

Identifikasi kompetensi komunikasi lulusan perguruan tinggi di era *gig economy*

Annisaa Fitri^{2,*}, Prahastiwi Utari², Chatarina Heny Dwi Surwati³

^{1,2,3} Universitas Sebelas Maret

Abstract

This research aims to identify the communication competencies needed by college graduates to face the gig economy era. In addition, this research will look at the latest trends in required competencies in the gig economy era. These competencies are essential to discuss because graduates in the COVID-19 era need to adapt to the needs of the industry and a disruptive work environment. Using a case study method, we conducted this research with six informants' purposive sampling data collection techniques and in-depth interviews. In addition, we also conducted interviews with informants who have different types of gig jobs to enrich the research results. The results of this study are that the communication competencies needed are public speaking, creative writing, networking, and good teamwork in separated team. However, communication competence alone is not enough. The research informants also added that universities must also change and teach various other competencies such as how to read and negotiate contracts and look at job trends and minimum salaries for gig workers in these fields.

Article History

Received 24 Oct 2021

Revised 15 Mar 2022

Accepted 27 May 2022

Published 13 Jun 2022

Keywords

communication competencies, gig economy, graduate competencies

How to cite:

Fitri, A., Utari, P., & Surwati, C.H.D. (2022). Identifikasi kompetensi komunikasi lulusan perguruan tinggi di era gig economy. *Islamic Communication Journal*, 7 (1), 89-112. <https://doi.org/10.21580/icj.2022.7.1.9490>.

***Corresponding author:** Annisaa Fitri (annisaaaf@staff.uns.ac.id), Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami, Surakarta.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kompetensi komunikasi yang dibutuhkan lulusan perguruan tinggi untuk menghadapi era *gig economy*. Selain itu, penelitian ini akan melihat tren terkini kompetensi yang dibutuhkan di era *gig economy*. Kompetensi tersebut penting untuk dibahas karena lulusan di era COVID-19 perlu beradaptasi dengan kebutuhan industri dan lingkungan kerja yang disruptif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus, dengan teknik pengumpulan data *purposive sampling* dan wawancara mendalam pada enam informan. Peneliti melakukan wawancara dengan informan yang memiliki jenis pekerjaan *gig* berbeda agar memperkaya hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah kompetensi komunikasi yang dibutuhkan adalah kemampuan berbicara di depan umum, menulis kreatif, berjaringan, serta bekerja sama dalam tim yang terpisah. Namun, kompetensi komunikasi saja tidak cukup. Para informan penelitian juga menambahkan bahwa perguruan tinggi juga harus berubah dan mengajarkan berbagai kompetensi lain, seperti cara membaca dan menegosiasi kontrak, serta melihat tren pekerjaan dan gaji minimum pekerja *gig* di bidang tersebut.

Kata kunci

gig economy, kompetensi komunikasi, kompetensi lulusan

PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan identifikasi kompetensi komunikasi yang dibutuhkan lulusan perguruan tinggi untuk menghadapi era *gig economy*. *Gig economy* adalah kondisi disruptif ketika ritme pekerjaan berubah menjadi sangat cepat (Zwick, 2018) dan dapat berganti (Sinicki, 2019). Ada beberapa hal yang menjadi latar belakang penelitian ini dibuat. Pertama, tren industri dalam *gig economy* di berbagai belahan dunia memiliki ritme yang sangat cepat (Al Eithan, 2021) dan terus berubah sehingga dirupsi (Bates et al., 2019; Ray et al., 2021) yang terus menerus terjadi ini membuat siapa saja harus mampu beradaptasi dengan cepat. Kedua, di Indonesia sendiri, era *gig economy* yang tergolong baru membuat banyak pihak belum menyadari pentingnya beradaptasi (Horn, 2016) dan mencari solusi untuk mengatasi banyaknya lulusan universitas menganggur dan tidak bisa bekerja sesuai dengan bidangnya (Mulcahy, 2019). Belum selesai dengan era *gig economy*, hadirnya pandemi COVID-19 semakin memperparah banyaknya lulusan universitas yang menganggur (IMM Graduate School, 2020; Shenoy, 2021) dan kondisi ini belum diantisipasi dan dicari

jalan keluarnya oleh pemerintah (Rodriguez, 2020), para sarjana, dan akademisi sebagai bagian dari pemilik kepentingan di Indonesia. Ketiga, era *gig economy* pada masa COVID-19 membuat jumlah lulusan yang bekerja dengan pekerjaan tetap secara permanen (bukan pekerjaan kontrak) berkurang karena instansi dan institusi besar menerapkan efisiensi (Lavri, 2022; Ssenyonga, 2021). Hal ini membuat para lulusan harus siap berhenti kerja kapan saja (Hasegawa et al., 2022; Ray et al., 2021) dan mencari pekerjaan baru. Keempat, menyiapkan mahasiswa agar bisa berkompetisi di era *gig economy* adalah tugas dosen sebagai pendidik dan dosen perlu mengetahui apa saja karakteristik yang dibutuhkan (Fleming, 2021) dalam menghadapi disrupsi terus menerus di era *gig economy*. Keempat latar belakang ini membuat penelitian tentang identifikasi kompetensi yang dibutuhkan lulusan perguruan tinggi untuk menghadapi era *gig economy* menjadi penting karena universitas dan dosen sebagai pendidik perlu untuk mempersiapkan calon lulusan sebaik mungkin agar mampu bersaing. Ketimpangan yang ada antara ilmu yang didapat saat menjadi mahasiswa di perguruan tinggi dan dunia nyata juga perlu dipersempit dengan mempersiapkan lulusan agar tidak kaget dan terbiasa berpikir kritis sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan di era *gig economy*.

Survei BPS tahun 2020 mencatat bahwa ada kenaikan sebesar 1.84% untuk persentase jumlah pengangguran lulusan perguruan tinggi. Jumlah ini terbilang kecil saat dilihat dalam bentuk persen, namun ternyata sangat banyak saat dijabarkan oleh BPS dalam bentuk juta jiwa. Berdasar data BPS, tercatat ada 9,77 juta lulusan perguruan tinggi yang menganggur pada 2020. Jumlah ini naik 2,6 juta dibanding angka pengangguran lulusan perguruan tinggi tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2021). Hal ini menjadi bukti bahwa lulusan universitas belum siap saat kembali ke dunia nyata setelah menyelesaikan masa studi, atau ilmu yang mereka dapat saat menjadi mahasiswa bersifat sangat praktis dan tidak mengajarkan bagaimana menanggulangi kondisi semacam ini. Naiknya angka pengangguran terdidik semacam ini harusnya menjadi keprihatinan bersama, karena berarti serapan lulusan pada industri tidak seimbang. Perlu ada hal lain yang harus disiapkan universitas agar calon lulusan memahami kompetensi apa yang wajib mereka miliki di era *gig economy*.

Lebih dari satu tahun berlalu sejak pandemi COVID-19 mewabah di Indonesia dan seharusnya pembicaraan bukan lagi tentang bagaimana menanggulangi virusnya saja, tetapi juga identifikasi tentang kompetensi apa yang harus dimiliki lulusan perguruan tinggi agar siap menghadapi dunia nyata. Era *gig economy* yang semakin menunjukkan karakter aslinya di masa COVID-19 membuat ketimpangan antara ilmu yang didapat lulusan universitas dengan kebutuhan kompetensi yang diperlukan. Ketimpangan dan jarak ini harusnya diisi dengan pengetahuan tentang resiliensi,

diskursus reflektif (Asian Development Bank, 2021), dan pengajaran mengenai kompetensi komunikasi pada calon lulusan agar mereka siap menghadapi persaingan yang ketat dan kondisi dunia nyata yang dinamis. Maka dari itu, penelitian ini berusaha mengidentifikasi kompetensi komunikasi apa yang dibutuhkan lulusan perguruan tinggi di era *gig economy*.

KAJIAN PUSTAKA

Tentang *Gig Economy*

Sebelum melangkah lebih jauh, peneliti akan menjelaskan sedikit tentang terma *gig economy* dan kompetensi komunikasi. Terma *gig economy* mulai populer di berbagai belahan dunia pada tahun 2015-an, dan ditandai dengan masifnya pertumbuhan teknologi yang menggantikan berbagai jenis aktivitas di masa lalu. Terma *gig economy* memiliki dua terma dasar yaitu *gig*, dan *economy*. *Gig economy* berarti pekerjaan apapun, dengan rentang waktu pendek atau tidak jelas (Collins, 2020; Sinicki, 2019). *Gig economy* didefinisikan sebagai 'pertunjukan/*gig*' (Graham et al., 2017; Kaine & Josserand, 2019), ditawarkan oleh mereka yang membutuhkan pekerjaan, dalam istilah *demand* (Hatfield, 2018); dan mereka yang melakukan pekerjaan memberi *supply* (Friedman, 2014). '*Gigs*' sendiri mengacu pada pekerjaan yang dilakukan sebagai bagian dari *gig economy*. *Gig economy* juga disebut menjadi bagian dari *share economy* (kegiatan seperti menyewakan rumah atau kamar sendiri, pekerjaan usaha mikro yang ditawarkan pada *platform online*, hingga pekerjaan apa pun yang digambarkan sebagai pekerjaan beresiko tinggi yang tidak termasuk dalam status pekerjaan penuh waktu permanen seperti pekerjaan sementara, kerja kontrak, atau kerja lepas. Para pekerja ini mungkin termasuk dalam kategori yang berbeda seperti paruh waktu, wiraswasta, *multi-jobs*, atau dalam beberapa kasus tidak dihitung sebagai bagian dari tipe pekerjaan konvensional sama sekali (Zwick, 2018). Kehadiran platform digital perantara membedakan pekerjaan *gig economy* sebagai unit klasifikasi dan analisis yang unik. Kompleksitas *gig economy* dapat didefinisikan dalam tiga jenis pekerjaan: pekerjaan berbasis platform kapital (*capital platform work*), pekerjaan berbasis kerumunan (*crowd work*), dan pekerjaan berbasis aplikasi (*app work*) (Collins, 2020). Penggunaan algoritme para pekerja dalam *gig economy* (Duggan et al., 2020) ini menjadi fokus kajian seputar *gig economy*, yang membedakannya dengan pekerjaan prekariat yang sudah ada sebelumnya.

Inovasi teknologi telah membawa perubahan signifikan pada organisasi kerja, hubungan antara pekerjaan dan pekerja, dengan dampak positif dan negatif. Meskipun *gig*, atau pekerjaan sekali jalan bukanlah hal baru, peningkatan penggunaan teknologi telah berkontribusi pada perkembangan pesat jenis pekerjaan ini. *Gig economy* telah

berkontribusi pada pertumbuhan beberapa bentuk pekerjaan non-standar melalui penciptaan pasar tenaga kerja yang dimediasi secara digital, atau platform tenaga kerja. Platform tenaga kerja menggunakan teknologi untuk menghubungkan pekerja dengan konsumen untuk tugas satu kali, atau pekerjaan yang diselesaikan baik secara virtual atau secara langsung oleh tenaga kerja sesuai permintaan. Tenaga kerja ini dapat beroperasi dengan perlindungan sosial dan tenaga kerja yang terbatas, yang menjadi semakin relevan karena lebih banyak pekerja mengandalkan platform sebagai sumber pendapatan utama mereka (Johnston & Land-Kazlauskas, 2018).

Kondisi *gig economy* didorong oleh konvergensi tiga kemajuan teknologi: ponsel pintar di mana-mana; sistem pembayaran yang aman dan tanpa uang tunai; dan situs ulasan pelanggan. Resesi ekonomi di berbagai belahan dunia menyebabkan pengangguran lulusan perguruan tinggi merajalela, dengan hampir setengahnya bekerja di pekerjaan yang tidak membutuhkan gelar sarjana. Berkaitan dengan kondisi ini, Schor membagi kegiatan *gig economy* ke dalam empat kategori besar (Schor, 2017):

1. Sirkulasi barang. Layanan ini mengurangi biaya transaksi (seperti biaya toko konsinyasi dan risiko kerugian finansial) dan memberikan informasi reputasi penjual untuk mengurangi risiko transaksi keuangan dengan orang asing. Hal ini ditandai dengan banyaknya penjual yang beralih menggunakan *e-commerce* dan berjualan *online* daripada membuka toko fisik.
2. Peningkatan pemanfaatan aset jangka panjang. Layanan ini meliputi platform online memungkinkan beberapa orang mendapatkan uang tambahan untuk menambah pendapatan tradisional, sambil memberi orang lain akses murah ke barang dan tempat. Contoh dari layanan ini adalah *sharing* tempat tinggal seperti sistem AirBnB, atau *sharing* kendaraan pribadi menuju suatu wilayah tertentu seperti layanan GrabShare.
3. Pertukaran layanan. Layanan ini memasangkan pengguna yang membutuhkan tugas yang diselesaikan dengan individu yang membutuhkan atau menginginkan pekerjaan. Termasuk sebagai contoh dalam jenis ini adalah aplikasi B2C (*Business to Consumer*) seperti bagian dari aplikasi Gojek semacam GoFood, GoClean, GoMart, dan lainnya.
4. Berbagi aset produktif. Layanan ini memungkinkan produksi daripada konsumsi dan menyertakan ruang peretas (untuk pemrogram) dan ruang pembuat, yang menyatukan alat dan ruang kerja bersama (*coworking space*).

Kondisi disruptif ini jika tidak didukung oleh kompetensi lulusan universitas yang memadai akan menghasilkan angka pengangguran yang terus naik dan banyaknya lulusan yang bekerja tidak sesuai dengan bidangnya.

Di Indonesia, penelitian mengenai implikasi kondisi *gig economy* bagi para lulusan perguruan tinggi maupun kompetensi komunikasi yang dibutuhkan di era *gig economy* tidak banyak dilakukan. Penelitian-penelitian terdahulu masih terlalu fokus pada definisi pekerjaan lepas, tanpa melihat gambaran lebih besar tentang *gig economy*, pekerjaannya yang rentan, dan persiapan apa yang harus diantisipasi oleh perguruan tinggi untuk melepas lulusannya ke dunia nyata. Para sarjana fokus mendefinisikan *gig economy* secara luas, tidak hanya *gig economy* pada lulusan perguruan tinggi. Misalnya, pada studi-studi terkait *gig economy* pada pekerja kerah biru. Salah satu hal yang dibahas, misalnya, eksploitasi dalam *gig economy* pada pekerja kerah biru (para pelaku pekerjaan yang tidak membutuhkan keahlian khusus). Jumlah pekerja lepas di Indonesia dan betapa pekerjaan di era *gig economy* ini sangat rentan dengan pemutusan hubungan kerja, ketiadaan layanan kesehatan untuk pekerja, dan eksploitasi pekerja karena desakan teknologi (Hadi, 2020), regulasi buruh digital yang tidak kunjung dibuat dan membuat banyak pihak mempertanyakan kesiapan pemerintah tentang hal ini (Ruddyanto, 2019). Regulasi pekerja yang sudah ada tidak memperhatikan kesejahteraan pekerja *gig economy* dan bagaimana hal ini dimanfaatkan oleh instansi dan institusi untuk menekan biaya produksi dengan upah pekerja yang sangat minim.

Gojek sebagai penyedia jasa layanan memperlakukan pekerja *gignya* sebagai mitra bisnis agar tidak perlu memberikan jaminan dan asuransi apapun (Suraj, 2018). Opini ini juga mengkritik kesehatan makroekonomi perekonomian nasional pada negara berpenghasilan menengah seperti Indonesia. *Gig economy* yang dianggap sebagai kunci pembuka kemacetan pembangunan ekonomi tidak menciptakan pekerjaan baru atau menggeser perekonomian ke tahap produksi yang lebih tinggi. Dalam jangka menengah hingga panjang, *gig economy* menjerat sebagian besar angkatan kerja ke dalam perangkat keterampilan. Seorang pengemudi Gojek akan selalu menjadi pengemudi Gojek karena tidak bisa meningkatkan keahlian mereka atau mengambil peran manajemen.

Gig economy juga membuka berbagai peluang pekerjaan bagi masyarakat Indonesia pada masa pandemi COVID-19 (Suparno, 2020). Ketahanan ekonomi yang diciptakan lewat *gig economy* ini menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang dan mengarah pada peningkatan kontribusi mereka terhadap perekonomian Indonesia. Lebih dari itu, *gig economy* mendukung ketahanan ekonomi Indonesia di tengah pandemi dengan terus menawarkan lapangan kerja dan peluang bisnis, termasuk bagi mereka yang kehilangan pekerjaan di sektor formal.

Namun sayangnya, perlindungan bagi pekerja *gig* tidak ada, sehingga mereka harus mempererat solidaritas antar pekerja *gig* sendiri. Studi Widya Permata Yasih tahun 2020 membahas bagaimana pekerja di era *gig economy* terlibat dengan pekerjaan

tidak tetap, praktik ketenagakerjaan yang tidak aman, tidak pasti, dan tidak stabil, yang terkait dengan pengalihan sebagian besar risiko dari bisnis dan pemerintah kepada pekerja. Penggunaan aplikasi digital untuk menghubungkan pekerja dan konsumen serta untuk mengawasi kinerja membuat hubungan pemberi kerja dan pekerja agak ambigu, dan merampas hak-hak dasar pekerja di tempat kerja. Studi ini mengeksplorasi budaya kolektif dan solidaritas yang tumbuh antar pekerja *gig economy* di Jakarta yang membuat mereka melakukan resistensi pada ketidakadilan yang hadir dalam bentuk perlawanan pada manajemen dan pemerintah serta memajukan kepentingan mereka sampai taraf tertentu. Studi ini juga membahas tentang komunitas pekerja pengendara aplikasi *ride hailing* seperti Gojek dan Grab yang membuat perlindungan tenaga kerjanya sendiri karena pemerintah tidak mengakomodir hal ini (Yasih, 2020). Minimnya studi tentang era *gig economy* pada lulusan perguruan tinggi inilah yang mengarahkan kita pada permasalahan selanjutnya, yaitu kompetensi komunikasi apa saja yang dibutuhkan lulusan perguruan tinggi.

Pada bagian selanjutnya dari tulisan ini, peneliti akan menjelaskan tentang kompetensi komunikasi.

Kompetensi Komunikasi di Era *Gig Economy*

Kompetensi didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk berinteraksi secara tepat dan efektif dengan orang lain dalam konteks tertentu. Sebagai kebutuhan dasar manusia, kompetensi dapat dipahami sebagai sejauh mana seseorang menghasilkan efek yang diinginkan dalam proses interaksi (Wilson & Sabee, 2003).

Berbagai studi tentang kompetensi komunikasi telah dilakukan oleh berbagai sarjana lintas studi dalam dua dekade terakhir. Misalnya kompetensi komunikasi dalam peran dan hubungan profesional, seperti kompetensi untuk guru (Bakić-Tomić et al., 2015; Lukianets & Lukianets, 2020; Rubin & Feezel, 1986), penyedia layanan kesehatan seperti tenaga medis (Cegala et al., 1998; Salazar, 2020), pasien (Gillotti et al., 2002), organisasi dan anggotanya (Jablin & Sias, 2001; Salleh, 2008) dan mediator konflik (Chen et al., 2017; Donohue et al., 1988). Sarjana lain juga mengeksplorasi kompetensi dalam hubungan pribadi seperti persahabatan (Arroyo & Segrin, 2011; Cholappallil et al., 2021; Collier, 1996) dan keluarga (Jiao, 2020; Lindsey et al., 1997; Marquez et al., 2021; Rosenberg et al., 2006; Wang et al., 2019). Para sarjana juga melakukan eksplorasi pada kompetensi komunikasi siswa prasekolah (Dagal, 2017; Doove et al., 2021; Panova et al., 2019) hingga siswa perguruan tinggi (Borau et al., 2009; Cavanagh et al., 2015; Humanante-Ramos et al., 2019; Kim & Cho, 2017; Steiner & Posch, 2006). Dari begitu banyak studi terdahulu tentang kompetensi komunikasi, belum ada yang membahas tentang kompetensi komunikasi yang harus dimiliki para lulusan perguruan tinggi agar bisa bertahan di era *gig economy*.

Keseriusan para sarjana membahas kompetensi komunikasi sayangnya tidak diikuti keseriusan mereka mendudukkan konsep dasar yang dapat dijadikan acuan bagi sarjana lain melakukan penelitian serupa. Terma kompetensi komunikasi tersebar setidaknya di lima teori komunikasi terdahulu seperti teori pelanggaran harapan dan teori atribusi (dari perspektif psikologi pada rumpun teori pemrosesan pesan komunikasi), teori tujuan-rencana-tindakan (*goal-plan-action*) komunikasi dan teori hierarki (dari perspektif psikologi pada rumpun teori produksi pesan komunikasi), dan teori relasional dialektis (dari perspektif komunikasi sosial) (Pavitt, 2015; Wilson & Sabee, 2003). Inilah yang membuat sulitnya mendudukkan kompetensi komunikasi dalam satu kerangka saja. Satu-satunya hal yang paling mungkin untuk dilakukan adalah mencari jenis kompetensi yang paling sering muncul dalam studi-studi sebelumnya. Meski memiliki istilah dan rumpun teori yang berbeda di beberapa studi sebelumnya, ada lima konsep kompetensi komunikasi yang selalu disebut. Konsep kompetensi komunikasi tersebut meliputi kompetensi fundamental, sosial, linguistik, interpersonal, dan relasional (Bagarić & Djigunović, 2007). Kompetensi fundamental menyangkut kemampuan kognitif yang membantu individu berkomunikasi secara efektif dalam situasi yang berbeda. Kompetensi sosial menekankan keterampilan khusus seseorang yang mengarah pada interaksi yang efektif. Kompetensi linguistik lebih menitikberatkan pada pengetahuan dan kemampuan mengeksekusi bahasa dan pesan dalam proses interaksi. Kompetensi interpersonal lebih berorientasi pada tujuan dan berkaitan dengan kemampuan individu untuk menyelesaikan tugas dengan menunjukkan keterampilan komunikasi tertentu yang berhasil. Kompetensi relasional menyoroti pentingnya proses interaksi timbal balik, di mana para pelaku interaksi mampu menjalin hubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan.

Kompetensi hanya dapat dicapai dalam konteks komunikasi yang terbuka dan tidak dibatasi. Kompetensi komunikasi mengacu pada pertukaran pesan yang otentik, akurat, dan tepat tanpa adanya struktur hierarki yang dominan-subordinasi dari hubungan sosial (Habermas, 1970). Tema umum tentang kompetensi komunikasi meliputi pemahaman komprehensif tentang terma kompetensi itu sendiri. Berdasarkan kriteria keefektifan dan kesesuaian sebagai indikator kompetensi yang valid, tema umum ini menyatakan bahwa kompetensi komunikasi harus terdiri dari tiga dimensi: kemampuan kognitif, afektif, dan perilaku.

Peneliti memilih untuk melakukan pendekatan tentang kompetensi komunikasi pada topik *gig economy* karena argumen para sarjana sebelumnya lebih banyak mempermasalahkan definisi dan cakupan *gig economy* alih-alih mencari akar permasalahan dan solusi fenomena ini. Riset ini memetakan masalah apa saja yang

hadir pada era *gig economy* dan kompetensi komunikasi apa saja yang dibutuhkan para lulusan di era ini.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus dan pengambilan data wawancara mendalam pada sejumlah informan yang telah dipilih menggunakan sampel bertujuan.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dimana peneliti sangat tergantung terhadap informasi dari objek/partisipan pada ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum, pengumpulan data yang sebagian besar terdiri atas kata-kata/teks dari partisipan, menjelaskan dan melakukan analisis terhadap kata-kata dan melakukan penelitian secara subjektif (Creswell, 2007).

Penelitian studi kasus adalah eksplorasi sebuah “sistem yang dibatasi” atau sebuah kasus (atau banyak kasus) sepanjang waktu melalui pengumpulan data terperinci atau secara mendalam yang melibatkan banyak sumber informasi yang kaya dalam konteks (Creswell & Poth, 2017).

Peneliti menentukan informan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu jenis *sampling* yang digunakan dalam situasi khusus, biasanya dalam penelitian eksplorasi atau dalam penelitian lapangan. *Purposive sampling* cocok digunakan jika tujuannya adalah untuk memilih kasus yang unik dan sangat informatif. *Purposive sampling* biasanya digunakan untuk memilih anggota populasi yang sulit dijangkau (Neuman, 2011). Dalam melakukan *purposive sampling*, peneliti menurunkan kategorisasi informan berdasar karakteristik pekerjaan *gig economy* yang dilakukan oleh para lulusan perguruan tinggi yang membutuhkan kompetensi komunikasi.

Peneliti melakukan wawancara mendalam pada sejumlah informan yang telah menyatakan bersedia untuk diwawancarai dalam penelitian ini. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah: (1) lulusan perguruan tinggi di Indonesia, (2) Sudah bekerja atau sedang mencari kerja dari jenis pekerjaan ilmu sosial dan eksakta, (3) bekerja lepas dan kontrak dengan masa kontrak kurang dari satu tahun, (4) membutuhkan komunikasi secara intensif dalam bekerja, (5) wiraswasta atau menjadi mitra aplikasi penyedia jasa *online*.

Ada enam informan yang diwawancarai dalam penelitian ini yang berasal dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada jenis informan yang berbeda agar dapat mewakili jenis pekerjaan-pekerjaan *gig* yang ada. Karena sensitifnya data penelitian dan banyaknya *insight* dari para informan terkait kompetensi komunikasi yang diajarkan perguruan tinggi masing-masing,

peneliti menulis nama informan sesuai urutan mereka diwawancara dalam penelitian ini.

Wawancara berlangsung pada bulan April 2021 melalui konferensi video Google Meet dan Zoom, serta telepon melalui Whatsapp. Kondisi pembatasan wilayah menjadi hambatan bagi peneliti untuk bertemu secara tatap muka dengan para informan.

Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan baik itu secara terstruktur maupun tak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Peneliti menggunakan jenis wawancara ini bertujuan mencari jawaban terhadap hipotesis. Semua subjek dipandang mempunyai kesempatan yang sama untuk menjawab pertanyaan yang diajukan. Jenis wawancara ini tampaknya bersamaan dengan apa yang dinamakan wawancara baku terbuka (Patton, 2002). Dalam wawancara ini, semua informan ditanya menggunakan daftar pertanyaan yang sama. Jawaban para informan yang konsisten satu dengan lainnya menjadi temuan penelitian.

Validitas data penelitian diperoleh dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan informan satu dan lain untuk menemukan jawaban yang berulang, membandingkan hasil penelitian yang dilakukan dengan studi-studi sejenis sebelumnya, dan menurunkan analisis hasil penelitian dari kajian literatur tentang kompetensi komunikasi.

HASIL DAN DISKUSI

Dari penelitian yang telah dilakukan pada bulan April 2021 dengan para informan, ada tiga pokok bahasan yang dibicarakan terkait topik penelitian. *Pertama*, kondisi lapangan pekerjaan *gig economy* di masa pandemi COVID-19. *Kedua*, kompetensi komunikasi dan kompetensi lain yang dibutuhkan. Dan *ketiga*, perubahan yang perlu dilakukan oleh perguruan tinggi untuk mempersiapkan lulusan. Adapun penjabaran dari ketiga pokok bahasan tersebut adalah:

Kondisi Lapangan Era *Gig Economy* di Masa Pandemi Covid-19

Perkuliahan yang Didapatkan dari Pengalaman dan Internet

Pendapat ini dikemukakan oleh Informan 1. Menurut Informan 1, perguruan tinggi sudah tidak lagi relevan dan ijazah sudah tidak lagi dibutuhkan di era *gig economy*. “Sebetulnya ijazah itu sudah nggak penting lagi. Yang penting itu punya keterampilan yang relevan sama kebutuhan market sih,” (Informan 1, wawancara pada 20 April 2021 melalui Google Meet).

Sedangkan Informan 2 menilai bahwa ada banyak pelajaran dan perkuliahan di luar perguruan tinggi yang bisa didapat siapa saja secara daring. Informan 2 juga

mengaku mendapat banyak informasi dan cara berpikir baru di luar kampus. Informasi ini dia dapatkan dari hasil searching di Internet.

“Kondisi gini tuh kuliah juga nggak bantu apa-apa karena yang diajarin nggak nyambung sama jenis kerjaan di luar sana. Kan di kampus juga nggak diajarin caranya cari buyer atau gimana caranya mulai jualan online tuh. Jadi ya belajarnya dari banyak seminar online, terus ikut mentoring gitu-gitu. Berat banget kalo cuman ngandelin kuliah,” (Informan 2, wawancara pada 23 April 2021 melalui telepon Whatsapp).

Disrupsi Industri yang Membuat Startup Harus Berani Mencoba Bidang Industri Baru

Informan 2 yang memiliki pekerjaan jasa bidang fotografi mengaku bahwa dia kesulitan mencari klien. Hal ini membuatnya membatasi aktivitas menjadi foto dan videographer. Dia beralih pada bisnis kuliner. Hal ini dapat terlihat dari verbatim wawancara di bawah:

“Susah banget Mbak. Mau gimana lagi. Ya akhirnya jualan makanan sama sprej lah. Mulai dari risol sampe kue, terus nasi box gitu-gitu. Yang penting tetep punya duit buat gaji karyawan sama bayar KUR,” (Informan 2, wawancara pada 23 April 2021 melalui telepon Whatsapp).

Meskipun ada kelonggaran dari pemerintah untuk keterlambatan pembayaran, informan 2 tetap memilih untuk selalu menyiapkan dana agar tidak terlambat bayar kredit usaha. Kondisi Covid-19 membuat para pekerja *gig economy* semakin was-was karena ketiadaan jaminan usaha.

Sedangkan Informan 1 memilih untuk menutup usahanya di bidang jasa penyelenggaraan acara karena pekerjaan mengumpulkan massa tersebut dilarang pemerintah selama pandemi Covid-19. Informan 1 memilih untuk mengubah kantor *start up*nya menjadi kantor *branding service*.

“Anak-anak (karyawan) ku suruh milih mau tetep lanjut seadanya atau keluar tanpa pesangon. Puji Tuhan pada milih bertahan seada-adanya kantor hahaha! Berat juga sih. Kita biasa kerja dari event ke event, duitnya gede, cepet, dan panas. Lah, corona gini mana boleh bikin event. Susah asli. Udah DP-DP (Down Payment) ke third party. Akhirnya kantor ganti jadi branding service. Asli kagok banget. Orang biasa jadi anak lapangan ya kan, tiba-tiba indoor mulu,” (Informan 1, wawancara pada 20 April 2021 melalui Google Meet).

Baik Informan 1 dan 2 menilai kondisi Covid-19 di era *gig economy* sebaiknya tidak ditanggapi berlebihan karena akan membuat stres. Keduanya berpendapat selama

ada kemauan maka akan ada jalan agar usaha tetap bertahan di tengah disrupsi terus menerus.

Minimnya Perusahaan yang Membuka Lapangan Pekerjaan untuk Pekerja Tetap

Sedikitnya lapangan pekerjaan di era *gig economy* di masa pandemi inilah yang disampaikan oleh Informan 3. Informan 3 yang merupakan lulusan Sastra Inggris pada akhirnya bekerja di bidang yang tidak sesuai dengan jurusannya saat kuliah.

“Mau nggak mau harus kerja apa aja. Sebelum pandemi sih jadi interpreter ya. Terus pas pandemi nggak ada event jadi guru les Bahasa Inggris juga. Susah nyari anak yang minta les sekarang. Makanya nyambi freelance juga jadi admin e-commerce. Nggak belajar detail copywriting jadi meraba-raba juga,”(Informan 3, wawancara pada 24 April 2021 melalui Zoom).

Informan 1 juga mengaku tidak berani menerima pekerja tetap dan hanya menggaji karyawannya setiap ada pekerjaan. Kondisi ini tentu berbeda jauh dengan saat sebelum pandemi Covid-19 di mana orang berkumpul dan acara-acara yang melibatkan banyak orang dapat dilangsungkan dengan mudah.

Kondisi lapangan pekerjaan di masa pandemi Covid-19 yang tidak menentu inilah yang membutuhkan kompetensi komunikasi dan kompetensi lain agar para lulusan perguruan tinggi dapat bekerja pada bidang apapun.

Kompetensi Komunikasi yang Dibutuhkan

Dari hasil penelitian, dalam era *gig economy*, setidaknya ada beberapa kompetensi komunikasi yang dibutuhkan. Pertama adalah kemampuan menulis kreatif, kedua adalah kemampuan berkomunikasi interpersonal, ketiga adalah kemampuan berbicara (*public speaking*) di depan kamera dan mikrofon, dan yang terakhir adalah kemampuan bekerja dalam tim dan berjejaring.

Informan 1 menganggap bahwa kemampuan terpenting di era *gig economy* adalah kemampuan *copywriting* atau menulis kreatif. Hal ini dapat mengarahkan seseorang ke banyak bidang pekerjaan yang bisa dikerjakan jarak jauh.

“Sekarang kerjaan yang dibutuhin tuh yang bisa dikerjain dari jauh. Kayak copywriting, terus jadi konsultan, gitu-gitu. Tapi susah juga sih kalo konsultan baru fresh graduate. Siapa yang mau. Pasti harus ikut orang dulu. Nggak bisa ujug-ujug main buka start up. Apalagi butuh duit gede ya bikin PT gitu. Unless lo adeknya Sisca Kohl kayaknya mustahil banget deh,” (Informan 1, wawancara pada 20 April 2021 melalui Google Meet).

Sedangkan Informan 2 menganggap bahwa di era serba disruptif seperti sekarang, seseorang harus bisa menjadi pemimpin bagi dirinya sendiri. Kemampuan berbicara di depan mikrofon dan kamera menjadi sangat penting. Bagi Informan 2, apapun pekerjaannya kedua kemampuan tersebut harus dimiliki lulusan perguruan tinggi.

“Sekarang tuh zamannya TikTok, Youtube, dan IG (Instagram). Jadi ya apa aja harus audio visual. Ngedit juga udah nggak perlu heboh pakai laptop. Pakai hape (handphone) juga bisa. Orang udah nggak mau baca tulisan panjang-panjang. Maunya dengerin orang ngomong sama lihat gambar barangnya gitu. Public speaking itu harusnya diajarin di semua jurusan. Ini penting banget sih skill ngomong, mau di depan mic, kamera, atau di depan orang umum,” (Informan 2, wawancara pada 23 April 2021 melalui telepon Whatsapp).

Kedua informan kemudian membahas berbagai perubahan yang secara cepat, dan mengharuskan semua orang senantiasa dinamis. Informan 1 dan 2 melihat perlunya kemampuan berjejaring dan mengikuti tren yang ada.

“Ya ibaratnya kan kita tuh ada di kondisi hari ini Clubhouse ngetop, eh besoknya keok. Nah sekarang yang ngetop Fleet. Dulu TikTok dihina-hina, sekarang semua orang mainan TikTok. Kalo ada diskusi di Fleet atau IGL (Instagram Live) gitu ya ikut terus MJB-MJB (Maaf Join Bareng—istilah untuk bergabung di antara orang asing) aja. Terus banyakin main game. Ada kenalan gue dapet kerjaan dari clan game dia gitu,” (Informan 1, wawancara pada 20 April 2021 melalui Google Meet).

Dari wawancara dengan kedua informan, peneliti melihat bahwa keduanya sangat memahami perubahan tren dan selera pasar. Hal ini membuat informan 1 dan 2 dapat bertahan di era *gig economy*.

Informan 3 yang sudah sering menjadi pekerja *gig* juga menambahkan pentingnya kemampuan bekerja sama dengan orang lain dalam satu tim di tempat yang berjauhan.

“Susah ketemuan, harus online gitu. Kerjaan aku dilihat sama supervisor via Trello. Mana email yang udah direply, mana yang belum. Terus ada yang kerja tim misalnya kita lagi bikin sistem reply otomatis gitu. Temen sekantornya belum pernah ketemu. Tapi ya harus bisa nyambung biar kerjaan beres. Komunikasinya harus bagus biar beres,” (Informan 3, wawancara pada 24 April 2021 melalui Zoom).

Kompetensi Lainnya yang Dibutuhkan

Informan 4, lulusan Ilmu Komunikasi sebuah perguruan tinggi di Jawa Barat menjelaskan bahwa kemampuan *multitasking* atau mengerjakan banyak hal secara simultan juga menjadi penting. Informan 4 saat ini bekerja sebagai admin media sosial, *customer service*, dan bagian pembukuan pada *e-commerce* kecantikan.

“Kalo dari kerjaanku sih harus banget bisa multitasking. Ya yang Namanya multitasking itu tuh kayak udah wajib gitu di iklim kerjaan sekarang. Udah lapangan pekerjaannya dikit, pasti mereka maunya nerima orang-orang yang bisa banyak hal. Istilahnya palu gada lah. Apa yang lu mau, gue ada,” (Informan 4, wawancara melalui Google Meet pada 24 April 2021).

Informan 5 yang baru saja lulus mengatakan perlu ada mata kuliah yang membahas tentang cara membuat resume dan *cover letter* sesuai yang diinginkan pekerjaan.

“Waktu kuliah nggak diajarin sama sekali bikin resume atau CV tuh Mbak. Bahkan pas magang pun kita hanya bikin proposal magang. Jadi waktu kerja beneran bingung banget ini CV mana dulu yang harus dimasukin, bentuknya gimana, informasi apa yang bisa masuk. Cover letter lamaran juga nggak diajarin. Padahal penting banget,” (Informan 5, wawancara pada 27 April 2021 melalui Zoom).

Minimnya *insight* tentang dunia kerja juga dikeluhkan oleh Informan 3 yang sudah beberapa kali menjadi pekerja *gig*. Saat kuliah, mahasiswa tidak diajarkan tentang hak dan kewajibannya sebagai pekerja dan bagaimana cara membaca kontrak dan melakukan negosiasi pada kontrak.

“Karena aku beberapa kali freelance, kerjanya tuh sama sekali nggak ada kontrak. Aku juga tahu baru-baru ini kalau seharusnya aku minta kontrak sebagai jaminan dan perlindungan hukum. Tapi kan susah juga ya, kadang kita kerja freelance itu nggak sama orang yang punya perusahaan legal gitu. Harusnya waktu kuliah diajarin cara baca kontrak dan hak dan kewajiban apa yang harus ada waktu kerja,” (Informan 3, wawancara pada 24 April 2021 melalui Zoom).

Melihat tren pekerjaan dan berapa “harga” minimal yang bisa mereka dapatkan menjadi sorotan Informan 6 tentang hal-hal yang tidak diajarkan oleh perguruan tinggi di tempatnya menimba ilmu.

“Pas interview kerja bingung banget benchmarking pasaran Mbak. Susah banget. Temen-temenku rata-rata emang sesama fresh graduate juga pula.”

Akhirnya aku underpaid. Kaget pas lihat slip gaji temen. Kok dia jauh di atasku? Selisihnya lumayan banget. Harusnya sih diajarin buat cari tahu gaji pasaran buat kerjaanku itu berapa,” (Informan 6, wawancara melalui Google Meet pada 27 April 2021).

Perubahan yang Perlu Dilakukan Perguruan Tinggi

Saat disinggung mengenai apa permasalahan yang ada di dunia dengan ilmu yang didapat ketika kuliah, seluruh informan merasa ada banyak hal yang tidak diajarkan di perkuliahan. Informan 1 dan 2 merasa bahwa perguruan tinggi perlu memperbanyak referensi tentang pekerjaan-pekerjaan *gig* dan memastikan lulusannya mampu bersaing. Peneliti menangkap kekecewaan dari informan 2 tentang ilmu di perguruan tinggi yang belum mampu mengakomodir kondisi nyata di lapangan. Ketiadaan jaringan dari kampus yang dapat mempermudah lulusan untuk mendapat pekerjaan juga membuat mereka merasa harus belajar dari nol ketika sudah lulus.

“Kampus tuh kalo emang mau ngejar praktik ya harusnya siapin lapangan kerja juga atau at least channelnya. Lah yang udah-udah kan nggak. Udah kuliah praktiknya nanggung, terus nggak ada channel. Ya bubar lah itu lulusannya,” (Informan 2, wawancara pada 23 April 2021 melalui telepon Whatsapp).

Sedangkan informan 1 merasa bahwa perkuliahan praktik tidak perlu terlalu sesuai buku teks dan harus disesuaikan dengan konteks di Indonesia.

“Kacaunya tuh kan buku acuannya dari luar. Terus jadul-jadul gitu Mbak. Ya udah nggak nyambung sama kondisi sekarang. Harusnya ya referensi tuh dari pelaku usaha yang emang mulai dari nol dan bukan atas biaya bokap gitu. Biar dijelasin pahit-pahitnya usaha tuh kayak apaan,” (Informan 1, wawancara pada 20 April 2021 melalui Google Meet).

Informan 5 merasa bahwa alih-alih menjadi tempat mempersiapkan diri dalam kondisi serba tidak pasti, perguruan tinggi rasanya hanya menjadi tempat bermain dan mencari teman sebaya saja.

“Waktu kuliah itu bingung. Mau buat usaha sama temen jadi entrepreneur, tapi nggak ada ilmu yang cukup. Pernah jualan baju tapi bak-buk (hasil yang didapat dari usaha hanya cukup untuk menutup modal yang dikeluarkan). Akhirnya berhenti juga karena skripsian. Selama kuliah ya gitu-gitu aja rasanya. Selesai kuliah rasanya kayak dilempar ke dunia nyata,” (Informan 5, wawancara pada 27 April 2021 melalui Zoom).

Berdasarkan paparan data di atas dapat dikatakan, bahwa kekayaan pengalaman para informan menjadi masukan yang sangat berharga dalam penelitian ini. Latar belakang informan 1 dan 2 sebagai wiraswasta, dan informan 3, 4, 5, 6 sebagai pekerja *gig* membuat penelitian ini meng-*cover* dua sisi; dari sisi pemilik usaha dan pekerja.

Namun begitu, ada kesamaan dari semua informan tentang kompetensi yang diperlukan lulusan perguruan tinggi. Para informan yang berasal dari berbagai latar belakang jurusan perkuliahan setuju bahwa komunikasi menjadi hal yang penting untuk dipelajari dan menjadi titik masuk utama karena banyak pekerjaan membutuhkan kemampuan tersebut.

Di era serba tidak pasti seperti sekarang ini, kompetensi komunikasi membuat para pencari kerja dapat bekerja meski tidak sesuai dengan jurusannya ketika lulus. Para informan setuju bahwa kemampuan berbicara dan *public speaking* harus diajarkan di semua jurusan. Saat bekerja, mereka merasa bahwa memiliki kemampuan *public speaking* yang baik akan membawa mereka pada berbagai jenis pekerjaan, dan membuat mereka memiliki nilai khusus.

Kompetensi komunikasi lain yang disorot oleh para informan adalah kemampuan menulis kreatif dan *copywriting*. Kemampuan menulis kreatif ini menjadi jalan bagi para pekerja *gig* untuk mendapat pekerjaan-pekerjaan *remote* berbasis daring.

Selain itu, kemampuan berjaringan dan mencari koneksi juga dirasa penting. Para informan memanfaatkan aplikasi diskusi daring melalui media sosial sebagai tempat mencari koneksi untuk pekerjaan mereka.

Hal lain yang juga tidak kalah penting adalah kemampuan berkomunikasi dalam tim yang bekerja jarak jauh. Adanya pandemi Covid-19 memaksa orang-orang tetap di rumah. Banyak para pekerja *gig* yang bahkan belum pernah bertemu dengan rekan satu timnya dan bergantung pada berbagai aplikasi komunikasi daring sebagai media koordinasi. Kemampuan untuk berkomunikasi jarak jauh inilah yang juga disorot para informan sebagai kompetensi komunikasi yang penting untuk dimiliki lulusan perguruan tinggi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini merupakan masukan berharga bagi kemajuan ilmu pengetahuan mendatang karena menjawab pertanyaan tentang kompetensi apa saja yang dibutuhkan di era *gig economy*. Adapun kompetensi tersebut adalah kemampuan menulis kreatif, kedua adalah kemampuan berkomunikasi dengan tim jarak jauh, ketiga adalah kemampuan berbicara di depan umum, di depan kamera dan mikrofon, dan yang terakhir adalah kemampuan berjaringan dan mencari koneksi.

Selain kompetensi komunikasi, para informan juga menyampaikan kompetensi lain yang sebaiknya juga dimiliki para lulusan perguruan tinggi. Jenis pekerjaan yang tidak bisa dikerjakan orang banyak karena keterbatasan untuk mempekerjakan orang membuat para lulusan perguruan tinggi harus diajarkan mengerjakan banyak hal dalam satu waktu (*multitasking*). Kemampuan menulis resume dan CV, membaca kontrak, menegosiasikan kontrak, dan mengetahui upah minimum yang bisa mereka dapatkan pada jenis pekerjaan tersebut juga menjadi kompetensi lain yang perlu ada pada lulusan perguruan tinggi.

Para informan juga memberikan jawaban yang berharga tentang apa saja yang perlu dipersiapkan perguruan tinggi kedepannya. Kesempatan untuk berjejaring dari perguruan tinggi juga perlu diadakan agar lulusan tidak merasa harus mengulang semua proses dari awal. Materi perkuliahan praktik juga harus disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan pengajar atau referensi dari para pelaku usaha yang sedang berkembang. Para informan juga melihat perlunya perguruan tinggi untuk memberikan gambaran terburuk dari pekerjaan-pekerjaan di era *gig economy*.

Penelitian ini hanya berfokus pada pengalaman para lulusan perguruan tinggi yang tengah bekerja di era *gig economy*. Informan yang diteliti adalah para wiraswasta dan pekerja lepas dengan masa kerja kurang dari satu tahun. Hanya ada beberapa bidang pekerjaan yang dapat tercakup dalam penelitian ini. Ke depannya, peneliti berharap akan banyak penelitian serupa yang membahas pekerja-pekerja *gig* dari golongan lainnya dan respon perguruan tinggi dalam menghadapi era *gig economy*, yang dapat memperkaya penelitian dengan topik serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Eithan, N. (2021, July 29). *How the gig economy is disrupting the region's startup ecosystem - Wamda*. <https://www.wamda.com/2021/07/gig-economy-disrupting-regions-startup-ecosystem>.
- Arroyo, A., & Segrin, C. (2011). The Relationship between self- and other-perceptions of communication competence and friendship quality. *Communication Studies*, 62(5). <https://doi.org/10.1080/10510974.2011.580037>.
- Asian Development Bank. (2021). *COVID-19 and labor markets in Southeast Asia: Impacts on Indonesia, Malaysia, the Philippines, Thailand, and Viet Nam*. <https://doi.org/10.22617/TCS210508-2>.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Data Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasar Pendidikan Terakhir*. <https://www.bps.go.id/indicator/6/1179/1/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html>.
- Bagarić, V., & Djigunović, J. M. (2007). Defining communicative competence. *Metodika*,

- 8(1), 94-103. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/file/42651>.
- Bakić-Tomić, L., Dvorski, J., & Kirinić, A. (2015). Elements of teacher communication competence: An examination of skills and knowledge to communicate. *International Journal of Research in Education and Science*, 1(2). <https://doi.org/10.21890/ijres.54372>.
- Bates, O., Remy, C., Nash, C., & Kirman, B. (2019). The future of techno-disruption in gig economy workforces: Challenging the dialogue with fictional abstracts. *ACM International Conference Proceeding Series, February 2020*. <https://doi.org/10.1145/3363384.3363476>.
- Borau, K., Ullrich, C., Feng, J., & Shen, R. (2009). Microblogging for language learning: Using twitter to train communicative and cultural competence. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 5686 LNCS. https://doi.org/10.1007/978-3-642-03426-8_10.
- Cavanagh, J., Burstons, M., Southcombe, A., & Bartram, T. (2015). Contributing to a graduate-centred understanding of work readiness: An exploratory study of Australian undergraduate students' perceptions of their employability. *International Journal of Management Education*, 13(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2015.07.002>.
- Cegala, D. J., Coleman, M. T., & Turner, J. W. (1998). The development and partial assessment of the medical communication competence scale. *Health Communication*, 10(3), 261-288. https://doi.org/10.1207/s15327027hc1003_5.
- Chen, C. Y., Joyce, N., Harwood, J., & Xiang, J. (2017). Stereotype reduction through humor and accommodation during imagined communication with older adults. *Communication Monographs*, 84(1), 94-109. <https://doi.org/10.1080/03637751.2016.1149737>.
- Cholappallil, F. D., Joseph, V., & Laveena Mello. (2021). Interpersonal communication competence and quality of friendship among young adults. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 3(3), 2023-2026. Retrieved from www.irjmets.com.
- Collier, M. J. (1996). Communication competence problematics in ethnic friendships. *Communication Monographs*, 63(4), 314-336. <https://doi.org/10.1080/03637759609376397>.
- Collins, B. (2020). Defining the employee in the gig economy: Untangling the web of contract. In *Conflict and shifting boundaries in the gig economy: An interdisciplinary analysis* (pp. 23-43). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-603-220201003>.

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative enquiry & research design, choosing among five approaches*. Sage Publications, Inc.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches 4th edition*. Sage Publications Inc, Thousand Oaks.
- Dagal, A. B. (2017). Investigation of the relationship between communication skills, social competence and emotion regulation skills of preschool children in Turkey. *Educational Research and Reviews*, 12(4), 164–171. <https://doi.org/10.5897/ERR2017.3139>.
- Donohue, W. A., Allen, M., & Burrell, N. (1988). Mediator communicative competence. *Communication Monographs*, 55(1), 104–119. <https://doi.org/10.1080/03637758809376160>.
- Doove, B. M., Feron, F. J. M., van Os, J., & Drukker, M. (2021). Preschool communication: early identification of concerns about preschool language development and social participation. *Frontiers in Public Health*, 8 (546536), <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.546536>.
- Duggan, J., Sherman, U., Carbery, R., & McDonnell, A. (2020). Algorithmic management and app-work in the gig economy: A research agenda for employment relations and HRM. *Human Resource Management Journal*, 30(1), 114–132. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12258>.
- Fleming, P. (2021). *Dark Academia*. Pluto Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1n9dkhv.4>.
- Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, 2(2), 171–188. <https://doi.org/10.4337/roke.2014.02.03>.
- Gillotti, C., Thompson, T., & McNeilis, K. (2002). Communicative competence in the delivery of bad news. *Social Science and Medicine*, 54(7), 1011–1023. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(01\)00073-9](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(01)00073-9).
- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135–162. <https://doi.org/10.1177/1024258916687250>.
- Habermas, J. (1970). Towards a theory of communicative competence. *Inquiry*, 13(1–4), 360–375. <https://doi.org/10.1080/00201747008601597>.
- Hadi, A. (2020, January 4). *Mengenal "Gig Economy": Dunia Kerja Baru yang Rentan Eksploitasi*. Tirto.Id. <https://tirto.id/mengenal-gig-economy-dunia-kerja-baru-yang-rentan-eksploitasi-eqxU>.
- Hasegawa, Y., Ido, K., Kawai, S., & Kuroda, S. (2022). Who took gig jobs during the

- COVID-19 recession? Evidence from Uber Eats in Japan. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 13, 100543. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100543>.
- Hatfield, E. F. (2018). (Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work. *Critical Studies in Media Communication*, 35(3), 315–317. <https://doi.org/10.1080/15295036.2018.1433310>.
- Horn, M. B. (2016, October 20). *What The “Gig” economy means for graduates and their employers*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/michaelhorn/2016/10/20/what-the-gig-economy-means-for-graduates-and-their-employers/?sh=690800171274>.
- Humanante-Ramos, P., Solís-Mazón, M. E., Fernández-Acevedo, J., & Silva-Castillo, J. (2019). The ICT competences of students entering university: An experience in the Faculty of Health Sciences of a Latin American university. *Educacion Medica*, 20(3), 134-139. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.02.002>.
- IMM Graduate School. (2020, August 25). *The gig economy reenergised by Covid-19 - IMM Graduate School*. <https://imm.ac.za/the-gig-economy-reenergised-by-Covid-19/>.
- Jablin, F. M., & Sias, P. M. (2001). Communication competence. In *The new handbook of organizational communication* (pp. 819–864). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412986243.n20>.
- Jiao, J. (2020). Autonomy and parent-child relationship satisfaction: The mediating role of communication competence. *Communication Research Reports*, 37(3). <https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1768060>.
- Johnston, H., & Land-Kazlauskas, C. (2018). Organizing on-demand: Representation, voice, and collective bargaining in the gig economy. *International Labour Office*, 94(94). Retrieved from https://labordoc.ilo.org/discovery/fulldisplay/alma994981993502676/41ILO_IN ST:41ILO_V1.
- Kaine, S., & Josserand, E. (2019). The organisation and experience of work in the gig economy. *Journal of Industrial Relations*, 61(4), 479–501. <https://doi.org/10.1177/0022185619865480>.
- Kim, H. Y., & Cho, J. S. (2017). The effects of project-based learning in “systems analysis & design” subject on communication competence of University students in Korea. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(1). <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is01/teoplisadsoccousik>.
- Lavri, O. (2022). *Gig economy and its impact on the future of work | HRForecast*. <https://hrforecast.com/what-is-the-gig-economy-and-why-is-it-the-future-of-work/>.

- Lindsey, E. W., Mize, J., & Pettit, G. S. (1997). Mutuality in parent-child play: Consequences for children's peer competence. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/0265407597144007>.
- Lukianets, H., & Lukianets, T. (2020). Global communication competence: A framework of intercultural skills development in sport and tourism higher education. *Teoria Ta Metodika Fizicnogo Vihovanna*, 20(2). <https://doi.org/10.17309/tmfv.2020.2.03>.
- Marquez, B., Benitez, T., & Lister, Z. (2021). Acculturation, communication competence, and family functioning in Mexican–American mother–daughter dyads. *Journal of Immigrant and Minority Health*. <https://doi.org/10.1007/s10903-021-01256-x>.
- Mulcahy, D. (2019, October 3). *Universities should be preparing students for the gig economy*. <https://hbr.org/2019/10/universities-should-be-preparing-students-for-the-gig-economy>.
- Neuman, W. L. (2011). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. *Pearson Education*.
- Panova, V. L., Titova, S. P., Akhmadullina, K. M., & Akhmadullin, U. Z. (2019). Modernization of preschool education: Information and communication competences of a teacher. *International Journal Of Applied Exercise Physiology*, 8(2.1, SI). Retrieved from <https://elibrary.ru/item.asp?id=41301806>.
- Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods. Thousand Oaks, Cal.: Sage Publications.
- Pavitt, C. (2015). 3. Theoretical approaches to communicative competence. In *Communication Competence* (pp. 39–62). DE GRUYTER. <https://doi.org/10.1515/9783110317459-004>.
- Ramos, S. L. (2020). Exploring the associations of chronically ill patients' listening styles and medical communication competence in patient–doctor interactions. *Psychological Studies*, 65 (3). <https://doi.org/10.1007/s12646-020-00565-9>.
- Ray, S., Herman, N., & Sen, I. (2021). Disruptive transformation fueling gig economies. *2021 IEEE Technology & Engineering Management Conference - Europe (TEMSCON-EUR)*, 1–7. <https://doi.org/10.1109/TEMSCON-EUR52034.2021.9488630>.
- Rodriguez, D. (2020, May 25). *COVID-19 transforms informal work in Indonesia's thriving digital economy*. <https://www.asiapacific.ca/publication/Covid-19-transforms-informal-work-indonesias-thriving>.
- Rosenberg, E., Richard, C., Lussier, M. T., & Abdool, S. N. (2006). Intercultural communication competence in family medicine: Lessons from the field. *Patient Education and Counseling*, 61(2), 236–245. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2005.04.002>.
- Rubin, R. B., & Feezel, J. D. (1986). Elements of teacher communication competence.

- Communication Education*, 35(3), 254-268.
<https://doi.org/10.1080/03634528609388348>.
- Ruddyanto, R. A. (2019). *Is Indonesia's regulation ready for the gig-economy?* ISD. <https://www.isd-indonesia.org/index.php/2019/11/11/is-indonesias-regulation-ready-for-the-gig-economy/>.
- Salleh, L. M. (2008). Communication competence: A Malaysian perspective. *Human Communication*, 11 (3), 303-311.
- Schor, J. B. (2017). Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent?: Findings from a qualitative study of platform providers. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10(2), 263-279. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsw047>.
- Shenoy, V. (2021). Graduate employment prospects post COVID pandemic lockdown. *SSRN Electronic Journal*, 09(5), 7352-7363. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3896808>
- Sinicki, A. (2019). Thriving in the Gig Economy. In *Harvard Business Review: Vol. March-April*. Apress. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4090-8>.
- Ssenyonga, M. (2021). Imperatives for post COVID-19 recovery of Indonesia's education, labor, and SME sectors. *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1-51. <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1911439>.
- Steiner, G., & Posch, A. (2006). Higher education for sustainability by means of transdisciplinary case studies: an innovative approach for solving complex, real-world problems. *Journal of Cleaner Production*, 14(9-11), 877-890. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2005.11.054>.
- Suparno, R. (2020, September 4). *Gig economy supports Indonesia's economic resilience*. Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/academia/2020/09/04/gig-economy-supports-indonesias-economic-resilience.html>.
- Suraj, S. (2018, November 21). *The gig economy and skills traps in Indonesia*. Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/academia/2018/11/21/the-gig-economy-and-skills-traps-in-indonesia.html>.
- Wang, N., Roaché, D. J., & Pusateri, K. B. (2019). Associations between parents' and young adults' face-to-face and technologically mediated communication competence: The role of family communication patterns. *Communication Research*, 46(8), 1171-1196. <https://doi.org/10.1177/0093650217750972>.
- Yasih, D. W. P. (2020). Solidarity among Jakarta's gig economy drivers. *Melbourne Asia Review*, 1. <https://doi.org/10.37839/MAR2652-550X1.7>.
- Wilson, S. R., & Sabee, C. M. (2003). Explicating communicative competence as a theoretical term. In *Handbook of Communication and Social Interaction Skills* (pp. 21-68). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410607133-7>.

Zwick, A. (2018). Welcome to the gig economy: Neoliberal industrial relations and the case of Uber. *GeoJournal*, 83(4), 679-691. <https://doi.org/10.1007/s10708-017-9793-8>.

