

Journal Abdi Wira Husada (JAWH)

Vol. 2 No. 1 January – June 2024; page 8-15

e-ISSN: 3063-1378

journal homepage: <https://abdimas.stikesrspadgs.ac.id/>

DOI: <https://doi.org/10.37430/jawh.v1i1.11>

Article history:

Received: January 17th, 2024

Revised: January 19th, 2024

Accepted: January 24th, 2024

Era Industri 4.0 Bagi Generasi Muda Yang Kreatif Dan Inovatif (Pengabdian Di Rumah Masa Depan Pemuda Tangerang)

Wilda Fauzia¹, Jumattul Koip², Ika Apriyanti³

STIKes RSPAD Gatot Soebroto, Jakarta¹, Teknik Industri STTM Muhammadiyah Tangerang²,

Poltekkes Aisyiyah Banten³

e-mail: Wilda_fauzia@yahoo.com¹, jumatul.koip@sttmutu.ac.id², ika@poltekkes-aisyiyahbanten.ac.id³

Abstrak

Tujuan umum dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk membantu peserta yang ada di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) dalam mengatasi masalah dan menghadapi era revolusi industri 4.0 dalam bentuk pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan bagian Tridharma Perguruan Tinggi yang melibatkan segenap sivitas akademik baik dosen, mahasiswa, tenaga kependidikan serta alumni. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini menggunakan metode ceramah, diskusi, presentasi serta game-game menarik yang berkaitan dengan materi diskusi. Setelah dilakukan kegiatan ini peserta didik RMDP Kabupaten Tangerang dapat mengatasi masalah yang mereka hadapi pada era revolusi industri 4.0 dalam bentuk pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, serta mampu mengembangkan kreativitasnya untuk dapat bersaing pada dunia kerja saat ini.

Kata Kunci: RMDP Kabupaten Tangerang, Revolusi Industri 4.0, Kreatif, Inovatif

Abstract

The general purpose of this Community Service activity is to help participants in the Youth Future House in overcoming problems and facing the era of the industrial revolution 4.0 in the form of using social media as a promotional media. Community Service Activities (PkM) are part of the Tridharma of Higher Education which involves the entire academic community, both lecturers, students, education staff and alumni. In its implementation, this activity uses the method of lectures, discussions, presentations and interesting games related to the discussion material. After this activity was carried out, the Tangerang Regency Youth Future House students were able to overcome the problems they faced in the 4.0 industrial revolution era in the form of using social media as a promotional media, and were able to develop their creativity to be able to compete in the current world of work.

Keywords: *RMDP Tangerang Regency, Industrial Revolution 4.0, Creative, Innovative*

Pendahuluan

Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) merupakan sebuah unit program pemberdayaan dan pusat pelatihan (*empowering and training center*) di bawah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Tangerang. Secara resmi, RMDP mulai beroperasi sejak 1 Juni 2009 dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Sebagai bagian dari program pemberdayaan Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah Kabupaten Tangerang, RMDP mengadopsi model pesantren yang fokus pada penyelenggaraan pendidikan non formal dalam kemasan *short course* (kursus singkat). Perpaduan ini bertujuan agar para peserta pelatihan RMDP tidak hanya menyerap pengetahuan dan keterampilan unggul yang menjadi pondasi masa depan mereka, tapi juga memiliki pengetahuan aqidah islam yang baik. Peserta pelatihan di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) merupakan anak-anak yatim dan piatu maupun kaum dhuafa. Peserta didik berasal dari berbagai kecamatan di Kabupaten Tangerang.

Peserta didik akan di bina di RMDP selama 6 bulan untuk satu periode pembelajaran. Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) saat ini membuka tujuh jurusan, yaitu: Kelas Tata Busana, Kelas Fotografi dan Videografi, Kelas Desain Grafis, Kelas Teknik Komputer dan Jaringan, Kelas Aplikasi Perkantoran, Kelas Otomotif dan Kelas Rekayasa Perangkat Lunak.

Revolusi Industri kini tengah memasuki babak baru yakni revolusi Industri 4.0 dimana Industri saat ini merupakan proses produksi di seluruh dunia yang mengkombinasikan tiga unsur penting, yakni manusia, mesin/robot, dan big data. Kombinasi tiga unsur tersebut akan menggerakkan seluruh unit produksi menjadi lebih efisien serta lebih cepat dan masif.

Sesuai dengan tujuan Revolusi Industri 4.0 yang dicetuskan oleh Profesor Klaus Schwab, seorang ekonom Jerman dan pendiri World Economic Forum, bahwa dunia akan difokuskan pada peningkatan produksi dengan memanfaatkan teknologi terkini dan mengganti penggunaan sumber daya yang berasal dari manusia dengan alat (teknologi). Karena, kemajuan teknologi semakin cepat maka manusia seharusnya mampu beradaptasi lebih cepat. Melihat bahwa peran teknologi sudah menutupi apa yang sebelumnya dikerjakan oleh tenaga kerja manusia.

Manusia yang hidup pada era ini perlu beradaptasi dengan perubahan industri tersebut. Adaptasi yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan daya saing dan keahlian tenaga kerja siap pakai baik dalam negeri maupun luar negeri, agar dapat menjawab tantangan kebutuhan di pasar kerja. Realita yang terjadi hari ini adalah, masih banyak permasalahan yang cukup serius di dunia kerja kita. Angkatan kerja yang baru masuk ke dunia kerja, yang diharapkan dapat siap memenuhi kebutuhan dunia kerja ternyata banyak yang belum siap memasuki dunia kerja.

Hal ini yang mengakibatkan semakin meningkatnya angka pengangguran di Indonesia. Data BPJS tahun 2018 menunjukkan bahwa pengangguran tertinggi di Indonesia adalah lulusan SMK yaitu sebesar 11, 24%. Oleh karena itu, salah satu cara dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 ini adalah membangun kesadaran pada diri setiap angkatan kerja khususnya para pelajar untuk berusaha menguasai keahlian atau

skill di bidang mereka masing-masing, agar dapat melahirkan tenaga kerja professional. Angkatan kerja tersebut juga harus memiliki keahlian pada beberapa jenis usaha yang sangat diperlukan guna mendapatkan keseimbangan dengan keberadaan teknologi sekarang.

Angkatan kerja yang sudah memiliki keahlian diharapkan tetap harus berusaha meningkatkan keahliannya. Sebaliknya bagi angkatan kerja yang sudah memiliki keahlian tetapi tidak relevan dengan dunia kerja yang digelutinya, maka harus segera merubahnya sesuai dengan kebutuhan pasar sekarang. Dalam menumbuhkan kesadaran-kesadaran tersebut pada lingkungan sosial tentu diperlukan upaya-upaya yang dapat menyadarkan mereka akan keahlian yang dibutuhkan tersebut. Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan yaitu melalui media informasi yang sangat banyak tersebar dewasa ini dan mudah diakses oleh siapapun. Media promosi merupakan salah satu sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau perusahaan agar dapat dikenal masyarakat luas.

Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional berupa brosur, poster, spanduk, *billboard*, *banner*, *flyer*, reklame, iklan TV, radio, media cetak (koran/ majalah) dan sebagainya. Media promosi tersebut berkembang dengan maraknya. Dewasa ini kita memasuki era promosi pada ranah digital seperti promosi melalui jejaring sosial di Facebook dan Twitter. Namun, tidak satu pun media yang benar-benar dikategorikan mutlak dari segi ketepatan dan efektivitas. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Berangkat dari uraian diatas, dapat kita lihat bahwa kesadaran pemuda (angkatan kerja) dan pelajar dalam memahami betapa pentingnya meningkatkan kualitas diri agar dapat meningkatkan daya saing tenaga kerja di Indonesia sangat diperlukan. Pemuda dan angkatan kerja dituntut untuk dapat beradaptasi dengan cepat dalam menghadapi perubahan yang terjadi pada era Revolusi Industri 4.0 ini. Mereka memiliki kepentingan untuk menguasai serta meningkatkan keahlian pada diri mereka. Karena Pemuda memiliki peran penting dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0.

Oleh karena itu perlu diadakan kegiatan yang mencoba sesuatu yang dapat memicu kesadaran tersebut, serta pentingnya peran media promosi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, melalui Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan oleh dosen Program Studi Teknik Industri STTM Muhammadiyah Tangerang dengan tema Era Industri 4.0 Bagi Generasi Muda Yang Kreatif Dan Inovatif di Rumah Masa Depan Pemuda dengan cara memberikan pemahaman dan mensosialisasikan pemanfaatan media promosi dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 menggunakan prinsip-prinsip sederhana yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan pelatihan di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) ini tidak hanya sekali saja dilakukan semoga kedepan dapat menjalin kerja sama kembali dengan Rumah Masa Depan Pemuda di Kabupaten Tangerang untuk kegiatan lain yang memberikan manfaat bagi peserta didik yang berlatar belakang anak-anak yatim, piatu serta kaum duafa.

Tujuan umum dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk membantu peserta yang ada di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) dalam mengatasi

masalah dan menghadapi era revolusi industri 4.0 dalam bentuk pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Secara khusus tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah dapat memberikan pemahaman mengenai era revolusi industri 4.0 kepada peserta pelatihan di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP), mempersiapkan peserta didik agar dapat siap bersaing dalam era revolusi industri melalui media promosi dan lebih dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkrativitas dan berinovasi, serta dapat menjadi sarana Pengabdian kepada Masyarakat melalui pengembangan minat dan bakat peserta pelatihan di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP).

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) dalam mewujudkan tujuan dari PkM yaitu melalui penyuluhan interaktif, didalamnya terdapat berbagai tahapan kegiatan berupa:

1. Persiapan

Tahap-tahap yang dilakukan pada persiapan kegiatan ini meliputi:

- a. Survei awal. Pada tahap ini dilakukan survei ke lokasi Rumah Masa Depan Pemuda (RMDP) di Kabupaten Tangerang.
- b. Desain perencanaan. Pada tahap ini dilakukan penentuan waktu kegiatan secara rinci dari awal hingga akhir.
- c. Persiapan Materi. Pada tahap ini dilakukan penyusunan materi kegiatan yang meliputi: *powerpoint*, *handout*, dan Video

Materi pertama yaitu mengenai era revolusi industri 4.0 dengan narasumber bapak **Agus Hermawan, ST, MM** dimana materi ini berisikan mengenai pengenalan terhadap revolusi industri 4.0, pemahaman revolusi industri 4.0, pemahaman tentang disrupsi “harus berkompetisi, untuk bisa menang (*for you to win, you’ve go to make somebody lose*)” ala Michael Porter, pembahasan mengenai dampak revolusi industry 4.0, perubahan yang akan ada saat era revolusi industri 4.0, dan kompetensi apa yang dibutuhkan pada saat revolusi industri 4.0. Pemaparan materi diberikan selama 90 menit, lalu dilanjutkan dengan Tanya jawab selama 30 menit.



Gambar 1. Peserta sedang mendengarkan pemaparan materi dari narasumber

Sesi Tanya jawab dibagi menjadi 2 sesi yaitu terdiri sesi hanya tiga pertanyaan dan sesi kedua hanya 3 pertanyaan. Sesi Tanya jawab ini dilaksanakan untuk memancing keaktifan para peserta didik yang mengikuti kegiatan ini. Selain itu setiap peserta didik dalam kegiatan penyuluhan ini mendapatkan materi.



Gambar 2. Peserta RMDP Tangerang bersama Senat Mahasiswa STTM Muhammadiyah Tangerang

Materi pertama dibagikan pada saat sebelum narasumber pertama memulai pemaparan materi. Tujuannya agar para peserta dapat mengikut imateri yang di paparkan oleh narasumber. Selain pemaparan materi diputarkan juga beberapa video yang berhubungan dengan era revolusi industri 4.0. Seperti video sebuah pabrik yang awalnya menggunakan tenaga kerja manusia sekarang digantikan semuanya oleh tenaga mesin, video pelayanan di SPBU yang sudah menggunakan mesin otomatis sebagai pengganti tenaga manusia, begitu pula pada video pintu tol dimana fungsi petugas tol digantikan oleh mesin otomatis.



Gambar 3. Pelayanan di SPBU Sudah Menggunakan Mesin Otomatis

Setelah mendengarkan pemaparan mater ini diharapkan dapat mengedukasi peserta didik mengenai pemahaman terhadap konsep Revolusi Industri 4.0 yang tengah berkembang. Setelah pemahaman diwujudkan, peserta didik diorientasikan untuk dapat mengidentifikasi kemampuan, baik *soft skill* maupun *hard skill* yang dibutuhkan di era revolusi industri 4.0. Pemahaman oleh peserta didik terhadap konsep dan kemampuan mengidentifikasi hal-hal yang dibutuhkan di era Revolusi Industri 4.0 akan berimplikasi pada kesiapan sumberdaya manusia yang terampil dan inovatif dalam dunia tenaga kerja.

Pemateri 2

Materi kedua yaitu mengenai media promosi dengan narasumber bapak. **Rasyid Tarmizi, SE, MM.** Pada materi kedua membahas mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Di awali dengan pengertian media sosial, pengertian promosi, tujuan promosi, advertising, jenis kegiatan promosi, pesan dalam promosi. Pemaparan materi diberikan selama 90 menit, setelah pemaparan materi selesai dilakukan sesi tanya jawab selama 30 menit. Sesi tanya jawab dibagi

menjadi 2 sesi yaitu terdiri sesi hanya tiga pertanyaan dan sesi kedua hanya 3 pertanyaan. Sesi tanya jawab ini dilaksanakan untuk memancing keaktifan para peserta didik yang mengikuti kegiatan ini. Selain itu setiap peserta didik dalam kegiatan penyuluhan ini mendapatkan materi.



Gambar 4. Pemateri Menunjukkan Teknik Merancang Alat Promosi Melalui Media Digital

Materi dibagikan pada saat sebelum narasumber pertama memulai pemaparan materi. Tujuannya agar para peserta dapat mengikuti materi yang di paparkan oleh narasumber. Pada materi ini akan dipaparkan pula tentang perkembangan media promosi yang mulai maraknya promosi ranah digital seperti promosi melalui jejaring sosial di Facebook dan Twitter.

Namun, tidak satu pun media yang benar-benar dikategorikan mutlak dari segi ketepatan dan efektivitas. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Sehingga, dalam memanfaatkan media promosi secara maksimal, dibutuhkan kemampuan menciptakan kreasi baru dan unik agar pesan-pesan dapat melekat pada konsumen, agar tujuan menjangkau lebih banyak konsumen dan memaksimalkan profit perusahaan dapat tercapai.

Selain itu pada pemaparan materi mengenai media promosi diberikan pula beberapa contoh pemanfaatan media promosi, seperti: Sensory Branding, Ambient Art, dan Flash Mob. Sensory Branding yang melibatkan panca-indra manusia seperti mata-penglihatan, hidung penciuman, telinga-pendengaran, kulitperasa, dan mulut-pengecap untuk memancing persepsi konsumen terhadap suatu produk/brand tertentu. Misalnya: Roti Boy, saat kita melewati gerainya, tercium lah aroma yang enak dan khas membuat kita membayangkan bentuk dan rasa dari Roti Boy tersebut tanpa harus melihat gerai itu sendiri.

Contoh lain adalah alunan musik penjual es krim dengan lagu khas dari Walls. Ambient Art adalah penyajian informasi dengan teknik artistik yang juga mengandung pesan tersembunyi, di mana paparan dari waktu ke waktu memungkinkan pengunjung untuk memahami sesuatu tentang sumber-sumber informasi yang mewakili. Contohnya adalah gambar kentang McDonalds yang dilukis di jalanan aspal yang dilalui banyak orang, tetapi ukiran kentang yang berbentuk garis lurus itu dijadikan zebra cross.

Penggunaan seni ambient art ini memancing orang-orang yang melewati zebra cross itu memikirkan McDonalds. Flash Mob dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang berkumpul pada waktu dan tempat yang telah ditetapkan untuk melakukan suatu hal bersamaan secara spontan. Massa Flash Mob diatur melalui

komunitas online, web blog, news group, email surat berantai, pesan singkat, ataupun telepon. Pesan lalu diteruskan beberapa kali untuk meningkatkan banyaknya massa. Misalnya, ada event di 2019 kemarin bertema: Sumpah Pemuda Flash Mob, yang diadakan di Central Park. Pesan singkat yang disebar via email berisi instruksi singkat untuk mengikuti event.

Setelah mendengar pemaparan materi ini diharapkan dapat memancing peserta didik agar dapat memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha. Maksudnya tidak hanya terpaku dengan mencari kerja melainkan bisa juga dimanfaatkan untuk membuka lapangan kerja baru. Kegiatan penyuluhan ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang, melalui pelatihan terhadap pemuda, karena pemuda memiliki peran sebagai *agent of change* atau pemuda adalah pilar penggerak yang diharapkan mampu menjadi penerus penggerak kemajuan bangsa.

Tetapi dengan derasnya arus persaingan global dan regional, tantangan yang dihadapi oleh pemuda pun semakin beragam. Oleh karena itu kesadaran dan kesiapan pemuda harus segera diinisiasi sejak dini. PkM ini dilakukan dengan menjalankan kegiatan penyuluhan di Rumah Masa Depan Pemuda di Kabupaten Tangerang yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan taraf pengetahuan dan keterampilan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraannya. Kegiatan ini dibagi menjadi empat tahap kegiatan, yaitu pembekalan, pelaksanaan kegiatan di lokasi, penyusunan laporan, dan evaluasi.

Hasil dan Pembahasan

Unit Pengabdian Masyarakat pada LPPM STTM Muhammadiyah Tangerang yang dijalankan oleh dosen-dosen program studi Teknik Industri telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu Rumah Masa Depan Pemuda di Kabupaten.

Hasil yang diperoleh cukup membanggakan, melalui kegiatan pengabdian ini dapat membuka wawasan para santri Rumah Masa Depan Pemuda di Kabupaten diantaranya bertambahnya keilmuan bagi para santri tentang kreativitas dan inovasi yang dibutuhkan untuk menghadapi persaingan di dunia kerja pada era Industri 4.0. Generasi muda yang tangguh dan kreatif yang akan mampu mempersiapkan mental, spiritual maupun keilmuan mereka sebelum terjun langsung pada era industri 4.0. Ilmu yang diperoleh pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kali ini tentunya mampu memberikan semangat baru bagi kita dalam menyampaikan materi dan motivasi serta berkontribusi bagi generasi muda, baik dilingkungan sekolah, kampus dan keluarga.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STTM Muhammadiyah Tangerang yang dilakukan oleh dosen-dosen Teknik Industri ini berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan yang positif dari pihak pengelola Rumah Masa Depan Pemuda di Kabupaten, serta bermanfaat juga bagi pemuda Muhammadiyah di Kabupaten Tangerang. Berangkat dari kegiatan PkM ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting untuk era industri 4.0 sehingga perlu untuk dipelajari lebih dalam. Siswa di Rumah Masa Depan Pemuda di Kabupaten memerlukan ilmu-ilmu dari pihak luar khususnya dosen untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan mereka.

Daftar Pustaka

- [1]. Davies, R. (2015). Industry 4.0: Digitalisation for Productivity And Growth.
- [2]. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. Kumawula, Vol. 1, No.2, Agustus 2018.
- [3]. Khasali, R. (2018). Strawberry Generation. Jakarta: Mizan.
- [4]. Prasetyo, Hoedi dan Sutopo, Wahyudi (2018), Industri 4.0: Telaah klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset, Jurnal Teknik Industri (J@TI). Volume 13.No.1.
- [5]. Rezasyah, Teuku. Ivan dan Affabile (2018), Kesiapan Siswa SMK dalam Revolusi Industri 4.0.
- [6]. Shwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. New York: Crown Business.
- [7]. Zhou, K., Taigang L., & Lifeng, Z. (2015). Industry 4.0: Towards future industrial opportunities and challenges. In Fuzzy Systems and Knowledge Discovery (FSKD), IEEE 12th International Conference, pp. 2147-2152.