

PELAKSANAAN EVENT JOB EXPO 2014 UNTUK MENDUKUKUNG ALUMNI PENCARI KERJA (STUDI KASUS: PEMANFAATAN WEBSITE BINUS CAREER)

Lidya Wati Evelina, Mia Angeline, Agus Wasita

Jurusan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi
Binus University

Abstrak

Binus Career dibentuk sejak tahun 2000 dan bertujuan agar 90% lulusan Binus mendapatkan pekerjaan dalam jangka waktu maksimal setahun sejak kelulusannya. Untuk tujuan ini, Binus Career menjalin kerjasama dengan dunia industri dan seiring dengan berkembangnya era digital dibentuklah website Binus Career yang dapat diakses di www.binuscareer.com. Selain itu sebagai jembatan antara universitas dengan dunia industri Binus Career juga mengadakan event Job Expo yang diselenggarakan dua kali setahun. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apakah website Binus Career (www.binuscareer.com) berperan penting dalam penyelenggaraan Binus Job Expo. Adakah relevansinya antara informasi/content di website Binus Career dengan antusiasme masyarakat dalam pelaksanaan event Job Expo. Metode Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Hasil dicapai adalah besarnya peranan website Binus Career terhadap pelaksanaan event Binus Job Expo hanya sebesar 38,8%, nilai ini tergolong kurang signifikan. Hal ini dapat disebabkan karena sifat event yang reguler sehingga pengunjung tidak bergantung pada informasi melalui website saja.

Kata kunci: Job Expo, website, Binus Career

1 PENDAHULUAN

Di dalam dunia pendidikan tinggi, perlu adanya penyediaan sarana untuk menjembatani para alumni Universitas atau Perguruan Tinggi dengan perusahaan pencari kerja. Semakin banyak alumni yang terserap dunia usaha, maka nama perguruan tinggi tersebut akan mempunyai citra semakin baik di masyarakat. Salah satu standar penilaian kualitas perguruan tinggi adalah dari tingginya lulusan yang mendapat pekerjaan/ mempunyai usaha secepat mungkin. Jika lulusan masih sulit mencari kerja, maka bisa dipastikan calon mahasiswa dan orang tua tidak akan memilih perguruan tinggi tersebut untuk putera-puterinya. Dengan alasan inilah Bina Nusantara University memiliki unit yang bernama Binus Career. Binus University memiliki visi 1 dari 3 lulusan Binus bekerja di perusahaan Global atau menjadi Entrepreneur bahkan target Binus di tahun 2018 menjadikan 2 dari 3 lulusan Binus bekerja di perusahaan Global atau menjadi entrepreneur.

Binus Career dibentuk sejak tahun 2000 dan memiliki tujuan untuk mencapai 90% lulusan mendapatkan pekerjaan dalam jangka waktu maksimal setahun sejak kelulusannya. Untuk

mencapai tujuan ini, Binus Career menjalin kerjasama dengan dunia industri dan seiring dengan berkembangnya era digital dibentuklah website Binus Career yang dapat diakses di www.binuscareer.com.

Website adalah sarana berbiaya rendah yang dapat menyediakan informasi kepada pengguna secara efektif dan efisien (Margolin, Miller, & Rosenbaum, 2013, hal. 46). Dengan menggunakan website, Binus Career dapat menyediakan informasi yang lengkap, jelas, dan konsisten, serta dapat membantu lulusan menemukan perusahaan pencari kerja yang tepat. Salah satu informasi yang disampaikan melalui website ini adalah pelaksanaan Binus Job Expo, yang diadakan dua kali dalam setahun, yaitu setiap awal semester. Event Job Expo yang diselenggarakan Binus sudah populer baik di kalangan alumni, masyarakat umum, maupun dunia industri. Hal ini terlihat dari tingginya jobseeker yang hadir dan tingginya antusiasme perusahaan untuk ikut serta setiap kali penyelenggaraan Job Expo.

Menurut (O'Reilly, 2011, hal. 184) penggunaan career website di sekolah memiliki kelemahan dan kekuatan. Kekuatannya adalah kemungkinan inovasi yang lebih luas untuk berkomunikasi dengan mahasiswa, seperti penggunaan multimedia website tersebut, adanya fitur percakapan interaktif untuk mendorong interaksi antara perusahaan dengan alumni, dan inovasi-inovasi lainnya. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah semakin bergantungnya sekolah kepada website sehingga terkesan menolak para alumni yang membutuhkan konsultasi face-to-face. Dengan menyelenggarakan event Job Expo dan Campus Hiring, Binus Career mencoba menghilangkan ketergantungan pada website dan mempertemukan pencari kerja dengan perusahaan secara face-to-face.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat peranan website Binus Career (www.binuscareer.com) terhadap penyelenggaraan event Binus Job Expo. Event Job Expo yang diselenggarakan Binus Career dua kali dalam setahun, yaitu di awal semester. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi masukan dalam memaksimalkan penggunaan website sebagai penghubung antara alumni dengan dunia industri. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Seberapa besar peranan website Binus Career terhadap penyelenggaraan event Binus Job Expo? (2) Faktor apa yang menentukan kesuksesan event Binus Job Expo?

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Event Management

Event yang menjadi salah satu tugas dari bidang Public Relations dapat menggunakan teori ini. Asumsi dari teori tentang kelompok (West, 2008) dibagi menjadi 3(tiga) bagian, yaitu: pertama, terdapat kondisi-kondisi di dalam kelompok yang mempromosikan kohesivitas tinggi, kedua, pemecahan masalah kelompok pada intinya merupakan proses yang menyatu, dan asumsi terakhir adalah kelompok dan pengambil keputusan oleh kelompok sering kali bersifat kompleks.

Bila dikaitkan dengan pelaksanaan event, artinya event merupakan tugas bidang Public Relations yang memerlukan tujuan yang jelas. Komunikasi yang terjadi pada sekelompok orang yang mengelola event harus mempunyai hubungan akrab dan terjadi interaksi yang sangat baik untuk mengambil keputusan terbaik dalam pelaksanaan event tersebut.

Event merupakan suatu peristiwa yang memerlukan beberapa orang untuk mengorganisirnya. Sebuah perusahaan dapat menggunakan event sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan produk maupun jasa dari perusahaannya. Seperti yang dikatakan William O'Toole dan Phyllis Mikolaitis (2002):

Corporate use events such as this one as a means of communicating corporate message. Pesan dalam event haruslah jelas demikian yang dikatakan Joe LoCICERO (2008) : To make an event have its most extensive impact, you must first determine its goals. Those goals should be clear, precise, tied in some way to your company's objectives, and measurable.

Bila diterjemahkan artinya bahwa membuat acarayang memiliki dampak paling luas, terlebih dahulu tentukan tujuannya. Menyusun tujuan tersebut harus jelas, tepat, terikat dalam beberapa cara untuk tujuan perusahaan Anda, dan tentu saja harus bisa diukur. Pengukuran dapat dilakukan dengan mengadakan evaluasi terhadap pelaksanaan event.

Dalam buku Tips dan Trik Event Organizing yang ditulis Pradipta Nugrahanto (2008) dikemukakan bahwa kita harus memperhatikan beberapa strategi untuk melaksanakan event dengan sukses. Hal pertama yang perlu diketahui adalah ukur kemampuan tim kerja. Hal yang perlu dilakukan dalam mengelola event adalah mengendalikan obsesi dan emosi. Kedepankan logika dalam membuat sebuah event.

Buatlah event yang sederhana tapi mengena di mata klien dan audiens. Untuk itu diperlukan Time table control yang gunanya mengatur segala tindakan panitia sesuai dengan job description dan agenda yang ditentukan. Setelah rencana event matang, ada baiknya sharing dengan rekan-rekan lain yang lebih senior atau siapa saja yang dapat memberikan masukan. Jangan sampai terjadi konsep event yang menarik tapi tidak pas timing-nya. Bisa saja terjadi event yang dibuat merupakan hal yang sudah pernah dilakukan, jangan sampai mengulang serupa tapi berilah suatu keistimewaan.

2.2 Website

Menurut (Tarafdar & Zhang, 2007, hal. 16) website mempunyai dua karakteristik penting, yaitu content dan alur informasi. Detail dari karakteristik dapat dilihat sebagai berikut:

1. Content:

- (a) Mudah dimengerti dan diakses, yaitu adanya fitur-fitur yang dapat memfasilitasi kinerja pengguna secara efektif. Contohnya fitur shopping cart atau search engine. Selain itu juga termasuk desain, keamanan dan kecepatan loading website.
- (b) Informasi yang disampaikan berguna bagi pembaca
- (c) Uptodate

2. Alur informasi:

- (a) Bagaimana informasi diatur di dalam website
- (b) Layout website
- (c) Efektivitas dari hyperlinks

Selain karakteristik diatas, website juga dapat dinilai dari website performance atau kinerja website. Hal yang termasuk dalam kinerja website ini adalah (1) frekuensi banyaknya orang yang mengakses website tersebut, (2) loyalty seberapa sering individu yang sama mengakses website tersebut. Kedua hal ini penting dalam menilai kinerja website karena mengukur seberapa luas jangkauan (reach), dan seberapa dikenal website tersebut (Tarafdar & Zhang, 2007, hal. 17).

2.3 Website dan Perkembangan Karir Siswa

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tarafdar & Zhang (2007), menghasilkan faktor yang mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi traffic atau banyaknya pengunjung dari website adalah desain, kemudahan akses, keamanan dan kegunaan content. Jika pengunjung menemukan karakteristik ini dalam website yang diakses maka pengunjung akan cenderung untuk kembali membuka website tersebut dan merekomendasikannya. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh O'Reilly (2011) menyatakan website sekolah memiliki pengaruh besar terhadap pilihan dan perkembangan karir siswa. Dari sisi staff pengelola website diperlukan sifat kepemimpinan untuk lebih memaksimalkan potensi website tersebut.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Margolin, Miller, dan Rosenbaum (2013) yang menyatakan pengunjung website masih menemui masalah ketika hanya bergantung pada content atau informasi di website, sehingga tetap diperlukan peran pembimbing yang dapat ditemui face-to-face. Pengunjung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengakses website sekolah. Website tetap memegang peranan penting namun belum dapat menggantikan informasi dari staff sekolah. Ketiga penelitian diatas menjadi dasar dalam penelitian mengenai website Binus Career ini, dimana hipotesis yang dapat ditarik adalah:

H₀ : Tidak adanya pengaruh antara website Binus Career terhadap penyelenggaraan event Binus Job Expo
 H_a : Adanya pengaruh signifikan antara website Binus Career terhadap penyelenggaraan event Binus Job Expo.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional, dilakukan untuk mengetahui besarnya peranan website Binus Career terhadap pelaksanaan event Binus Job Expo 2014. Metode pengumpulan data akan menggunakan kuesioner dengan skala Likert dengan pilihan 4 jawaban. Jawaban 1 mulai dari Sangat Tidak Setuju/ sangat tidak puas dan sangat tidak sesuai, Jawaban ke dua: Tidak setuju/tidak puas/tidak sesuai, Jawab Ketiga Setuju/puas/sesuai serta jawaban keempat: Sangat Setuju/sangat puas/sangat sesuai dan kemudian menggunakan perhitungan statistik. Alasan menggunakan 4 pernyataan karena untuk menghindari jawaban yang netral. Populasi pada penelitian ini adalah para pengunjung di event Job Expo. Dan teknik sampling yang digunakan adalah tehnik sampling convenience, peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada pengunjung yang hadir dalam Job Expo bulan Maret 2014. Dalam penelitian kuantitatif populasi yang dipilih adalah para pengunjung event Job Expo yang diselenggarakan dua kali dalam setahun oleh Binus University dan responden terpilih mengetahui event Job Expo tersebut dari website Binus Career. Event Job Expo yang dijadikan sampel yang dilaksanakan pada 18 dan 19 Maret 2014.

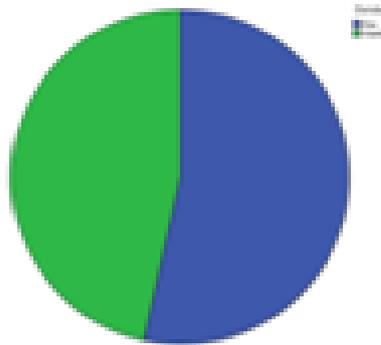
Pertanyaan penelitian yang diajukan sebanyak 14 pertanyaan. Dengan menggunakan tenaga Honorer 3 (tiga) orang mahasiswa kuesioner disebarkan ke para pengunjung yang hadir selama 2 hari tersebut. Pertanyaan untuk Variable Website Binus Career sebanyak 7 (tujuh) pertanyaan yang meliputi: (1) Desain website Binus Career menarik bagi saya (2) Website Binus Career mudah dimengerti dan mudah digunakan (3) Informasi yang disampaikan di website Binus Career up-to-date (4) Website Binus Career sudah memiliki layout yang baik (5) Selama periode mencari pekerjaan, saya sering mengakses website Binus Career (6) Informasi yang ditampilkan dalam website Binus Career berguna bagi saya (7) Website Binus Career memiliki fitur-fitur yang memudahkan saya. Untuk pertanyaan mengenai Website

Binus Career, kuisisioner dilengkapi dengan snapshot atau capture laman depan dari website Binus Career Sedangkan Pertanyaan untuk VariableEvent Job Expo Binus sebanyak 7 (tujuh) pertanyaan: (1) Menurut saya publikasi acara Binus Online Job Expo sudah baik (2) Perusahaan yang menjadi peserta dalam Job Expo ini adalah perusahaan bonafid dan termasuk perusahaan yang saya idamkan. (3) Saya mengajak teman-teman saya untuk menghadiri event Job Expo ini.(4) Menurut saya dekorasi dan tata letak booth dalam Job Expo ini sudah baik (5) Panitia Job Expo membantu saya jika saya membutuhkan informasi(6) Binus Job Expo berbeda dengan Job fair / Job expo lainnya yang pernah saya datangi (7) Menurut saya penyelenggaraan Binus Job Expo sebanyak 2 kali dalam setahun sudah cukup.

Jumlah populasi, pengunjung pada setiap event Job Expo, yang diharapkan adalah 4.000 orang (sumber: proposal Binus Online Job Expo 2014). Dari populasi ini akan ditarik jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu: $n = N / (1 + N e^2)$. Penggunaan rumus Slovin alasannya karena Binus Career sudah memiliki data dari member yang terdaftar di Binus career Dengan menggunakan rumus Slovin ini maka didapatkan jumlah sample sebanyak 364 orang, namun kuisisioner yang disebarakan dalam penelitian ini sebanyak 400buah.

4 HASIL PDAN PEMBAHASAN

Dari 400 kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung di Binus Job Expo pada tanggal 18 dan 19 Maret 2014, sebanyak 393 kuesioner yang dapat diikutsertakan dalam perhitungan kuantitatif, sedangkan sisanya sebanyak 7 kuesioner dianggap tidak layak karena data tidak lengkap. Bagan dibawah ini adalah perbandingan antara responden pria dan wanita.

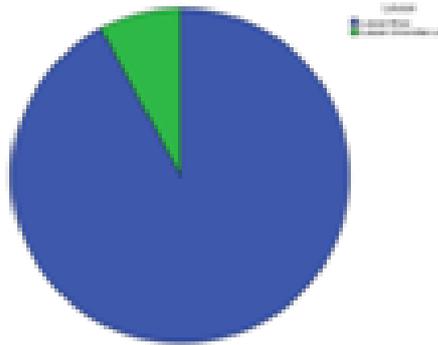


Gambar 1: Perbandingan Responden Pria dan Wanita

Sedangkan gambar dibawah ini adalah perbandingan antara responden pengunjung event Job Expo yang merupakan lulusan Binus dan yang merupakan lulusan universitas lain.

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui keabsahan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner yang disebarakan, dengan kata lain untuk mengetahui apakah kuesioner dapat mengukur masalah yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS, dan dari variabel X maupun Y seluruh item pernyataan di kuesioner menghasilkan hasil yang valid, dimana hasil r hitung lebih besar daripada r tabel.



Gambar 2: Perbandingan Responden Lulusan Binus dan Lulusan Universitas Lainnya

Table 1: Hasil Korelasi Correlations

		Correlations	
		Website Binus Career	Pelaksanaan Event
TotalX	Pearson Correlation	1	,623**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	393	393
TotalY	Pearson Correlation	,623**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	393	393

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sedangkan untuk uji reliabilitas, nilai Cronbach Alpha menghasilkan 0.767, dan menurut Kriyantono (2006) nilai ini berarti kuesioner dianggap reliabel. Nilai Cronbach Alpha semakin mendekati satu adalah semakin baik, dan nilai minimum yang diterima adalah 0,6. Setelah diketahui hasil penelitian valid dan reliabel maka dapat dilanjutkan dengan tahap berikutnya.

4.2 Korelasi dan Regresi antara Website Binus Career dengan Pelaksanaan Event Job Expo

Hasil korelasi antara kedua variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Dari tabel diatas dapat dilihat antara variabel website Binus Career dengan Pelaksanaan Event Job Expo memiliki koefisien korelasi sebesar 0,623. Nilai ini menurut Sarwono (dalam Kriyantono, 2006) berarti antara dua variabel memiliki hubungan yang kuat.

Dari koefisien korelasi, dapat dihasilkan koefisien determinasi sebesar 0,388. Angka ini berarti peranan website Binus Career terhadap pelaksanaan event Job Expo adalah sebesar 38,8%, dan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai pengaruh yang dibawah 50% berarti termasuk kecil dan kurang signifikan, sehingga dapat diartikan pengunjung Job Expo Binus tidak terlalu terpengaruh oleh website Binus Career.

Table 2: Examples of writing table

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623a	,388	,386	2,545
a. Predictors: (Constant), TotalX				
b. Dependent Variable: TotalY				

Sementara persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,787 + 0,631X$$

Nilai konstanta dalam persamaan diatas berarti, jika tidak ada variabel website Binus Career maka nilai dari Pelaksanaan Event Job Expo Binus adalah sebesar 8,787. Sementara, jika ada penambahan sebesar 1 point dari variabel website Binus Career maka akan meningkatkan nilai variabel pelaksanaan event Job Expo sebesar 0,631.

5 KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan bahwa website Binus Career tidak memiliki peranan yang signifikan terhadap pelaksanaan event Job Expo Binus University. Nilai pengaruh yang dihasilkan hanya sebesar 38,8%. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal, antara lain, event Job Expo Binus University yang telah berlangsung cukup lama sehingga telah diketahui oleh pengunjung. Tanpa melihat informasi dari website, para pencari kerja sudah mengetahui bahwa setiap dua kali dalam setahun Binus University akan mengadakan Job Expo, dan informasi juga disebarkan melalui mading, Binus TV, dan Bvoice (Radio Binus).Sifatnya yang reguler sehingga pengunjung tidak terlalu bergantung pada informasi atau content di Website Binus Career.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh OReilly (2011) dan Margolin, Miller, dan Rosenbaum (2013), bahwa para pencari kerja tidak bergantung sepenuhnya pada informasi dari website, melainkan mendapatkan informasi dari media-media lain yang juga berpengaruh cukup besar terhadap keputusan mereka untuk datang ke Job Expo.

Saran untuk perkembangan penelitian kedepannya adalah dibutuhkannya penelitian mendalam terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi pelaksanaan event Job Expo, seperti apakah melalui Job Expo para pencari kerja dapat kesempatan untuk bekerja di perusahaan idaman. Kemudianjuga melihat lebih dalam elemen website Binus Career yang dapat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk datang ke event Job Expo maupun yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk berpartisipasi dalam Job Expo berikutnya. Seperti yang dikatakan oleh Petruzzellis dan Romanazi (2010) bahwa mahasiswa masa kini mengalami perubahan secara intelektual, emosional, dan kultural, sehingga untuk memenuhi kebutuhan mereka diperlukan adaptasi dari universitas dan perusahaan pencari kerja.

6 Referensi

Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- LoCicero, J. (2008). *Meeting and Event Planning*. USA: F+W Publication.
- OToole, William & Mikolaitis, P. (2002). *Corporate Event Management*. New York: John Wiley & Sons.
- Pradipta, N. (2008). *Tips & Trik Event Organizing (Mengelola Event)*. Bandung: Yrama Widya
- Vanderstoep, W.S., & Johnston, D.D. (2009). *Research Methodology for Everyday Life: Blending Qualitative and Quantitative Approach*. San Fransisco: Jossey-Bass. Journal:
- Beneke, J. H. (2011). Marketing the Institution to Prospective Students - A Review of Brand (Reputation) Management in Higher Education. *International Journal of Business and Management* , 29-46.
- Headlam-Wells, J., Gosland, J., & Craig, J. (2005). "There's Magic in the Web": E-Mentoring for Women's Career Development. *Career Development International*, 10 (6/7), 444-459. Kim, N. S. (2012). Website Design and Liability. *Jurimetrics* , 383-431.
- Margolin, J., Miller, S. R., & Rosenbaum, J. E. (2013). The Community College Website as Virtual Advisor: A Usability Study. *Community College Review* , 44-62.
- O'Reilly, V. (2011). The Role of School Websites in Career Development Practice. *International Journal Vocat Guidance* , 175-185.
- Petruzzellis, L., & Romanazzi, S. (2010). Educational Value: How Students Choose University Evidence from an Italian University. *International Journal of Educational Management* , 139-158.
- Tarafdar, M., & Zhang, J. (2007). Determinants of Reach and Loyalty - A Study of Website Performance and Implications for Website Design. *Journal of Computer Information Systems* , 16-24.
- Washburn, J. H., & Petroschius, S. M. (2004). A Collaborative Effort at Marketing the University: Detailing a Student-Centered Approach. *Journal of Education for Business* , 35-40.