**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*](http://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 denga 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**

**1.1 Latar Belakang**

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 perusahan 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 sekolompok 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 gols 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. Menyusuntujuan tersebut harus jelas, tepat,terikatdalam beberapa cara untuktujuan 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 karateristik dapat dilihat sebagai berikut:

1. Content:
	1. 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.
	2. Informasi yang disampaikan berguna pagi pembaca
	3. *Uptodate*
2. Alur informasi:
	1. Bagaimana informasi diatur di dalam website
	2. *Layout* website
	3. 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

Ha : 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 *even*t 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**, kuisioner dilengkapi dengan *snapshot* atau capture laman depan dari *website* Binus Career

Sedangkan Pertanyaan untuk **Variable*Event* 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 e2 ).*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 kuisoner yang disebarkan dalam penelitian ini sebanyak 400buah.

**4 HASIL PENELITIAN**

Dari 400 kuesioner yang disebarkan 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.



Gambar 2. Perbandingan Responden Lulusan Binus dan Lulusan Universitas Lainnya

**4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

 Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui keabsahan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan, 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.

Sedangkan untuk uji reliabilitas, nilai Cronbach Alpha menghasilkan 0.767, dan menurut Kriyantono (2006) nilai ini berarti kuesioner dianggap reliabel. Nilai Cronback 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:

Tabel 1. Hasil Korelasi

|  |
| --- |
| **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). |

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

Tabel 2. Koefisien determinasi antara variabel X dan variabel Y

|  |
| --- |
|  |
| 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 |

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.

Sementara persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Y = 8,787 + 0,631 X

Nilai konstanta dalam persamaan diatas berarti, jika tidak ada variabel *website* Binus Career maka nilai dari Pelaksanaan *Even*t 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 SIMPULAN DAN SARAN**

 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 O’Reilly (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.

**DAFTAR PUSTAKA**

# Buku:

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

LoCicero, J. (2008). *Meeting and Event Planning*. USA: F+W Publication.

O’Toole, 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., & Petroshius, S. M. (2004). A Collaborative Effort at Marketing the University: Detailing a Student-Centered Approach. *Journal of Education for Business* , 35-40.