

PERSIAPAN DUNIA KERJA : PENGGUNAAN KOMPETENSI SOFT SKILL DAN HARD SKILL PADA ERA DIGITAL BAGI GENERASI Z DI WILAYAH KOTA TANGERANG SELATAN

Yoyoh Hereyah, Afdal makkuraga, Indiwana Seto Wahyu Wibowo, Claudia Shinta Octa Wibowo, Agus Supriyanto, Muhammad Didi Ahmadi

Universitas Mercu Buana

yoyoh.hereyah@mercubuana.ac.id, afdal.makkuraga@mercubuana.ac.id, indiwan@umn.ac.id, claudia.shinta@untirta.ac.id, agus.supriyanto@mercubuana.ac.id, adhiazam@gmail.com

ABSTRAK

Hard skills adalah pengetahuan dan kemampuan khusus yang kamu pelajari melalui pendidikan formal atau pelatihan, kelas online, kursus, atau program sertifikasi. Kemampuan ini sering juga disebut sebagai keterampilan teknis karena berkaitan dengan pemahaman dan kemahiran seseorang dalam aktivitas spesifik yang melibatkan metode, proses, prosedur, atau teknik. Kemampuan ini dapat diukur karena dapat dipraktikkan secara langsung. Soft skills adalah keterampilan yang terbentuk karena kebiasaan dan sangat berkaitan dengan kepribadian seseorang dalam bersikap, berinteraksi, dan berkomunikasi. Berbeda dari hard skills yang dapat diukur dan dipraktikkan secara langsung, keterampilan yang satu ini bersifat abstrak. Soft skills baru dapat dilihat seiring waktu dan pada situasi tertentu. Kedua keterampilan ini sangat penting dalam kehidupan, hard skills dapat diukur, semakin dalam pemahaman mengenai materi-materi yang dikuasai maka akan semakin bagus mendapatkan nilai. Kedua kemampuan ini penting dikuasai siswa untuk menghadapi dunia kerja. Harapannya dengan mengikuti kegiatan ini, siswa mendapat pemahaman lebih dalam mengenai kedua kompetensi yang dapat membantunya mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan minatnya. Target luaran Pengabdian yang dilakukan terbit pada Jurnal Prosiding PKMCSR Tahun 2025 dan HKI.

Kata Kunci: hard skill, soft skill, dunia kerja, media sosial, generasi Z

PENDAHULUAN

B1. analisis situasi dan permasalahan mitra

Menurut Survei We Are Social dan Hootsuite, terdapat 202,6 juta pengguna internet di Indonesia pada 2022 (73,7% dari jumlah populasi di Indonesia yaitu sebanyak 274,9 juta penduduk). Sebagai perbandingan, pengguna internet di Indonesia sebanyak 175,4 juta pada Januari 2021. Artinya, jumlah pengguna

internet di Indonesia meningkat 27 juta (+16%) antara tahun 2021 dan 2022. Sedangkan pengguna media sosial aktif di Indonesia sebanyak 170 juta (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia ini meningkat sebanyak 10 juta (+6,3%) antara tahun 2021 dan 2022 (Hootsite, *We Are Social*, 2022). Masih menurut data survei yang sama, media sosial yang paling banyak digunakan di

Indonesia pada 2022 adalah Youtube atau sebanyak 93,8% dari jumlah populasi. Media sosial paling banyak digunakan kedua adalah Whatsapp sebanyak 87,7% dari jumlah populasi. Posisi ketiga adalah Instagram, sebanyak 86,6% dari jumlah populasi. Dan keempat adalah Facebook, yaitu sebanyak 85,5% dari jumlah populasi. Dari segi usia pengguna media sosial di Indonesia, laporan We are Social dan Hootsuite tersebut memperlihatkan bahwa mayoritas pengguna media sosial di Indonesia adalah dengan rentang usia 25-34 tahun. Posisi selanjutnya yakni pengguna berusia 18-24 tahun (Hootsite dan We Are Social, 2022).

Generasi Z adalah generasi produktif, mereka pelaku dan pencari kerja. Dunia kerja semakin hari memberi kriteria yang makin kompleks bagi pencari kerja, tidak terkecuali bagi generasi Z. Kemampuan hard skill dan soft skill dibutuhkan, dan sangat penting dikuasai untuk memudahkan mereka memasuki dunia kerja. Salah satu kemampuan yang harus dimiliki adalah melek media sosial. Media sosial merupakan bentuk interaksi masa kini yang dapat menghubungkan semua orang melalui internet. Ada banyak fasilitas yang diberikan oleh media sosial untuk

membantu kita menyalurkan segala apapun yang ingin kita lakukan dan butuhkan. Kita harus dapat mengelola penggunaan media sosial secara produktif agar dapat bermanfaat untuk diri kita. Kemajuan ini harus dimanfaatkan untuk membentuk, salah satunya adalah kegiatan pemanfaatan meme sebagai sarana promosi. Kalangan masyarakat terutama generasi alpha, khususnya siswa-siswi SMA/SMK di wilayah kota Tangerang adalah salah satu pengguna media social yang biasanya memposting tentang kegiatan komunitasnya.



Gbr 1. SMAN 2 Tangerang Selatan dan petanya

Semakin aktif penggunaan media sosial maka mereka semakin terasah kemampuannya untuk menggunakan media social tersebut bagi pengembangan bisnis dan promosi perusahaannya, serta kemampuan dirinya. Pengguna media

sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Bagi kalangan remaja, media sosial menjadi media konektifitas mereka dengan dunia luar karena hampir tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone . Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain: Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp. Hal ini menjadi peluang bagi mereka untuk memarketkan dirinya melalui postingan kemampuan dan kegiatan yang diunggah pada platform media tersebut sebagai sarana membangun citra positif, mempromosikan kemampuan diri dan membangun personal branding, yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif ke depannya bila dikelola dengan benar dengan cara cara yang sesuai dengan etika dan procedural yang benar, hal ini membantu mereka untuk dapat memasuki dunia kerja dengan kompetensi yang baik, hard skill maupun soft skill.

Berdasarkan latar belakang dan situasi di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut; “Bagaimana kemampuan

hard skill dan soft skill generasi Z di wilayah kota Tangerang selatan menghadapi dunia kerja?

B2. Tujuan kegiatan dan kaitannya dengan MBKM

Adapun tujuan dari pemberdayaan kemitraan masyarakat ini adalah:

1. Memberikan pemahaman dan pemberdayan pada siswa siswi SMA/SMK di wilayah Kota Tangerang Selatan pentingnya menguasai kompetensi Hard Skill dan Soft Skill untuk memasuki Dunia Kerja dan memberikan Forto Folio yang Khas bagi mahasiswa yang mengikuti MBKM untuk secara spesifik menargetkan penguasaan kompetensi yang terkait Hard skill dan Soft Skill.
2. Memberikan sumbangsih nyata bagi siswa untuk mengetahui, mengerti, memahami sekaligus dapat mengimplementasikan pada dunia kerja nantinya.
3. Memberikan pengalaman bagi mahasiswa beraktivitas di luar kampus dalam peningkatan kompetensi yang sesuai dengan IKU dan juga dijadikan sebagai bagian dari pelaksanaan program MBKM sesuai dengan ketentuan yang berlaku dari mata kuliah terkait
4. Memberikan kesempatan pada dosen yang terlibat beraktivitas di luar kampus melalui kegiatan pemberdayaan pada mitra yang

merupakan bagian dari perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

B3. Keterkaitan PkM dengan IKU

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana memiliki peran penting dalam membantu siswa SMA/SMK memahami peluang karir di bidang Komunikasi. Dalam kegiatan ini, siswa diberikan wawasan yang lebih luas mengenai berbagai profesi yang dapat mereka geluti setelah menyelesaikan pendidikan, seperti pilihan Profesi yang sesuai dengan Pendidikan yang sedang ditempuhnya, khususnya di bidang Komunikasi, hingga nantinya terspesialisasikan pada profesi tertentu seperti PR, Broadcasting, Marcomm, Digital Komunikasi. Yang jelas dan mendalam. Serta siswa dapat mulai mempersiapkan diri lebih baik dalam menentukan jalur karir yang sesuai dengan minat dan keterampilan mereka. Selain memberikan pemahaman tentang peluang kerja, kegiatan ini juga bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan dasar yang dibutuhkan dalam industri kreatif khususnya di bidang ilmu komunikasi.. Dengan adanya sesi praktik dan diskusi interaktif, siswa dapat memahami serta mendapatkan informasi

tentang profesi yang ada, tetapi juga memiliki pengalaman awal dalam mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif. Komunikasi memiliki peranan penting sebagai sebuah aktivitas kreatif dan inovatif bagi masyarakat umum khususnya pada generasi muda. Pengabdian Kepada Masyarakat pun memberikan kontribusi dan penekanan ke-khasan kontribusi Dosen bagi masyarakat

C. PERMASALAHAN DAN SOLUSI

Generasi Z adalah generasi produktif, mereka pelaku dan pencari kerja. Dunia kerja semakin hari memberi kriteria yang makin kompleks bagi pencari kerja, tidak terkecuali bagi generasi Z. Kemampuan hard skill dan soft skill dibutuhkan, dan sangat penting dikuasai untuk memudahkan mereka memasuki dunia kerja. Salah satu kemampuan yang harus dimiliki adalah melek media sosial. Media sosial merupakan bentuk interaksi masa kini yang dapat menghubungkan semua orang melalui internet. Ada banyak fasilitas yang diberikan oleh media sosial untuk membantu kita menyalurkan segala apapun yang ingin kita lakukan dan

butuhkan. Kita harus dapat mengelola penggunaan media sosial secara produktif agar dapat bermanfaat untuk diri kita. Kemajuan ini harus dimanfaatkan untuk membentuk, salah satunya adalah kegiatan pemanfaatan meme sebagai sarana promosi. Kalangan masyarakat terutama generasi alpha, khususnya siswa siswi SMA/SMK di wilayah kota Tangerang adalah salah satu pengguna media sosial yang biasanya memposting tentang kegiatan komunitasnya. Semakin aktif penggunaan media sosial maka mereka semakin terasah kemampuannya untuk menggunakan media sosial tersebut bagi pengembangan bisnis dan promosi perusahaannya, serta kemampuan dirinya. Pengguna media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Bagi kalangan remaja, media sosial menjadi media konektifitas mereka dengan dunia luar karena hampir tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain: Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus,

LINE, Whatsapp. Hal ini menjadi peluang bagi mereka untuk memarketkan dirinya melalui postingan kemampuan dan kegiatan yang diunggah pada platform media tersebut sebagai sarana membangun citra positif, mempromosikan kemampuan diri dan membangun personal branding, yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif ke depannya bila dikelola dengan benar dengan cara cara yang sesuai dengan etika dan procedural yang benar, hal ini membantu mereka untuk dapat memasuki dunia kerja dengan kompetensi yang baik, hard skill maupun soft skill.

Berdasarkan latar belakang dan situasi di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut; “Bagaimana kemampuan hard skill dan soft skill generasi Z di wilayah kota Tangerang selatan menghadapi dunia kerja?

“Transformasi (perubahan) digital pada berbagai sektor, termasuk bidang pendidikan khususnya bagi pelajar, bukan lagi sebuah pilihan, tapi sudah menjadi keniscayaan dan keharusan. dalam setiap perubahan, jadikan teknologi sebagai nafas dari perubahan, pendidikan sebagai salah satu bidang pemberdayaan bagi manusia,

terutama bagi remaja, perlu memanfaatkan ICT untuk mengembangkan kemampuan dan wawasan serta daya guna diri mereka bagi Negara, masyarakat, lingkungan serta diri sendiri.

Target. Kegiatan ini di harapkan memberikan pemahaman yang mendalam tentang hard skill, soft skill, self promotion, pengembangan bisnis, branding perusahaan, media social platform, karakteristik media social platform, aktifitas self marketing, self promotion dan personal branding dalam media social, seperti media Instagram dan facebook, hashtag research, influencer research, yang memberikan manfaat bagi generasi alpha, khususnya siswa siswi SMA/SMK di wilayah Kota Tangerang Selatan untuk melakukan pemberdayaan dirinya serta membantu mereka memahami kemampuan yang dimilikinya dapat memberikan nilai tambah bagi pengembangan diri sehingga diharapkan manfaat yang didapat memberi dampak yang positif bagi mereka, mampu melakukan kegiatan, self promotion, pengembangan bisnis, branding perusahaan, mengangkat jati diri dan eksistensi diri mereka di tengah gegap

gempitnya dunia maya. Menuntun mereka mengetahui kemampuan dan kompetensi karakteristik yang dimilikinya yang dapat membantu mereka untuk terlihat menonjol, standing out, di antara para pengguna social lainnya. Serta memberikan gambaran forto folio diri mereka yang berdampak luas bagi diri mereka ke depannya nanti untuk menghadapi dunia kerja.

Luaran. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta mengetahui manfaat tujuan dilaksanakan literasi kegiatan ini adalah untuk membuka wawasan/pengetahuan dan memberikan bekal kepada masyarakat, terutama generasi alpha, terkhususkan siswa siswi SMA/SMK di wilayah Kota Tangerang Selatan untuk secara kritis memahami kemampuan hard skill dan soft skill serta memanfaatkan kemampuan menggunakan media sosial dan pemanfaatan internet dan platform media social yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi mereka melalui kegiatan promosi, pengembangan bisnis. Dengan demikian diharapkan nantinya pemangku kepentingan dapat secara professional memanfaatkan kemampuan melakukan promosi potensi perusahaan, untuk

mengembangkan kompetensi diri dan mampu berkompetisi serta memiliki daya saing menghadapi dunia kerja.

METODE

3.1 Tempat dan Waktu

Pengabdian akan dilakukan secara tatap muka dengan melibatkan generasi alpha khususnya pada tingkatan siswa siswi SMA/SMK di wilayah Kota Tangerang Selatan.

3.2 Khalayak Sasaran

Target dari program pengabdian masyarakat dengan tema :

PERSIAPAN DUNIA KERJA : PENGGUNAAN KOMPETENSI SOFT SKILL DAN HARD SKILL PADA ERA DIGITAL BAGI GENERASI Z DI WILAYAH KOTA TANGERANG SELATAN, adalah siswa siswi SMA/SMK di Wilayah Kota Tangerang Selatan.

Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat terkait, Penggunaan kompetensi soft skill dan hard skill pada era digital bagi generasi alpha di wilayah kota tangerang selatan melalui seminar, latihan serta asesmen melalui media social

3.4 Teknik Kegiatan

Dalam pengabdian ini akan diisi oleh pemateri :

Untuk menjelaskan berbagai hal terkait dengan konsep dan contoh hard skill, soft skill, self marketing, self promotion, personal branding, media social platform, karakteristik media social platform, *IG dan Facebook, hashtag research, influencer research* di atas, maka pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Ceramah

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting dalam menjelaskan apa itu hard skill, soft skill, Self Marketing, self promotion, personal branding, media social platform, karakteristik media social platform, *IG, Facebook, hashtag research, influencer research*, serta contoh membuat penyajian self marketing, self promotion, personal branding dan *membangun networking di internet*, hingga menghasilkan sebuah pemahaman tentang hard

skill dan soft skill sesuai dengan yang diharapkan.

2. Demonstrasi

Metode ini dipilih untuk menunjukkan contoh-contoh hard skill, soft skill, teknik self marketing di berbagai platform media social, melakukan self marketing, promosi diri, dan melakukan personal branding, melalui IG, Facebook, hastag research, influencer research yang sesuai dengan kebutuhan peserta, menyajikan contoh IG, Facebook, hastag research, influencer research, yang bagus dan bisa ditiru serta dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan.

Latihan dan Tanya Jawab

Metode ini digunakan untuk memperjelas wawasan dan pemahaman peserta, dan meminimalisir kesalahan memahami konsep hard skill, soft skill, contoh-contoh hard skill, soft skill, tools self marketing serta karakteristik media social yang digunakan untuk persiapan kerja.

3. Rencana dan Jadwal Kerja

Tahap kegiatan yang akan dilaksanakan dalam pelatihan ini dapat dijelaskan dalam bentuk *bar-chart* berikut ini yang menjelaskan apa, kapan, dan dimana akan dilakukan kegiatan pengabdian.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada:

Hari & Tanggal: 24 Februari 2025

Waktu : 10.00 – 13.00

a. Melakukan koordinasi awal kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan Judul “PERSIAPAN DUNIA KERJA : PENGGUNAAN KOMPETENSI SOFT SKILL DAN HARD SKILL PADA ERA DIGITAL BAGI GENERASI Z DI WILAYAH KOTA TANGERANG SELATAN, adalah siswa siswi SMA/SMK di Wilayah Kota Tangerang Selatan, yang dilakukan melalui konsolidasi dan analisa kebutuhan. Pada sesi Kegiatan ini melibatkan Pelajar SMAN 2 Tangerang Selatan sebagai peserta pelatihan dan mitra mitra terkait seperti Sekolah menengah Kejuruan yang ada di lingkungan wilayah Kota Tangerang selatan, serta memiliki bidang keilmuan yang sama dengan Prodi Ilmu Komunikasi UMB. Hal ini menjadi penting sebagai

relevansi realisasi kegiatan. Untuk mewujudkan maksud tersebut, dilakukan audiensi dengan pihak terkait, sebelumnya dengan mengirimkan surat permohonan terkait untuk melakukan kegiatan PKM kepada DikNas Kota Tangerang selatan.



Gbr 1. Surat Koordinasii Permohona PKM dengan
DikNas Kota Tangerang Selatan

b. Tahap Persiapan Kegiatan

Pada tahapan kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan beberapa Dosen yang terlibat dari empat program studi yaitu PR, BroadCasting, Marcomm, Digital Komunikasi yang akan melakukan PPM untuk menentukan Tema besar kegiatan. Tema Besar Kegiatan ini diharapkan melahirkan ide-ide bagi para cendekia bagi para masyarakat sesuai bidang ilmu masing masing. Hal ini dilakukan dengan rapat dan pertemuan offline dari empat Program Studi terkait, hingga ditemukan tema besar terkait PKM sebagaimana tertera dalam Spanduk.



Gbr 2. Spanduk Acara PKM

Kegiatan PPM yang telah disetujui maupun disepakati terlaksana pada tanggal 24 Februari 2025 Materi kegiatan (Poster, Undangan, rundown) telah disebar melalui digital maupun fisik. Termasuk dalam kegiatan Kami, segala keperluan dalam pelaksanaan PPM telah disiapkan, baik materi maupun pemberitahuan lanjutan kepada pihak sekolah.

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT : SENEN, 24 FEBRUARI 2025
 Anisa GSG dan 3 orang lainnya
 penelitian ke dalam tiga kelas
 • Kelas 1 (SVA) di Lab. Fidia
 • Kelas 2 (SMB) di Lab. Biologi
 • Kelas 3 (Gara) di TRBC

No	Waktu	Durasi	Jadwal kegiatan Materi	FH/Name Dosen
1	06.30 - 07.00	30 menit	Registrasi Peserta	Pratiwi
2	07.00 - 07.30	30 menit	Pembukaan	MR (Dr. Solman)
3	07.30 - 07.10	70 menit	Allegorifikasi Lagu Indonesia Raya dan Mars SMB	MR (Dr. Solman)
4	07.10 - 07.13	30 menit	Pembukaan Dan	MR (Dr. Solman)

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying 'http://www.umsida.ac.id'. The page title is 'Kuliah 2 (Analisis SMK) @ Lab Biologi'. The main content is a table with 4 columns: NO, Waktu, Durasi, Topik Materi, and PPT/Source Bahan. The table lists two sessions of a course.

NO	Waktu	Durasi	Topik Materi	PPT/Source Bahan
3	08.00 - 08.30	30 Menit	Pengantar Dunia Kerja	1. Vercella, Herysya.
2	08.30 - 09.00	30 Menit	Manajemen & Linear Math	8. Galia Octavia, Analisa Perilaku. 9. Galia Octavia, S.Si, M. Bina Perilaku. 10. Rana Mawati. 11. Kurnia Pidiyanga. 12. Kurnia Pidiyanga. 13. Kurnia Pidiyanga. 14. Kurnia Pidiyanga. 15. Kurnia Pidiyanga. 16. Kurnia Pidiyanga. 17. Kurnia Pidiyanga. 18. Kurnia Pidiyanga. 19. Kurnia Pidiyanga. 20. Kurnia Pidiyanga. 21. Kurnia Pidiyanga. 22. Kurnia Pidiyanga. 23. Kurnia Pidiyanga. 24. Kurnia Pidiyanga. 25. Kurnia Pidiyanga. 26. Kurnia Pidiyanga. 27. Kurnia Pidiyanga. 28. Kurnia Pidiyanga. 29. Kurnia Pidiyanga. 30. Kurnia Pidiyanga. 31. Kurnia Pidiyanga. 32. Kurnia Pidiyanga. 33. Kurnia Pidiyanga. 34. Kurnia Pidiyanga. 35. Kurnia Pidiyanga. 36. Kurnia Pidiyanga. 37. Kurnia Pidiyanga. 38. Kurnia Pidiyanga. 39. Kurnia Pidiyanga. 40. Kurnia Pidiyanga. 41. Kurnia Pidiyanga. 42. Kurnia Pidiyanga. 43. Kurnia Pidiyanga. 44. Kurnia Pidiyanga. 45. Kurnia Pidiyanga. 46. Kurnia Pidiyanga. 47. Kurnia Pidiyanga. 48. Kurnia Pidiyanga. 49. Kurnia Pidiyanga. 50. Kurnia Pidiyanga. 51. Kurnia Pidiyanga. 52. Kurnia Pidiyanga. 53. Kurnia Pidiyanga. 54. Kurnia Pidiyanga. 55. Kurnia Pidiyanga. 56. Kurnia Pidiyanga. 57. Kurnia Pidiyanga. 58. Kurnia Pidiyanga. 59. Kurnia Pidiyanga. 60. Kurnia Pidiyanga. 61. Kurnia Pidiyanga. 62. Kurnia Pidiyanga. 63. Kurnia Pidiyanga. 64. Kurnia Pidiyanga. 65. Kurnia Pidiyanga. 66. Kurnia Pidiyanga. 67. Kurnia Pidiyanga. 68. Kurnia Pidiyanga. 69. Kurnia Pidiyanga. 70. Kurnia Pidiyanga. 71. Kurnia Pidiyanga. 72. Kurnia Pidiyanga. 73. Kurnia Pidiyanga. 74. Kurnia Pidiyanga. 75. Kurnia Pidiyanga. 76. Kurnia Pidiyanga. 77. Kurnia Pidiyanga. 78. Kurnia Pidiyanga. 79. Kurnia Pidiyanga. 80. Kurnia Pidiyanga. 81. Kurnia Pidiyanga. 82. Kurnia Pidiyanga. 83. Kurnia Pidiyanga. 84. Kurnia Pidiyanga. 85. Kurnia Pidiyanga. 86. Kurnia Pidiyanga. 87. Kurnia Pidiyanga. 88. Kurnia Pidiyanga. 89. Kurnia Pidiyanga. 90. Kurnia Pidiyanga. 91. Kurnia Pidiyanga. 92. Kurnia Pidiyanga. 93. Kurnia Pidiyanga. 94. Kurnia Pidiyanga. 95. Kurnia Pidiyanga. 96. Kurnia Pidiyanga. 97. Kurnia Pidiyanga. 98. Kurnia Pidiyanga. 99. Kurnia Pidiyanga. 100. Kurnia Pidiyanga.

Table 1. RunDown Acara PKM, 24 Februari 2025

Pada rundown pelaksanaan kegiatan, kegiatan masuk pada sesi ke dua dengan waktu presentasi kurang lebih 1 jam 30 menit. Untuk itu, penyampaian materi telah diatur agar dapat menyesuaikan dengan waktu yang diberikan. Pada proses pelaksanaan kegiatan dimulai dengan briefing dengan para panitia serta Pemateri PPM. Mengingat kegiatan ini merangkum empat program studi maka perlu adanya persiapan yang sangat matang pada pelaksanaannya. Kegiatan koordinasi ini dilakukan pada jam 8.00 WIB, 24 Februari 2025 kepada para panitia dan melakukan registrasi peserta PPM dari SMKN 3 Tangerang Selatan. Selanjutnya, pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan dengan beberapa sambutan, baik dari pihak FIKOM (Dekan), koordinator PPM FIKOM dan Pihak Mitra SMAN 2 Tangerang Selatan.



Gbr. 3. Sambutan Kaprodi Ilmu Komunikasi

Kegiatan PKM dimulai dengan sambutan sambutan, Sambutan ini juga merupakan awal pembukaan dan menjadi gambaran pentingnya kegiatan PPM dilakukan bagi para Dosen. kegiatan PPM diharapkan tetap dapat menyalurkan keilmuan layaknya kegiatan offline yang dilakukan di tahun-tahun sebelumnya. Dari pihak Sekolah menaruh harapan besar agar kegiatan ini dapat memberikan dampak yang peserta didik dan para Guru pada umumnya.

**d. Pelaksanaan pelatihan dengan tema ;
PERSIAPAN DUNIA KERJA :
PENGUNAAN KOMPETENSI SOFT
SKILL DAN HARD SKILL PADA ERA
DIGITAL BAGI GENERASI Z DI
WILAYAH KOTA TANGERANG
SELATAN.**

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan mengarahkan Para Peserta di Ruangan yang telah disiapkan. Kegiatan Pelatihan dimulai dari pembukaan oleh pemateri dan penjelasan mengenai proses pelatihan yang akan dilakukan selama 1 jam 30 menit kedepan.

Selanjutnya pemaparan Materi pelatihan dimulai dengan pengenalan ruang lingkup sebagaimana yang dipaparkan dalam slide di bawah ini.

Persiapan Dunia Kerja : Penggunaan Kompetensi Soft Skill Dan Hard Skill Pada Era Digital Bagi Generasi Alpha Di Wilayah Kota Tangerang Selatan.

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
TIM FKOM – UMB
Yusuf Haryadi
Alif Mubtazza Fery, Muhammad Didi Masduki, Ayu Septesta
Tanggal: 24 Februari 2025




Soft skill

Soft skill

Intra personal Interpersonal

self awareness self skill social awareness social skill

self confidence improvement political awareness leadership

self-esteem self-reliance developing others influence

trust & preference mutual confidence managing diversity communication

emotional awareness time management service orientation conflict manage

problem solving empathy cooperation

team work

Mengapa Soft Skill Penting?

1. 91% generasi muda soft skill sama pentingnya dengan hard skill.
2. 80% perusahaan lebih memilih orang soft skill.
3. Organisasi menggunakan indikator "kecakapan generasi".
4. 1/3 generasi muda soft skill lebih penting dari hard skill.

Kompetensi di dunia kerja

- Aspek teknis (hard skill)
- Yaitu penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan ketrampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya.
- 20 %

- Aspek non teknis (Soft skill)
- Intra personal (self awareness & self skill)
- Interpersonal (social awareness & social skill)
- Yaitu penguasaan ketrampilan untuk berhubungan dengan orang lain melalui unjuk kerja yang maksimal, berupa kemampuan memimpin, bekerjasama, berkomunikasi, bernegosiasi, dll
- 80 %

HARD SKILL

Yaitu penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan ketrampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya.

Ini artinya mesin seanehnya menguasai ilmu dan teknik pertanian, Dokter harus menguasai bidang ilmu kedokteran, Pemiloti kapal selam mempunyai ketrampilan teknik mengopirg kapal

Setiap profesi menuntut mempunyai hardskill yang khusus, tetapi softskills bisa merupakan kemampuan yang harus dimiliki di setiap profesi



HARD SKILL	SOFT SKILL
Keahlian programming (Python, Java, C++)	Keahlian berkolaborasi secara efektif
SEO/PPH Marketing	Kepercayaan
Web & App Development	Kepercayaan diri
Digital Marketing	Kepercayaan diri
Business Strategy	Kepercayaan diri
Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Access)	Kepercayaan diri
Public Speaking	Kepercayaan diri

Balancing Hard and Soft Skills

Hard skill is necessary for technical work, but soft skill is necessary for leadership and communication.

Soft skill is necessary for leadership and communication, but hard skill is necessary for technical work.

Hard skill is necessary for technical work, but soft skill is necessary for leadership and communication.

Soft skill is necessary for leadership and communication, but hard skill is necessary for technical work.

Conclusion: Empowering Generation Alpha

Hard skill is a combination of hard and soft skill is a key to success for Generation Alpha.

Generation Alpha is the future of the world. They are the most powerful generation. They are the most powerful generation. They are the most powerful generation.



Sesi penutupan

Pada Sesi ini dilakukan evaluasi, tanya jawab, serta peluang yang dapat dikembangkan melalui pengetahuan keterampilan. Tidak hanya itu pada sesi ini juga disampaikan tentang pentingnya pemahaman menguasai hard skill dan skill bagi dunia kerja terlebih peluang bisnis kreatif di era ekonomi kreatif. Sesi penutupan dilanjutkan dengan sesi foto Bersama.

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan menghasilkan beberapa luaran yakni :

- Jurnal PkM CSR
- Publikasi media massa online
- Video pelaksanaan kegiatan
- HaKi

DAFTAR PUSTAKA

Potter, W. James (2005). Media Literacy Third Edition. London: Sage Publications

Potter, James. (2011). Media Literacy, Fifth Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication

Hootsuite We Are Social, 2020

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

<https://www.who.int/southeastasia/health-topics/adolescent-health>

<https://www.kompas.tv/article/302847/buntut-dari-iklan-promo-holywings-yang-dinilai-nodai-agama-polisi-tetapkan-6-tersangka?page=1>