan bidang studi dan tingkat pendidikan dengan pekerjaan saat ini.
6. Evaluasi Pembelajaran: penilaian terhadap penekanan pada berbagai metode pembelajaran di program studi.
7. Kompetensi: pengukuran tingkat penguasaan 29 kompetensi saat lulus (F17-A) dan tingkat kebutuhannya di tempat kerja (F17-B).
8. Kewirausahaan: informasi tentang alumni yang membuka usaha sendiri (start-up).

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner menggunakan kombinasi skala Likert lima poin (Sangat Tinggi, Tinggi, Sedang, Rendah, Sangat Rendah), pilihan ganda, dan pertanyaan terbuka, disesuaikan dengan karakteristik variabel yang diukur.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring menggunakan platform formulir elektronik yang tautannya disebarluaskan melalui berbagai kanal, antara lain: surat elektronik, grup media sosial alumni, dan pendekatan personal melalui dosen wali. Penggunaan survei daring dipilih karena efisien, hemat biaya, dan memungkinkan alumni yang tersebar di berbagai lokasi geografis untuk berpartisipasi dengan mudah.

Untuk memaksimalkan tingkat respons, dilakukan pengingat berkala (reminder) selama tiga bulan periode survei. Selain itu, ditunjuk pula koordinator angkatan yang bertugas membantu pelacakan alumni yang sulit dihubungi. Data yang masuk kemudian dilakukan pembersihan (data cleaning) untuk menghilangkan entri ganda dan respons yang tidak lengkap sebelum diolah lebih lanjut.

2.5 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif meliputi:

1. Frekuensi dan persentase untuk data kategorikal seperti status pekerjaan, jenis perusahaan, dan skala instansi.
2. Ukuran tendensi sentral (rata-rata, median) dan sebaran (minimum, maksimum, rentang) untuk data numerik seperti pendapatan, masa tunggu, dan jumlah lamaran.
3. Skor rata-rata pada skala Likert untuk mengukur penilaian metode pembelajaran dan kompetensi. Konversi dilakukan dengan skala: Sangat Tinggi/Sangat Besar = 5, Tinggi/Besar = 4, Sedang/Cukup Besar = 3, Rendah/Kurang = 2, Sangat Rendah/Tidak Sama Sekali = 1.
4. Analisis kesenjangan (gap analysis) untuk membandingkan kompetensi yang dikuasai saat lulus (F17-A) dengan kompetensi yang dibutuhkan pekerjaan (F17-B), dihitung melalui selisih skor rata-rata kedua dimensi.

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan narasi yang memberikan interpretasi serta makna strategis dari temuan-temuan yang diperoleh.

BAB III PROFIL RESPONDEN

Tracer Study 2022 berhasil menjangkit 233 responden yang seluruhnya merupakan alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan dengan tahun lulus 2022. Data responden tersebut menunjukkan homogenitas dari sisi program studi dan tahun lulus, sehingga analisis yang dilakukan dapat difokuskan pada dinamika pekerjaan dan kompetensi alumni pada satu kohor yang sama.

Karakteristik demografis responden ini memberikan konteks penting bagi pembacaan hasil analisis pada bab-bab selanjutnya. Mengingat bahwa seluruh responden berasal dari kohor kelulusan yang sama, maka temuan yang dihasilkan mencerminkan kondisi spesifik alumni tahun lulus 2022 dan pasar kerja yang dihadapi pada periode tersebut.

Tabel 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi dan Tahun Lulus

Program Studi	Tahun Lulus	Jumlah Responden	Persentase
Ilmu Komunikasi	2022	233	100,0%
Total		233	100,0%

Kode Perguruan Tinggi Universitas Pakuan yang tercatat adalah 041004. Data responden telah melalui tahap validasi untuk memastikan bahwa seluruh entri merupakan alumni yang benar-benar lulus pada periode yang dimaksud.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Status Pekerjaan Alumni

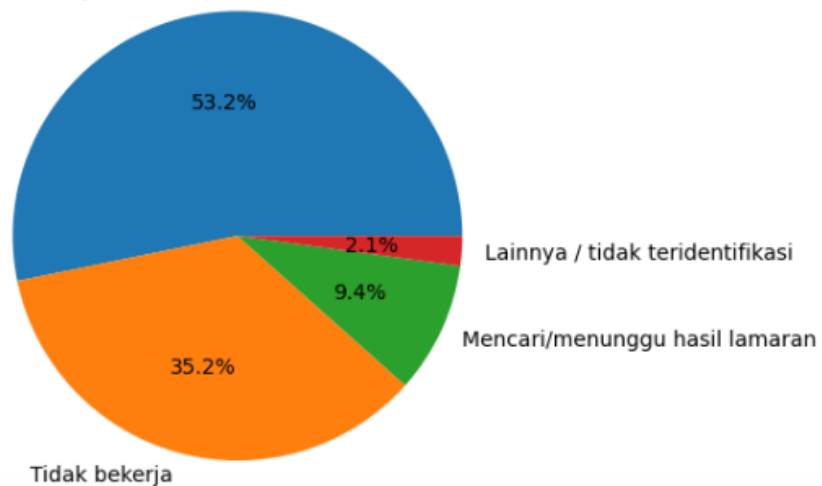
Bagian ini menyajikan gambaran status pekerjaan alumni pada saat survei dilakukan. Pertanyaan F8 menanyakan apakah responden sedang bekerja, termasuk di dalamnya pekerjaan lepas (freelance) dan wirausaha. Dari 233 responden, sebagian besar telah memiliki status bekerja, sementara sebagian lainnya masih dalam proses pencarian atau menunggu hasil lamaran.

Tabel 4.1 Status Pekerjaan Alumni Tahun 2022

Kategori Status	Jumlah	Persentase
Bekerja (termasuk freelance, wirausaha)	124	53,2%
Tidak bekerja	82	35,2%
Mencari/menunggu hasil lamaran	22	9,4%
Lainnya / tidak teridentifikasi	5	2,1%
Total	233	100,0%

Tabel 4.1 Status Pekerjaan Alumni Tahun 2022

Bekerja (termasuk freelance, wirausaha)



Data di atas menunjukkan bahwa 53,2% alumni telah bekerja, baik sebagai karyawan tetap, kontrak, pekerja lepas, maupun wirausaha. Angka ini perlu dibaca dengan konteks bahwa survei dilakukan pada periode yang relatif dekat dengan kelulusan, di mana sebagian alumni masih dalam masa transisi dari dunia akademik ke dunia kerja. Proporsi alumni yang berstatus tidak bekerja (35,2%) mencakup mereka yang sedang melanjutkan studi, sibuk dengan keluarga, atau memang belum aktif mencari pekerjaan.

Sementara itu, 9,4% alumni berada dalam posisi transisi, yakni sudah aktif melamar dan tengah menunggu keputusan dari perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan dinamika pasar kerja sektor komunikasi pasca-pandemi yang masih dalam fase pemulihan. Bidang komunikasi, khususnya yang berhubungan dengan industri kreatif, media digital, dan public relations, terus mengalami pertumbuhan meskipun dengan persaingan yang semakin ketat akibat meningkatnya jumlah lulusan setiap tahun.

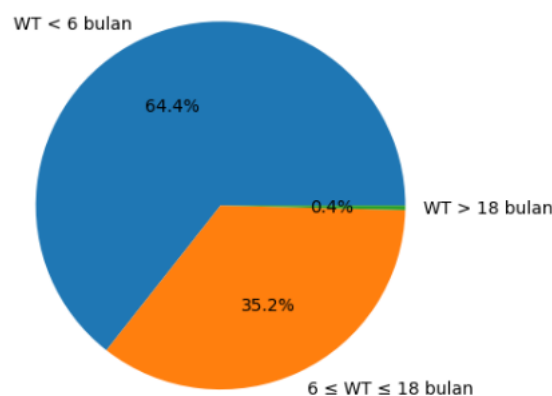
4.2 Proses dan Masa Tunggu Mendapatkan Pekerjaan

Masa tunggu dan intensitas proses pencarian kerja merupakan indikator penting untuk menilai daya saing lulusan di pasar kerja. Semakin pendek masa tunggu dan semakin efisien proses pencarian, semakin baik pula kualitas persiapan lulusan untuk memasuki dunia profesional.

Tabel 4.2 Waktu Tunggu Memperoleh Pekerjaan Pertama

Indikator	Jumlah Responden	Rata-rata (bulan)
Mulai mencari kerja SEBELUM lulus	47	5,8
Mulai mencari kerja SESUDAH lulus	52	3,2
Memperoleh kerja SEBELUM lulus	180	5,8
Memperoleh kerja SESUDAH lulus	174	4,2

Diagram 4.2. Waktu Tunggu Lulusan



Data menunjukkan bahwa sekitar 47 responden mulai aktif mencari pekerjaan sebelum resmi lulus, dengan rata-rata mulai mencari sekitar 5,8 bulan sebelum wisuda. Hal ini merupakan indikator positif bahwa sebagian alumni telah memiliki kesadaran karier yang baik dan mulai membangun jejaring profesional sejak masa akhir perkuliahan. Sementara itu, 52 responden baru mulai mencari pekerjaan sesudah lulus, dengan

rata-rata jeda 3,2 bulan. Adapun masa tunggu rata-rata untuk memperoleh pekerjaan pertama adalah 4,2 bulan setelah lulus bagi mayoritas responden.

Tabel 4.3 Intensitas Proses Pencarian Kerja

Indikator	Rata-rata
Jumlah perusahaan yang dilamar	6,5 perusahaan
Jumlah perusahaan yang merespons	6,4 perusahaan
Jumlah undangan wawancara	4,8 perusahaan

Intensitas proses pencarian kerja menunjukkan bahwa rata-rata seorang alumni melamar ke 6-7 perusahaan, mendapatkan respons dari sebagian besar di antaranya, dan diundang wawancara oleh sekitar 4-5 perusahaan. Rasio respons dan wawancara yang relatif tinggi ini mengindikasikan bahwa kualitas lamaran dan profil alumni cukup kompetitif di mata perusahaan.

Tabel 4.4 Metode Pencarian Kerja yang Digunakan Alumni

Metode Pencarian Kerja	Frekuensi
Melalui relasi (dosen, orang tua, saudara, teman, dll.)	30
Mencari lewat internet/iklan online/milis	28
Membangun jejaring (network) sejak masih kuliah	20
Melamar ke perusahaan tanpa mengetahui lowongan yang ada	15
Membangun bisnis sendiri	13
Dihubungi oleh perusahaan	12
Bekerja di tempat yang sama dengan tempat kerja semasa kuliah	9
Pergi ke bursa/pameran kerja	9

Metode pencarian kerja paling dominan adalah melalui relasi personal dan pencarian melalui internet atau iklan online. Temuan ini menegaskan pentingnya peran jaringan sosial dan digital dalam proses rekrutmen di era saat ini. Metode konvensional seperti bursa kerja masih digunakan namun dengan frekuensi yang lebih rendah. Notable juga bahwa 13 responden menyatakan membangun bisnis sendiri sebagai strategi berkarier, yang mencerminkan semangat kewirausahaan di kalangan alumni.

4.3 Profil Tempat Bekerja

Jenis perusahaan dan skala instansi tempat alumni bekerja memberikan gambaran tentang sektor-sektor yang paling banyak menyerap lulusan Ilmu Komunikasi. Data ini juga berguna untuk mengidentifikasi arah karier dominan alumni dan potensi kemitraan strategis yang dapat dijalin oleh Program Studi.

Tabel 4.5 Distribusi Jenis Perusahaan Tempat Bekerja

Jenis Perusahaan	Jumlah	Persentase
Perusahaan Swasta	85	36,5%
Instansi Pemerintahan (termasuk BUMN)	18	7,7%
Wiraswasta/perusahaan sendiri	8	3,4%
Organisasi Non-Profit/LSM	4	1,7%
Belum bekerja/Tidak diisi	118	50,6%
Total	233	100,0%

Perusahaan swasta menjadi penyerap terbesar alumni Ilmu Komunikasi dengan proporsi 36,5%, diikuti oleh instansi pemerintahan dan BUMN sebesar 7,7%. Profil ini konsisten dengan karakteristik disiplin ilmu komunikasi yang banyak menyumbang tenaga kerja di bidang industri kreatif, media, pemasaran, dan komunikasi korporat, yang didominasi oleh sektor swasta. Proporsi wiraswasta sebesar 3,4% juga menunjukkan adanya semangat kewirausahaan meskipun belum menjadi pilihan mayoritas.

Tabel 4.6 Distribusi Skala Instansi Tempat Bekerja

Skala Instansi	Jumlah	Persentase
Besar	58	24,9%
Cukup Besar	57	24,5%
Sangat Besar	50	21,5%
Nasional	33	14,2%
Regional	28	12,0%
Internasional	5	2,1%
Kurang	2	0,9%
Total	233	100,0%

Dari perspektif skala instansi, mayoritas alumni (70,9%) bekerja di instansi berskala Besar, Cukup Besar, atau Sangat Besar. Sebesar 14,2% bekerja di instansi berskala nasional, dan 2,1% di instansi bertaraf internasional. Temuan ini menggembirakan karena menunjukkan bahwa alumni Ilmu Komunikasi memiliki kapasitas untuk bekerja di instansi-instansi besar yang umumnya memiliki standar rekrutmen yang lebih ketat. Hal ini secara tidak langsung juga mencerminkan tingkat kepercayaan dunia kerja terhadap kualitas lulusan Program Studi.

4.4 Pendapatan Alumni

Pendapatan merupakan salah satu indikator outcome ekonomi dari pendidikan. Meskipun tidak dapat berdiri sendiri sebagai ukuran kesuksesan karier, data pendapatan memberikan gambaran tentang posisi awal alumni di pasar tenaga kerja serta tingkat kompetitif dari bidang kerja yang mereka masuki.

Tabel 4.7 Distribusi Rentang Pendapatan Bulanan Alumni

Rentang Pendapatan Bulanan	Jumlah Responden	Persentase*
< Rp 1.000.000	21	21,6%
Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	15	15,5%
Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	22	22,7%
Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000	20	20,6%
Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000	5	5,2%
> Rp 10.000.000	3	3,1%
Tidak melaporkan pendapatan	147	-

*Persentase dihitung dari 97 responden yang melaporkan pendapatan valid.

Statistik pendapatan utama menunjukkan rata-rata Rp 3.715.701 per bulan dengan nilai median Rp 3.000.000. Nilai minimum yang dilaporkan sangat kecil (dimungkinkan berasal dari pekerjaan paruh waktu atau magang berbayar), sementara nilai maksimum mencapai Rp 20.000.000 per bulan. Distribusi pendapatan menunjukkan bahwa sekitar 60% alumni yang bekerja memperoleh pendapatan antara Rp 1 juta hingga Rp 7,5 juta, yang sejalan dengan struktur upah minimum di Jabodetabek dan sekitarnya. Sebesar 8,3% alumni sudah mampu memperoleh pendapatan di atas Rp 7,5 juta per bulan, yang merupakan indikasi adanya alumni yang telah memegang posisi dengan tanggung jawab lebih tinggi.

Variasi pendapatan yang cukup lebar ini merupakan karakteristik umum di awal karier, di mana tingkat pengalaman, posisi, dan sektor pekerjaan masih sangat mempengaruhi besaran gaji. Program Studi dapat menggunakan data ini untuk menyosialisasikan ekspektasi realistis kepada mahasiswa aktif terkait prospek awal karier di bidang Ilmu Komunikasi.

4.5 Relevansi Pendidikan dengan Pekerjaan

Relevansi antara pendidikan dengan pekerjaan merupakan salah satu indikator kunci keberhasilan program studi dalam mempersiapkan lulusan. Pertanyaan F14 mengukur keterkaitan antara bidang studi dengan pekerjaan, sementara F15 mengukur relevansi tingkat pendidikan dengan tuntutan pekerjaan.

Tabel 4.8 Relevansi Bidang Studi dengan Pekerjaan (F14)

Kategori Relevansi	Jumlah	Persentase
Sangat Erat	20	8,6%
Erat	11	4,7%
Cukup Erat	22	9,4%
Kurang Erat	11	4,7%
Tidak Erat	30	12,9%
Sudah Sesuai dengan Pendidikan	8	3,4%
Belum Bekerja	52	22,3%
Tidak teridentifikasi	79	33,9%
Total	233	100,0%

Tabel 4.8 memperlihatkan bahwa dari alumni yang memberikan jawaban jelas, 22,7% menilai pekerjaan mereka memiliki keterkaitan Sangat Erat, Erat, atau Cukup Erat dengan bidang studi Ilmu Komunikasi. Namun demikian, 17,6% menilai keterkaitannya Kurang Erat atau Tidak Erat. Temuan ini perlu dicermati sebagai sinyal bahwa sebagian alumni mengalami ketidaksesuaian (mismatch) antara pendidikan dan pekerjaan, yang merupakan fenomena umum pada lulusan bidang sosial humaniora termasuk komunikasi.

Tabel 4.9 Relevansi Tingkat Pendidikan dengan Pekerjaan (F15)

Tingkat Relevansi	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	34	14,6%
Tinggi	90	38,6%
Tingkat yang Sama	55	23,6%
Sedang	45	19,3%
Setingkat Lebih Tinggi	4	1,7%
Setingkat Lebih Rendah	3	1,3%
Rendah	2	0,9%
Total	233	100,0%

Pada dimensi tingkat pendidikan (Tabel 4.9), gambaran yang diperoleh jauh lebih positif. Sebesar 53,2% alumni menilai tingkat pendidikan mereka Sangat Tinggi atau Tinggi relevansinya dengan pekerjaan, dan 23,6% menilainya berada pada Tingkat yang Sama. Artinya, lebih dari tiga perempat alumni merasa bahwa jenjang pendidikan S1 yang mereka tempuh sesuai dengan tuntutan pekerjaan. Hanya sekitar 2,2% yang merasa pekerjaannya membutuhkan pendidikan lebih tinggi atau lebih rendah dari S1. Hal ini

menunjukkan bahwa secara umum, lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi memasuki pekerjaan yang sesuai dengan jenjang kualifikasi akademiknya.

4.6 Evaluasi Metode Pembelajaran

Pertanyaan F2 meminta alumni menilai seberapa besar penekanan yang diberikan program studi pada tujuh metode pembelajaran selama mereka menempuh studi. Jawaban menggunakan skala Likert 1 (Tidak Sama Sekali) hingga 5 (Sangat Besar). Skor rata-rata memberikan gambaran metode pembelajaran mana yang dominan dan mana yang kurang ditekankan.

Tabel 4.10 Penilaian Terhadap Metode Pembelajaran

Metode Pembelajaran	Skor Rata-rata	Kategori
Perkuliahan	3,74	Tinggi
Magang	3,60	Tinggi
Partisipasi dalam Proyek Riset	3,54	Tinggi
Kerja Lapangan	3,54	Tinggi
Diskusi	3,47	Sedang-Tinggi
Praktikum	3,32	Sedang-Tinggi
Unjuk Kerja	3,09	Sedang

Data menunjukkan bahwa Perkuliahan memperoleh skor tertinggi (3,74), yang konsisten dengan posisinya sebagai metode pembelajaran utama di pendidikan tinggi. Magang menduduki peringkat kedua dengan skor 3,60, mencerminkan komitmen Program Studi dalam menghubungkan mahasiswa dengan pengalaman kerja nyata. Partisipasi dalam Proyek Riset dan Kerja Lapangan juga memperoleh skor yang cukup tinggi (3,54), yang mengindikasikan adanya ragam metode pembelajaran aktif.

Namun demikian, metode Unjuk Kerja memperoleh skor terendah (3,09), yang menunjukkan perlunya penguatan pada metode pembelajaran berbasis presentasi, pertunjukan, atau demonstrasi kompetensi. Mengingat bidang Ilmu Komunikasi sangat bergantung pada kemampuan menampilkan karya dan ide di depan publik, peningkatan metode Unjuk Kerja dapat menjadi fokus pengembangan pembelajaran ke depan. Demikian juga, penekanan pada Praktikum (3,32) perlu ditingkatkan untuk memperkuat keterampilan aplikatif mahasiswa.

4.7 Analisis Kompetensi Lulusan

Analisis kompetensi membandingkan tingkat penguasaan kompetensi saat lulus (F17-A) dengan tingkat kebutuhan kompetensi tersebut dalam pekerjaan (F17-B). Selisih antara dua nilai tersebut menjadi indikator kesenjangan (gap), di mana nilai positif yang tinggi menunjukkan bahwa kompetensi tersebut sangat dibutuhkan namun belum memadai

pada saat lulus, sehingga menjadi prioritas perbaikan. Sebaliknya, nilai gap yang rendah atau negatif menunjukkan kesesuaian yang baik atau bahkan kelebihan kompetensi dibandingkan kebutuhan.

Tabel 4.11 Analisis Kesenjangan Kompetensi Lulusan

Kompetensi	Penguasaan	Kebutuhan	Gap
Pengetahuan di luar bidang/disiplin ilmu	3,42	3,93	+0,50
Bahasa Inggris	3,66	4,02	+0,36
Keterampilan komputer	3,79	4,09	+0,30
Kemampuan memecahkan masalah	3,90	4,17	+0,27
Inisiatif	3,97	4,24	+0,27
Kemampuan memegang tanggung jawab	3,94	4,20	+0,26
Kemampuan belajar	3,86	4,12	+0,25
Keterampilan internet	3,97	4,21	+0,24
Integritas	3,92	4,14	+0,21
Keterampilan riset	4,03	4,24	+0,21
Bekerja dalam tim	3,95	4,16	+0,21
Manajemen proyek/program	3,88	4,08	+0,20
Kemampuan berkomunikasi	4,07	4,26	+0,19
Pengetahuan umum	4,01	4,19	+0,18
Bekerja secara mandiri	4,05	4,22	+0,18
Pengetahuan di bidang/disiplin ilmu	3,79	3,97	+0,17
Berpikir kritis	4,02	4,18	+0,16
Kepemimpinan	4,03	4,19	+0,16
Kemampuan analisis	4,12	4,25	+0,14
Kemampuan presentasi ide	4,05	4,18	+0,13
Bekerja dengan orang berbeda latar	4,16	4,28	+0,12
Kemampuan adaptasi	4,11	4,22	+0,11
Bekerja di bawah tekanan	4,09	4,19	+0,10
Manajemen waktu	4,17	4,26	+0,09
Belajar sepanjang hayat	4,03	4,10	+0,08
Kemampuan menulis laporan/dokumen	3,97	4,05	+0,07
Negosiasi	4,19	4,25	+0,06
Loyalitas	4,16	4,21	+0,06
Toleransi	4,22	4,22	0,00

Hasil analisis kesenjangan menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, terdapat lima kompetensi dengan kesenjangan terbesar yang memerlukan perhatian khusus: (1) Pengetahuan di luar bidang atau disiplin ilmu (+0,50), (2) Bahasa Inggris (+0,36), (3) Keterampilan komputer (+0,30), (4) Kemampuan memecahkan masalah (+0,27), dan (5) Inisiatif (+0,27). Kesenjangan terbesar pada pengetahuan lintas disiplin mengindikasikan bahwa dunia kerja modern menuntut lulusan memiliki wawasan lebih luas, tidak terbatas pada keilmuan Ilmu Komunikasi saja. Bahasa Inggris juga menjadi kompetensi strategis yang masih memerlukan peningkatan, khususnya dalam konteks komunikasi profesional dan interaksi dengan pihak internasional.

Kedua, secara umum seluruh kompetensi yang dianalisis memiliki nilai gap positif, yang berarti tingkat kebutuhan di tempat kerja selalu lebih tinggi atau sama dengan penguasaan saat lulus. Temuan ini wajar, mengingat setelah memasuki dunia kerja, alumni akan melakukan adaptasi dan pembelajaran berkelanjutan, sehingga kompetensi yang dimiliki akan berkembang sesuai tuntutan pekerjaan. Namun demikian, gap yang lebih besar dari +0,25 perlu menjadi prioritas perbaikan di level kurikulum dan pembelajaran.

Ketiga, kompetensi dengan gap terkecil seperti Toleransi (0,00), Loyalitas (+0,06), Negosiasi (+0,06), dan Kemampuan Menulis Laporan (+0,07) menunjukkan kesesuaian yang baik antara bekal lulus dengan kebutuhan di tempat kerja. Hal ini merupakan kekuatan Program Studi yang perlu dipertahankan. Secara khusus, kompetensi Manajemen Waktu, Negosiasi, dan Kemampuan Analisis tercatat sebagai kompetensi dengan penguasaan paling tinggi di antara alumni saat lulus (masing-masing 4,17; 4,19; dan 4,12).

Keempat, dari sisi kebutuhan di tempat kerja, kompetensi tertinggi yang dituntut adalah Bekerja dengan Orang Berbeda Latar Belakang (4,28), Kemampuan Berkomunikasi (4,26), dan Manajemen Waktu (4,26). Profil kebutuhan ini mencerminkan dunia kerja bidang komunikasi yang sangat menekankan soft skills, kolaborasi lintas budaya, dan manajemen diri.

4.8 Potensi Kewirausahaan Alumni

Selain sebagai pekerja, alumni juga memiliki potensi sebagai wirausahawan. Pertanyaan F18 menanyakan apakah responden membuka usaha sendiri (start-up). Dari 66 responden yang memberikan jawaban relevan pada pertanyaan ini, sebagian menyatakan telah memulai usaha sendiri di berbagai bidang antara lain Event Organizer, Wedding Organizer, Content Creation, F&B, Apparel, Seni Tari Tradisional, UMKM Perikanan dan Pakaian, Jasa Pengiriman/Ekspedisi, Creative dan Gadget Repair, serta Coffee Shop. Beberapa nama usaha yang disebutkan meliputi Meraya Entertainment, Moment Bersamaku, Four Point Service, dan Jeda Waktu.

Ragam bidang usaha yang dibangun alumni menunjukkan bahwa lulusan Ilmu Komunikasi memiliki kapasitas adaptif untuk mengembangkan usaha di berbagai sektor,

tidak terbatas pada bidang komunikasi semata. Keahlian komunikasi yang dimiliki dapat menjadi keunggulan dalam membangun brand, melakukan pemasaran digital, dan mengelola hubungan dengan pelanggan. Program Studi dapat mendorong lebih banyak alumni untuk terjun ke dunia kewirausahaan melalui inkubator bisnis, mentoring alumni wirausahawan, dan penguatan mata kuliah kewirausahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil tracer study terhadap 233 alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan tahun lulus 2022, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tingkat keterserapan alumni di dunia kerja cukup baik, di mana 53,2% responden telah bekerja (termasuk freelance dan wirausaha) pada saat survei dilaksanakan. Sebanyak 9,4% berada dalam proses transisi menunggu hasil lamaran, sementara 35,2% masih belum bekerja dengan berbagai alasan termasuk sibuk dengan keluarga dan melanjutkan studi.
2. Masa tunggu rata-rata memperoleh pekerjaan pertama bagi alumni yang sudah bekerja adalah sekitar 4,2 bulan setelah kelulusan, dengan intensitas pencarian rata-rata 6-7 lamaran dan rasio keberhasilan mencapai wawancara sekitar 70%. Metode pencarian dominan adalah melalui relasi personal dan internet.
3. Mayoritas alumni terserap di sektor Perusahaan Swasta (36,5%), diikuti Instansi Pemerintah/BUMN (7,7%) dan Wiraswasta (3,4%). Dari sisi skala instansi, lebih dari 70% alumni bekerja di instansi Besar hingga Sangat Besar, dengan 2,1% di instansi berskala Internasional.
4. Rata-rata pendapatan bulanan alumni yang bekerja adalah Rp 3.715.701 dengan median Rp 3.000.000. Distribusi pendapatan menunjukkan variasi yang lebar, di mana 8,3% alumni sudah memperoleh pendapatan di atas Rp 7,5 juta per bulan.
5. Relevansi tingkat pendidikan dengan pekerjaan tergolong tinggi, di mana 76,8% alumni menilai bahwa pekerjaan mereka membutuhkan tingkat pendidikan yang Sangat Tinggi, Tinggi, atau pada Tingkat yang Sama dengan pendidikan S1 yang mereka miliki.
6. Evaluasi metode pembelajaran menunjukkan bahwa Perkuliahan, Magang, Proyek Riset, dan Kerja Lapangan memperoleh skor di atas 3,5 (Tinggi). Metode Unjuk Kerja memperoleh skor terendah (3,09), menandakan perlunya penguatan metode pembelajaran berbasis demonstrasi kompetensi.
7. Analisis kesenjangan kompetensi mengidentifikasi lima area prioritas perbaikan: Pengetahuan di luar bidang ilmu (+0,50), Bahasa Inggris (+0,36), Keterampilan komputer (+0,30), Kemampuan memecahkan masalah (+0,27), dan Inisiatif (+0,27). Sementara itu, kompetensi seperti Toleransi, Loyalitas, Negosiasi, dan Penulisan Laporan sudah memiliki kesesuaian yang baik dengan kebutuhan dunia kerja.
8. Potensi kewirausahaan alumni terlihat nyata, dengan beberapa alumni telah membangun usaha di bidang Event Organizer, F&B, Apparel, Content Creation, dan sektor kreatif lainnya. Hal ini merupakan modal penting untuk pengembangan program pendampingan wirausaha alumni di masa mendatang.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, berikut disampaikan rekomendasi untuk perbaikan Program Studi:

Pertama, Penguatan Pengetahuan Multidisiplin dan Keterampilan Penunjang. Mengingat kesenjangan terbesar terdapat pada pengetahuan di luar bidang ilmu (+0,50), Program Studi perlu memperluas cakupan kurikulum dengan mata kuliah lintas disiplin yang relevan dengan dunia kerja komunikasi modern, seperti pengenalan bisnis, ekonomi digital, hukum media, dan psikologi sosial. Selain itu, kegiatan ekstrakurikuler dan kegiatan kemahasiswaan yang memperkaya wawasan perlu diintensifkan.

Kedua, Peningkatan Kompetensi Bahasa Inggris. Gap Bahasa Inggris sebesar +0,36 menunjukkan perlunya penguatan kompetensi ini. Rekomendasi operasional meliputi: integrasi materi Bahasa Inggris dalam mata kuliah keahlian (English for Communication), penyediaan kelas peningkatan TOEFL/IELTS, kemitraan dengan lembaga bahasa, dan target sertifikasi kompetensi berbahasa Inggris sebagai syarat kelulusan.

Ketiga, Penguatan Keterampilan Digital dan Literasi Data. Dengan gap keterampilan komputer (+0,30) dan keterampilan internet (+0,24), Program Studi direkomendasikan memperkuat kurikulum pada aspek media digital, analitik media sosial, produksi konten multimedia, dan pengelolaan data komunikasi. Laboratorium multimedia yang modern serta kolaborasi dengan industri teknologi akan sangat bermanfaat dalam meningkatkan kompetensi ini.

Keempat, Optimalisasi Program Magang dan Kerja Lapangan. Meskipun Magang sudah memperoleh skor yang baik (3,60), kualitas dan variasi tempat magang perlu terus ditingkatkan. Perluasan mitra industri, khususnya pada perusahaan swasta dan instansi pemerintah yang menjadi penyerap utama alumni, akan meningkatkan pengalaman praktis mahasiswa. Sebaiknya juga dibangun mekanisme evaluasi mitra magang untuk memastikan bahwa pengalaman yang diperoleh mahasiswa benar-benar substantif.

Kelima, Pengembangan Metode Pembelajaran Berbasis Unjuk Kerja. Skor Unjuk Kerja yang terendah (3,09) menjadi area yang perlu diperkuat. Metode-metode seperti presentasi berbasis proyek, simulasi industri (misalnya newsroom simulation, PR agency simulation), lomba karya mahasiswa, dan showcasing hasil kerja dapat meningkatkan kualitas metode ini. Penyediaan studio audio-visual dan ruang galeri untuk menampilkan karya mahasiswa juga menjadi investasi yang strategis.

Keenam, Pengembangan Soft Skills: Inisiatif, Kepemimpinan, dan Pemecahan Masalah. Kompetensi-kompetensi non-teknis ini memiliki gap yang signifikan. Integrasi metode pembelajaran berbasis kasus (case-based learning), problem-based learning, dan service learning ke dalam berbagai mata kuliah dapat memupuk kompetensi-kompetensi tersebut secara terus-menerus.

Ketujuh, Penguatan Karir Alumni dan Pusat Karir. Meskipun masa tunggu rata-rata 4,2 bulan tergolong wajar, upaya untuk mempersingkat waktu ini tetap perlu dilakukan. Penguatan fungsi Career Development Center, penyelenggaraan job fair internal, pelatihan penulisan CV dan wawancara kerja, serta kemitraan dengan platform rekrutmen online direkomendasikan untuk diterapkan.

Kedelapan, Pengembangan Program Kewirausahaan Alumni. Untuk mendorong lebih banyak alumni terjun ke dunia wirausaha, Program Studi dapat mengembangkan program inkubator bisnis alumni, mentoring oleh alumni wirausahawan yang telah sukses, serta penguatan mata kuliah kewirausahaan dengan pendekatan praktik. Jejaring alumni wirausahawan dapat menjadi aset berharga untuk pengembangan ekosistem bisnis di kalangan lulusan.

Kesembilan, Pelaksanaan Tracer Study Berkala dan Lebih Komprehensif. Ke depan, tracer study perlu dilaksanakan secara rutin setiap tahun dengan peningkatan cakupan metodologis, termasuk menambahkan tracer dengan pengguna lulusan (user survey) untuk memperoleh umpan balik langsung dari pemberi kerja. Peningkatan sistem database alumni yang terintegrasi juga akan mempermudah pelaksanaan tracer study yang lebih akurat dan cepat.

Kesepuluh, Pemanfaatan Hasil Tracer Study dalam Siklus Penjaminan Mutu. Hasil tracer study perlu diintegrasikan dalam siklus penjaminan mutu program studi, baik dalam tinjauan kurikulum berkala, rapat tinjauan manajemen, maupun penyusunan rencana kerja tahunan. Temuan kesenjangan kompetensi dapat menjadi dasar untuk penetapan indikator kinerja dan target perbaikan yang konkret.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. (2019). Pedoman Penyusunan Laporan Evaluasi Diri Program Studi. Jakarta: BAN-PT.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020). Pedoman Pelaksanaan Tracer Study Pendidikan Tinggi. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Harald Schomburg. (2016). Handbook for Tracer Studies: Higher Education and the Labour Market. Kassel: International Centre for Higher Education Research.
- Millington, C. (2010). The Use of Tracer Studies for Enhancing Relevance and Marketability in Online and Distance Education. Vancouver: Commonwealth of Learning.
- Universitas Pakuan. (2022). Rencana Strategis Universitas Pakuan 2020-2024. Bogor: Universitas Pakuan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan.