

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia sudah memasuki industri 4.0. Negara yang sudah mengikuti perkembangan industri 4.0 akan lebih mengandalkan bantuan teknologi informasi terutama di bidang industri ke level selanjutnya. Industri 4.0 masuk ke Indonesia pada tahun 2016 berdasarkan berita yang dilansir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) [1]. Dampak dari era industri 4.0 bisa dibuktikan dengan kemudahan dalam penyebaran informasi, kemudahan berkomunikasi, kemudahan manajemen dan pembangunan layanan aplikasi. Teknologi informasi era industri 4.0 dibangun dan dirancang sesuai dengan kebutuhan penggunanya, maka dari itu teknologi informasi dapat memberikan kemudahan seperti yang disebutkan sebelumnya. Dampak dari era industri 4.0 dapat dirasakan dengan meluasnya lapangan kerja di Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) jumlah pengangguran mulai dari tahun 2015 sampai 2019 mengalami penurunan [2]. Hasil survey BPS mengatakan bahwa pengurangan jumlah pengangguran dari tahun 2015 hingga tahun 2019 menurun sebesar 0,9 %. Pengaruh dari penerapan teknologi informasi yang besar ini justru memberikan peluang bisnis baru. Beberapa bisnis di era industri 4.0 yang banyak bermunculan yaitu *Fintech (Finance Technology)*, *SaaS (software As a Service)*, *cloud hosting*, *on-demand service* dan bisnis jual beli online [3]. Bisnis *On-demand service* merupakan bisnis yang paling terlibat dalam membantu penggunanya dalam mendapatkan pekerjaan, maka dari itu *bisnis on-demand service* cocok untuk diteliti.

On-demand service adalah layanan *online* yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan permintaan. Bisnis berjenis *on - demand service* memberi fasilitas layanan komputasi *cloud* yang menyediakan sumber daya kapan pun dan di mana pun menjadi mungkin bagi penggunanya. Jenis bisnis seperti ini akan selalu muncul dengan inovasi dan ide baru karena keinginan pengguna selalu beragam dan unik. Bisnis *on-demand service* biasanya mengubah keinginan pengguna yang

sebelumnya masih dilakukan secara *offline* diubah menjadi *online* [4]. Salah satu contoh ide bisnis berjenis *on-demand service* yang dulunya masih dilakukan secara *offline* adalah pencarian lowongan pekerjaan yang penyampaian informasinya masih melalui media kertas seperti koran. Banyak kekurangan yang dirasakan masyarakat dalam mencari lowongan pekerjaan, dan dari kekurangan yang dirasakan masyarakat dalam mencari informasi lowongan pekerjaan tersebut menimbulkan kebutuhan seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat dalam mencari lowongan pekerjaan. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut lahir inovasi bisnis berupa *Job Portal online* atau disebut juga *work site*.

Job portal merupakan istilah untuk media pencari lowongan kerja online. *Job Portal* digunakan sebagai sebutan untuk perusahaan penyedia informasi lowongan pekerjaan menggunakan teknologi informasi. Hanya dengan beberapa klik saja, daftar lowongan pekerjaan yang diinginkan akan terlampir dalam genggam tangan. Cara kerja *Job Portal* hampir sama namun memiliki perbedaan untuk beberapa fitur yang disediakan sesuai dengan keunggulan perusahaan masing-masing. Untuk cara kerja dasar dari *job portal* yaitu pengguna harus masuk dan memiliki akun di platform pencarian kerja, kemudian mengisi beberapa dokumen dan data pribadi pengguna, berikutnya pengguna dapat memilih perusahaan yang menyediakan lowongan pekerjaan di platform yang digunakan sebelumnya dan perusahaan penyedia lowongan pekerjaan akan melakukan seleksi berdasarkan kriteria pelamar yang dicari [5]. Salah satu aplikasi *job portal* yang menjadi lima terbaik di Indonesia menurut *W.S market research* adalah *karir.com* [6].

Karir.com adalah portal karir pertama di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1999 [7]. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang berperan sebagai fasilitator pencocokan dan komunikasi lapangan kerja antara perusahaan dan pencari kerja. Visi dari *kairi.com* ingin membuat Indonesia menjadi kekuatan ekonomi dunia dan menghubungkan orang yang ingin berkarya. Sebagai perusahaan yang menjadi fasilitator penyedia informasi lowongan pekerjaan *karir.com* selalu memberikan kemudahan dengan berbagai fitur yang membantu penggunanya untuk mendapatkan

pekerjaan yang sesuai dengan penggunaannya dengan menampilkan kategorisasi jenis pekerjaan, jenjang pendidikan, dan jumlah gaji.

Menurut penelitian Yuhana yang berjudul “Penggunaan Media Online Pencari Kerja Jobstreet Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja” disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif terpaan media dan kualitas sistem aplikasi jobstreer terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja terhadap lulusan ilmu komunikasi non reguler FISIP UNS periode wisuda januari 2017 sampai juli 2018 [8]. Penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terpaan media dan kualitas sistem aplikasi memiliki hubungan positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Informasi merupakan bagian penting bagi perusahaan seperti karir.com dalam menjalankan bisnisnya, karena salah satu produk dalam bisnis perusahaan karir.com adalah informasi. Perusahaan seperti ini tentu perlu menyediakan informasi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan demikian perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumen merupakan perusahaan yang berhasil. Pengguna aplikasi karir.com dalam menggali informasi tentu perlu menghabiskan waktu menggunakan aplikasi. Menurut Adrianto banyaknya informasi yang didapat melalui media, yang meliputi atensi, frekuensi dan durasi penggunaan media jenis apapun disebut terpaan media [9].

Terpaan media adalah perilaku audiens dalam menggunakan media massa. Sebutan terpaan media diartikan sebagai kondisi di mana konten dalam media tersebut memberikan terpaan terhadap audiens [9]. Bicara tentang media terutama media online tentunya akan berkaitan dengan kualitas sistem aplikasi karena kualitas sistem aplikasi merujuk pada seberapa baik perangkat keras, perangkat lunak dan sistem aplikasi dalam menyediakan informasi [10].

Konsumen menjadi penilai yang paling baik untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan sebuah platform. Penilaian yang diberikan konsumen sangat kritis karena membandingkan pelayanan yang didapat dengan pelayanan yang mereka harapkan. Jika pelayanan yang diberikan dapat menggapai harapan konsumen,

maka konsumen akan merasa puas, dan bila pelayanan yang diberikan di bawah dari harapan konsumen, maka perasaan puas konsumen akan kurang [11]. Penilaian yang diberikan konsumen membuat perusahaan penyedia informasi lowongan kerja meningkatkan kualitas pelayanannya.

Karir.com menjadi salah satu *job portal* terbaik di Indonesia menurut *market reserch* Indonesia [6]. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa karir.com sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Penelitian sebelumnya sudah meneliti penggunaan media pencari kerja Jobstreet dan pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja [8]. Penelitian tersebut menyimpulkan ada hubungan antara terpaan media dan kualitas sistem aplikasi Jobstreet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tingkat sedang. Karir.com dan Jobstreet merupakan perusahaan yang sama-sama bergerak dibidang penyedia informasi lowongan pekerjaan. Maka dari itu penulis ingin meneliti topik yang sama dengan meneliti karir.com. peneliti ingin mengetahui apakah faktor terpaan media dan kualitas sistem aplikasi memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja yang dimana peneliti menggunakan alumni lulusan FTI UAJY periode I 2020/2021 sebagai objek penelitian. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti “ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA ONLINE PENCARI KERJA KARIR.COM DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LOWONGAN KERJA”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah belum dilakukan penelitian tentang hubungan signifikan antara terpaan media dan kualitas sistem aplikasi karir.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi lulusan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta Periode I 2020/2021.

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas yang menyebabkan hasil penelitian menjadi tidak sesuai. maka penulis membatasi lingkup masalah yang akan dibahas. Batasan masalah penelitian ini antara lain:

1. Pengukuran dilakukan hanya pada aplikasi karir.com
2. Responden penelitian ini dibatasi pada lulusan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta periode I 2020/2021 yang menggunakan aplikasi karir.com untuk mencari lowongan pekerjaan karena lulusan tersebut sudah memiliki pengalaman mencari lowongan kerja dan dapat dijangkau peneliti.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan yang mengacu berdasarkan rumusan masalah untuk mendukung hasil penelitian adalah apakah terdapat hubungan signifikan antara terpaan media *online* pencari kerja karir.com dan kualitas sistem aplikasi karir.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi lulusan FTI UAJY periode I 2020/2021?

1.5. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sebelumnya sudah disebutkan, maka dari itu tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan signifikan antara terpaan media *online* pencari kerja karir.com dan kualitas sistem aplikasi karir.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi lulusan FTI UAJY periode I 2020/2021.

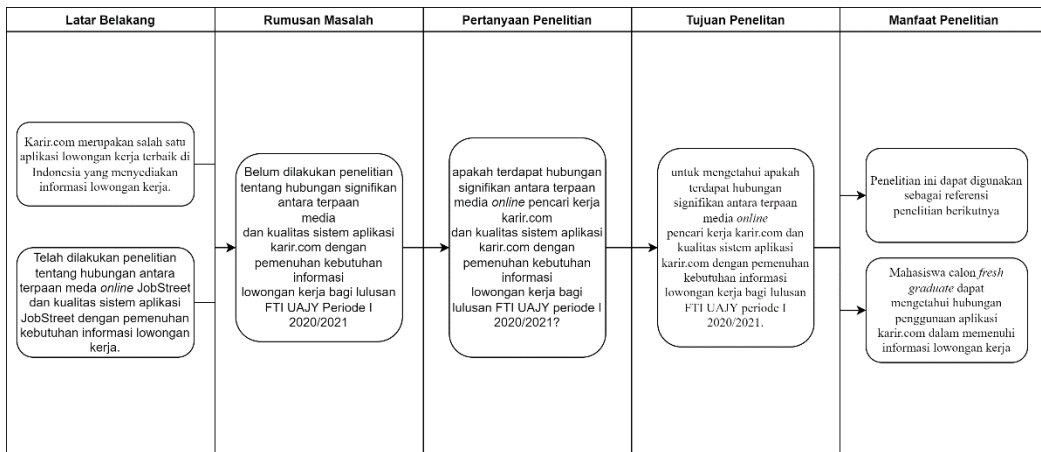
1.6. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini ada dua yaitu :

1. Mahasiswa calon *fresh graduate* dapat mengetahui dampak penggunaan aplikasi karir.com dalam mencari informasi lowongan kerja.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian berikutnya.

1.7. Bagan Keterkaitan

Gambar di bawah ini adalah bagan keterkaitan dari latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian sampai manfaat penelitian.



Gambar 1. Bagan Keterkaitan

