

KRITERIA YANG DICARI PERUSAHAAN: ANALISIS KONTEN IKLAN KETENAGAKERJAAN HUBUNGAN MASYARAKAT PADA SITUS INDEED

Kimberly Batsheva Lasut¹, Kunto Adi Wibowo², Ikhsan Fuady³

¹Universitas Padjadjaran, kimberly19001@mail.unpad.ac.id

²Universitas Padjadjaran, kunto.a.wibowo@unpad.ac.id

³Universitas Padjadjaran, ikhsan.fuady@unpad.ac.id

ABSTRAK

Pada penelitian ini mengeksplorasi bagaimana suatu perusahaan baik itu internasional maupun nasional memberikan tawaran lowongan pekerjaan melalui sistem *e-recruitment* yakni situs Indeed. Penelitian ini ingin melihat dan memahami bagaimana kriteria yang dicari pada deskripsi iklan ketenagakerjaan khususnya hubungan masyarakat yang dimana dilihat berdasarkan tingkat pendidikan, keterampilan dan kemampuan seorang pelamar kerja di Indonesia. Analisis konten terhadap 35 iklan ketenagakerjaan ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yakni menggunakan tabel distribusi frekuensi dan uji statistik Chi-square untuk melihat adanya perbedaan yang signifikan pada setiap kategori serta melihat kriteria apa yang paling banyak dibutuhkan dalam iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat oleh suatu perusahaan. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan gelar sarjana, keterampilan menulis dan tak tik komunikasi menjadi indikator yang paling banyak dicari dari setiap kategori oleh suatu perusahaan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan kategori gelar antara perusahaan nasional maupun internasional dengan nilai signifikansi $0.027 < 0.05$. Sedangkan, pada kategori keterampilan teknis memiliki nilai signifikansi $1.000 > 0.05$ dan keterampilan lunak $0.700 > 0.05$. Artinya, tidak terdapat perbedaan antara kedua jenis perusahaan pada kategori keterampilan teknis dan keterampilan lunak. Maka dari itu, spesifikasi dari deskripsi lowongan pekerjaan hubungan masyarakat yang ditawarkan oleh perusahaan harus jelas dan mencantumkan apa yang menjadi prioritas utama agar pelamar dapat menyesuaikan diri.

Kata Kunci: Tingkat Pendidikan, Keterampilan Lunak, Keterampilan Teknis, Hubungan Masyarakat

ABSTRACT

This research explores how a company, both international and national, offers job vacancies through the e-recruitment system, namely the Indeed site. This research wants to see and understand how the criteria sought in the description of employment advertisements, especially public relations, are seen based on the level of education, skills and abilities of a job applicant in Indonesia. The content analysis of these 35 employment advertisements uses a quantitative descriptive analysis method using frequency distribution and Chi-square statistic test to see significant differences in each category and to see what criteria are most needed in public relations employment advertisements by a company. The findings of this research indicate that a bachelor's degree, writing skills and communication tactics are the most sought-after indicators of each category by a company. Besides that, the result of the research also shows that there was a difference on degree category between national and international company with significant score $0.027 < 0.05$. Meanwhile, on hard skills category got a significant score $1.000 > 0.05$ and soft skills $0.700 > 0.05$. It means that there was no difference between both of the companies on hard skill and soft skill categories. Therefore, the specifications of the description of public relations job vacancies offered by the company must be clear and what are the main priorities so that applicants can adjust.

Keywords: *Knowledge Level, Hard Skill, Soft Skill, Public Relation*

Naskah diterima : 10/11/2021, Naskah dipublikasikan : 31/03/2022

PENDAHULUAN

Dalam dunia pekerjaan yang bersifat dinamis, perusahaan, organisasi atau pihak yang memberikan tawaran pekerjaan terus mengalami tantangan untuk mendapatkan kualitas pekerja yang baik dan sesuai dengan keinginannya (Brahmana & Brahmana, 2013). Hal tersebut dapat didukung melalui media digital yang telah membawa berbagai perubahan baru bagi dunia pekerjaan. Adanya media digital yang dilengkapi dengan jaringan internet, membantu memberikan peluang serta keuntungan yang substansial bagi perusahaan tersendiri maupun pekerja tingkat awal dan pencari kerja lainnya. Salah satu bukti yang memperlihatkan dunia pekerjaan telah mengalami perubahan digital adalah adanya situs atau aplikasi iklan ketenagakerjaan, seperti situs Indeed. Pada awalnya, para pencari kerja bersifat konvensional dalam mencari pekerjaan. Mereka harus meluangkan banyak waktu guna datang kepada perusahaan-perusahaan untuk mengetahui dan melihat hasil pendaftaran lamaran kerja atau menunggu untuk mendapatkan kiriman surat (Safitri et al., 2018).

Setelah hadirnya situs yang mencakup berbagai jenis iklan ketenagakerjaan akan mempermudah para pencari kerja khususnya *entry-level* melihat dan menyesuaikan diri sesuai dengan kriteria atau potensi yang dimilikinya. Sebaliknya, dengan adanya situs iklan ketenagakerjaan dapat menjadi sarana bagi pengusaha (pemberi pekerjaan) untuk mengharapkan pekerja tingkat awal mempunyai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan baik secara keterampilan lunak maupun keterampilan teknis yang layak (Suartha et al., 2018). Di Indonesia sendiri, kurang lebih terdapat 16 juta pencari kerja aktif dimana seiring berkembangnya waktu akan terus mengalami peningkatan sebesar 300 persen (Safitri et al., 2018). Maka dari itu, sistem lowongan berbasis web (*e-recruitment*) sangat dibutuhkan untuk memenuhi keperluan perusahaan dan setiap pekerja khususnya tingkat awal harus bisa memperhatikan dan memahami bagaimana serta apa yang dibutuhkan oleh pihak yang memberikan pekerjaan.

Berkaitan dengan industri pekerjaan, hubungan masyarakat menjadi salah satu aspek terbaik, bagi para lulusan baru mahasiswa dan pekerja tingkat awal. Seperti yang diketahui, berbagai macam lulusan mahasiswa mencoba untuk masuk atau mendaftar dalam bidang hubungan masyarakat (Brunner et al., 2018). Namun, untuk kebutuhan kriteria yang ada pada iklan ketenagakerjaan di Indeed maupun situs lainnya terkadang meminta secara spesifik kepada pencari kerja yang merupakan lulusan dari bidang yang sama atau bersangkutan yakni hubungan masyarakat. Berdasarkan ruang lingkup bisnis pun, hubungan masyarakat menjadi alat esensial dikarenakan berperan sebagai bentuk pertahanan persaingan bisnis yang diandalkan oleh perusahaan tersebut (Onyiengo, 2014).

Dalam penelitian sebelumnya, peneliti hanya menjelaskan kriteria apa saja yang dicari oleh suatu perusahaan dalam iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat tanpa menganalisis lebih lanjut apakah ada perbedaan signifikan dalam kriteria yang dicari oleh satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melengkapi kesenjangan dari penelitian sebelumnya yakni mempelajari iklan ketenagakerjaan terkait hubungan masyarakat serta mengobservasi kriteria apa yang dibutuhkan oleh perusahaan di Indonesia dari segi keterampilan, pengetahuan dan kemampuan khususnya bagi *entry-level*. Lalu, untuk menganalisis perbedaan deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat antara dua jenis perusahaan yang berbeda serta untuk mencari tahu kategori tinggi atau rendahnya kriteria seorang pelamar kerja berdasarkan kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya.

Research Question (RQ)1: Gelar apakah yang banyak dicari suatu perusahaan dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat?

Research Question (RQ)2: Keterampilan teknis apa yang banyak dicari suatu perusahaan dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat?

Research Question (RQ)3: Keterampilan lunak apa yang banyak dicari dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat?

KAJIAN LITERATUR

Perekrutan Pelamar Oleh Perusahaan Melalui Indeed

Adanya transformasi teknologi dan media digital yang semakin canggih, para pengusaha telah mengubah cara merekrut pegawai atau pekerja melalui *e-recruitment* sebagai sarana pencari kerja (Brahmana & Brahmana, 2013). Pekerja *entry-level* dominan menyukai *e-recruitment* guna mencari pekerjaan dikarenakan sesuai dengan kebutuhannya, tidak membutuhkan biaya yang besar, dan menghemat waktu (Brahmana & Brahmana, 2013). Dilengkapi dengan jaringan internet juga membantu *e-recruitment* menjadi cara yang efektif bagi pencari kerja tingkat awal, dimana mereka tidak perlu mengunjungi perusahaan untuk mencari lowongan pekerjaan dalam bentuk fisik (Brahmana & Brahmana, 2013).

Salah satunya adalah Indeed sebagai wadah pencari lowongan kerja di Indonesia. Peran pelamar tingkat awal dapat mengeksplorasi posisi yang diinginkan di situs karir tersebut. Melalui Indeed, pelamar akan menemukan berbagai informasi atau iklan ketenagakerjaan terkait perusahaan atau organisasi secara spesifik mulai dari deskripsi perusahaan hingga kriteria yang diinginkan oleh perusahaan tersebut (Sylva & Mol, 2009). Selain itu, pelamar mampu dengan mudah memilih lebih detail kategori atau bidang pekerjaan yang diinginkannya, tempat atau daerah yang ingin dituju serta aspek lainnya. Berhubungan dengan perusahaan sebagai pemberi pekerjaan, semakin jelas dan spesifik deskripsi *requirements* dalam iklan ketenagakerjaan maka dapat menimbulkan daya tarik yang lebih bagi pelamar terkait posisi yang ditawarkan (Feldman et al., 2006).

Ketika pelamar sudah menemukan dan memilih lowongan pekerjaan yang diinginkannya, maka ia harus memperhatikan informasi dengan cermat apa yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Setelah itu, pelamar wajib untuk melakukan pendaftaran dan mengisi berkas administrasi yang harus dilengkapi secara online (Sylva & Mol, 2009). Hal-hal yang harus diisi dalam formulir online itu diantaranya adalah kontak pribadi, tanggal lahir, pendidikan, pengalaman kerja maupun magang, keterampilan dan kemampuan yang dimiliki serta kualifikasi yang dimiliki selama perguruan tinggi (Sylva & Mol, 2009). Formulir tersebut juga disertai dengan lampiran CV (Curriculum Vitae) sebagai salah satu poin persyaratan utama. Namun, ada beberapa perusahaan atau organisasi yang meminta beberapa surat lain seperti surat rekomendasi sebagai referensi.

Kemampuan, Keterampilan dan Pengetahuan

Berhubungan dengan peran pengusaha dalam situs iklan ketenagakerjaan untuk memberikan lowongan pekerjaan bagi pekerja tingkat awal, mereka juga memaparkan keterampilan dan kemampuan apa yang diinginkan. Lulusan baru milenial atau pekerja tingkat awal dikenal memiliki atribut positif berupa ambisi yang cukup tinggi dalam mencapai kesuksesan, aktif dalam perusahaan serta keahlian cepat tanggap dalam penggunaan teknologi (Todd, 2014). Keterampilan yang dimiliki oleh seseorang dapat dibagi menjadi dua bagian yakni keterampilan teknis dan keterampilan lunak.

Keterampilan teknis didefinisikan dengan kemampuan dalam teknis serta tindakan yang memerlukan keahlian khusus atau dapat ditunjukkan dengan adanya praktik maupun bakat dalam melakukan sesuatu yang sudah dikuasai dengan baik (Robles, 2012). Sedangkan, keterampilan lunak didefinisikan sebagai kemampuan yang berkaitan dengan karakteristik

seseorang, baik itu sikap dan perilaku (Robles, 2012). Keterampilan lunak lebih mengacu kepada kemampuan non-teknis yang tidak berwujud secara fisik, ia lebih mengarah pada kepribadian seseorang seperti interaksi dengan orang lain dan kinerja dalam bekerja. Melalui pendekatan dengan orang lain, keterampilan lunak akan terus mengalami perkembangan ke arah yang lebih positif dan menguntungkan bagi diri sendiri maupun orang lain (Robles, 2012).

Jika dilihat dari sudut pandang praktisi hubungan masyarakat, keterampilan menulis, menganalisis data dan penggunaan media sosial menjadi aspek utama dari keterampilan teknis (Brunner et al., 2018). Sebagai pekerja tingkat awal, menjadi penulis yang adaptif telah menjadi keterampilan utama dalam hubungan masyarakat. Namun, tetap masih diperlukan pemahaman lain yang mungkin masih relevan dengan bidang hubungan masyarakat seperti pengetahuan psikologi, sosiologi dan antropologi (Brunner et al., 2018). Bahkan, keterampilan akan pengetahuan desain juga diperlukan apabila terkait dengan keterlibatan teknologi (Brunner et al., 2018).

Di sisi lain, keterampilan lunak dibutuhkan guna meningkatkan komunikasi, manajemen proyek dan relasi kerja kolaboratif (Brunner et al., 2018). Menurut pandangan beberapa peneliti mengatakan bahwa salah satu keterampilan lunak yang vital atau utama di berbagai tingkat pekerjaan saat ini adalah keterampilan interpersonal, dimana salah satu keterampilan interpersonal merujuk pada komunikasi (Robles, 2012). Kesuksesan organisasi baik di tingkat interpersonal, antar kelompok, intragroup dan eksternal didukung oleh komunikasi yang efektif (Anastasiou, 2014). Kepekaan pekerja tingkat awal terhadap perbedaan budaya dan individu, kemampuan mendengarkan dengan baik serta beradaptasi juga mengarah pada keterampilan interpersonal (Brunner et al., 2018). Sementara itu, eksekutif hubungan masyarakat menjelaskan bahwa pekerja juga harus mempunyai daya pikir kritis dan menunjukkan sikap positif seperti percaya diri, antusiasme, fleksibilitas serta proaktif (Todd, 2014).

Hubungan Masyarakat dalam Iklan Ketenagakerjaan

Pada abad ke-20 hubungan masyarakat merupakan fenomena yang muncul akibat beberapa faktor yakni perkembangan industri besar, teknologi yang canggih, opini publik, manajemen konflik yang meningkat, serta perkembangan internet (Naumovska & Blazeska, 2016). Dalam menciptakan persepsi seseorang terhadap citra suatu perusahaan, hubungan masyarakat memiliki andil besar dalam proses persepsi tersebut, sehingga dapat dikatakan hubungan masyarakat berperan untuk mengkonstruksi dan mengidentifikasi realita dunia bagi publik yang dimana sebagai target dari setiap perusahaan (Naumovska & Blazeska, 2016). Untuk mengembangkan visi suatu perusahaan atau organisasi, hubungan masyarakat menjadi kunci dasar agar citra dapat terus mengalami peningkatan yang baik (Alhadid & Qaddomi, 2016). Selain itu, hubungan masyarakat juga berfungsi dalam aspek lain seperti, mempengaruhi atau mengubah opini publik yang negatif menjadi netral, mempertahankan opini publik yang berkesan positif serta merealisasikan opini yang sejenis (Onyiengo, 2014).

Dalam dunia profesi, hubungan masyarakat menjadi lulusan yang mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan publik secara intim dan intens dalam menunjukkan konsep modern terkait komunikator yang memiliki kredibilitas (memiliki keahlian, dapat dipercaya dan berpengalaman) (Naumovska & Blazeska, 2016). Selama kegiatan atau aktivitas perusahaan berlangsung, hubungan masyarakat akan menjalankan komunikasi dua arah dimana pada akhirnya akan menyasikan antara pihak eksternal dan internal yang dapat memberikan keuntungan berupa niat baik, kelanggengan relasi dan keseimbangan antar pihak (Naumovska & Blazeska, 2016). Di sisi lain, hubungan masyarakat dapat digunakan di berbagai aspek kegiatan perusahaan atau organisasi, misalkan kegiatan meresmikan produk perusahaan (Naumovska & Blazeska, 2016).

Berkaitan dengan iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat, mayoritas pengusaha memilih untuk mempekerjakan pekerja tingkat awal yang menguasai kualifikasi

dalam menulis, berbicara dengan baik dan benar di hadapan publik, memanfaatkan jaringan maupun strategi komunikasi serta aspek lainnya yang berhubungan dengan hubungan masyarakat (Brunner et al., 2018). Faktanya, pekerja tingkat awal cenderung memfokuskan potensinya terhadap pengetahuan komunikasi visual (Brunner et al., 2018). Oleh karena itu, sangat penting pekerja tingkat awal mengoptimalkan dirinya dalam berbagai keterampilan sebab pekerja yang lebih unggul dalam aspek interpersonal, pemahaman situasi krisis serta penelitian cenderung berkembang pesat dalam karirnya (Brunner et al., 2018). Berdasarkan kajian literatur tersebut, maka muncul beberapa pertanyaan dan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Diduga terdapat perbedaan terhadap kriteria gelar yang dicari dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat antara perusahaan internasional dengan perusahaan nasional.

H₂: Diduga terdapat perbedaan terhadap kriteria keterampilan teknis yang dicari dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat antara perusahaan internasional dengan perusahaan nasional.

H₃: Diduga terdapat perbedaan terhadap kriteria keterampilan lunak yang dicari dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat antara perusahaan internasional dengan perusahaan nasional.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian dalam analisis ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif kuantitatif karena menjelaskan fenomena secara sistematis dalam suatu bidang yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Hal itu ditunjukkan berdasarkan kriteria kategorisasi konten yang dianalisis oleh peneliti yaitu deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat berdasarkan dengan tanggal publikasinya. Selain itu, penelitian deskriptif ini juga melibatkan angka yang merujuk pada frekuensi maupun persentase untuk menjelaskan karakteristik variabel konten yang diteliti (DİNÇER, 2018). Peneliti juga menggunakan analisis isi deskriptif dikarenakan penelitian ini mengacu pada studi sebelumnya guna mendapatkan hasil yang lebih dalam aspek tertentu. Peneliti juga menggunakan analisis kuantitatif dengan melakukan uji Chi-square untuk melihat adanya perbedaan signifikan pada setiap variabel.

Sampel dan Populasi

Dalam penelitian analisis konten deskripsi dan keterampilan dalam iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat pada Indeed, jumlah populasi yang didapatkan serta menjadi sampel, yaitu sebanyak 35 iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat di Indonesia. 35 iklan tersebut merupakan jumlah keseluruhan iklan yang diunggah pada kurun waktu satu minggu antara 17 Maret hingga 24 Maret 2021. Alasan peneliti memutuskan 35 iklan ketenagakerjaan tersebut adalah dikarenakan teknik sampling yang digunakan adalah sensus, artinya seluruh iklan yang tampil pada situs Indeed saat itu lah yang perlu dihadirkan dalam analisis isi. Kurun waktu yang dipakai oleh peneliti pun merupakan iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat terbaru saat peneliti sudah memulai penelitian.

Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah sensus. Sensus memiliki arti bahwa setiap unit yang ada dalam populasi dimasukkan ke dalam analisis isi, dengan kata lain semua populasi menjadi sampel (Riffe et al., 2014). Dengan menggunakan sensus mampu memberikan pembahasan yang valid terkait populasi, sebab semua unit mewakili populasi secara keseluruhan (Riffe et al., 2014). Peneliti menggunakan situs pencari lowongan kerja di

Indonesia yakni Indeed, dimana peneliti mencari iklan ketenagakerjaan dengan kata kunci “*public relation*” dengan kurun waktu pengunggahan selama 7 hari.

Teknik Pengumpulan Data Pelatihan Coder

Dalam penelitian ini telah melaksanakan dua kali sesi pelatihan antara coder satu dengan coder dua yang berstatus sebagai mahasiswa sarjana untuk meninjau instrumen pengkodean dan *coding book*. Pelatihan coder dilakukan sebanyak 2 kali yakni pada tanggal 26 Maret 2021 selama 2 jam dan pada tanggal 27 Maret 2021 selama 1 jam 30 menit. Setelah melakukan pelatihan, coder terlatih untuk membuat dan mengimplementasikan kode secara mandiri. Saat melakukan pelatihan, coder menggunakan 12 konten iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat yang terdapat pada aplikasi atau situs Glints sebagai unit analisis. Coder belajar untuk mengidentifikasi dan menganalisis deskripsi iklan ketenagakerjaan tersebut sesuai dengan instruksi umum yang sudah ditentukan. Selama sesi pelatihan, coder harus memperhatikan kriteria atau persyaratan yang dicari maupun diminta oleh pengusaha dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat dengan melihat ada atau tidaknya kriteria tersebut berdasarkan 3 kategori utama yang sudah ditetapkan.

Coding yang telah dibuat diuraikan berdasarkan kajian literatur yakni meliputi jenjang pendidikan atau gelar, keterampilan teknis maupun lunak. Pada variabel keterampilan lunak dipecah menjadi 8 pernyataan dan keterampilan teknis dipecah menjadi 4 pernyataan. 4 bagian dari keterampilan teknis, diantaranya keterampilan menulis, Microsoft Office, aplikasi desain dan media sosial. Pada variabel yang dipecah itu lah coder mengalami kesulitan karena harus mengidentifikasi satu-satu variabel secara spesifik ke dalam sub variabel. Misalkan, awalnya coder harus memberikan angka 1 jika terdapat keterampilan menulis *press release*, angka 2 jika terdapat keterampilan menulis berupa web konten, angka 3 jika terdapat keterampilan menulis *promotional material* dan seterusnya. Hal itu juga berlaku pada Microsoft Office, aplikasi desain dan jenis media sosial. Menurut Weber, kesulitan atau masalah yang terjadi biasanya timbul akibat ambiguitas istilah kata, penjelasan definisi variabel, atau aturan *coding* lainnya (Stemler, 2001).

Nyatanya, coder menjadi kesulitan karena terlalu banyak kata kunci yang harus diperhatikan dan akhirnya membuat coder sulit untuk mengidentifikasinya. Selain itu, kriteria yang dicantumkan dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan sebagian besar juga bersifat umum sehingga coder kehilangan istilah kata-kata kunci yang sudah ditentukan. Menanggapi masalah itu, *coding book* mengalami perbaikan atau revisi yang dimana variabel keterampilan menulis, Microsoft Office, aplikasi desain dan jenis media sosial didefinisikan secara umum tanpa dibagi menjadi bagian kecil. Maka dari itu, definisi keempat variabel tersebut diubah oleh peneliti.

Definisi pertama yaitu keterampilan menulis diubah menjadi “Keterampilan teknis menulis mencakup: *promotional material* seperti pembuatan brosur, pembuatan rencana krisis, *annual report*, *press* atau *news release*, web konten (Wordpress)”. Lalu, definisi Microsoft Office menjadi “Microsoft Office merupakan salah satu bentuk software yang meliputi: Microsoft Word, Microsoft Powerpoint dan Microsoft Excel”. Ketiga, definisi aplikasi desain diubah menjadi “Keterampilan teknis desain digunakan untuk mengedit foto, video maupun gambar, mencakup: Adobe PhotoShop, After Effect, Premiere Pro, Adobe Illustrator, CorelDraw atau Canva. Selanjutnya, definisi jenis media sosial diubah menjadi “Media Sosial merupakan perkembangan dari teknologi yang dapat digunakan untuk komunikasi interaktif secara virtual, menyebarkan konten baik dalam bentuk audio-visual maupun tulisan. Media sosial mencakup: Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram, Snapchat dan lainnya”. Jadi, coder hanya perlu menyatakan apakah setiap keterampilan secara umum tercantum dalam iklan dengan format sederhana ya atau tidak tanpa harus melihat satu per satu bagian kecil dari keempat variabel.

Proses Uji Reliabilitas

Setelah melewati sesi pelatihan terhadap coder, maka uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan keseluruhan populasi yakni 35 sampel iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat. Dalam uji reliabilitas peneliti menggunakan situs personal dari Deen Freelon yaitu dengan memilih recal 2. Peneliti memilih recal 2 dikarenakan level pengukuran yang digunakan adalah nominal dan diperuntukkan jumlah coder sebanyak 2 orang (Freelon, 2020). Pada awal uji reliabilitas, masih terdapat empat indikator yang belum reliabel dengan kata lain masih berada dibawah standar koefisien sebesar 0.8 yakni indikator “Kolaboratif, Antusiasme, Ramah, Keterampilan Interpersonal dan Sikap Positif”, indikator “Memiliki Sikap dan Daya Pikir Kritis”, indikator “Pemikiran Independen atau Keinginan Intelektual”, serta indikator “Mampu Bekerja dalam Tim dan Memiliki Kemampuan Berorganisasi”.

Sehingga, peneliti harus melakukan uji reliabilitas kembali dengan melakukan diskusi kembali pada keempat indikator tersebut tanpa harus mengganti instruksi umum maupun definisi dikarenakan coder hanya kurang teliti dalam membaca instruksi umum. Setelah melakukan diskusi ulang untuk menyepakati pada beberapa indikator yang sudah disinggung sebelumnya, hasil kedua dari uji reliabilitas sudah memperlihatkan bahwa keempat indikator sudah dapat dikatakan reliabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan peneliti melakukan uji reliabilitas sebanyak dua kali untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Hasil Uji Reliabilitas

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti menggunakan recal 2 yang dimana mencakup standar koefisien *percent agreement*, Scott's pi, Cohen's Kappa dan Krippendorff's Alpha. Sumber standar nilai koefisien yang digunakan oleh peneliti dalam recal2 adalah Cohen's Kappa. Cohen's Kappa digunakan untuk tingkat pengukuran nominal dimana sesuai dengan data *coding* yang digunakan dalam penelitian ini (Riffe et al., 2014). Dalam studi komunikasi pun, kappa sering digunakan karena kappa sudah mempertimbangkan segala kesepakatan dan kebetulan yang diharapkan oleh satu coder dengan coder lainnya (Riffe et al., 2014). Setelah melakukan uji reliabilitas, maka didapatkan bahwa masing-masing indikator memiliki nilai reliabilitas yang sangat tinggi yaitu dari 0.8-1. Dengan kata lain nilai reliabilitas tersebut hampir sempurna dan ada yang sempurna karena sudah mencapai kesepakatan yang sama pada setiap indikator.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis statistika yang akan digunakan oleh peneliti untuk menjawab *research question* peneliti menggunakan uji analisis deskriptif yakni dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk melihat berapa banyak frekuensi pada setiap variabel. variabel yang akan dianalisis diantaranya jenis perusahaan dengan variabel gelar, keterampilan teknis dan keterampilan lunak. Kemudian, untuk menjawab hipotesis peneliti menggunakan uji analisis Chi-Square dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Peneliti memutuskan untuk menggunakan Chi-square dikarenakan menggambarkan perbandingan antara dua variabel dengan jenis data tingkat pengukuran nominal (Negara & Prabowo, 2018). Selain tingkat pengukuran yang nominal, hipotesis yang dibuat peneliti adalah komparatif independen dua sampel yakni antara perusahaan internasional dan perusahaan.

Pada hipotesis komparatif independen, peneliti menggunakan *Fisher Exact Test 2-sided* sebagai tolak ukur analisis dikarenakan jumlah data (sampel) yang diuji berjumlah kurang dari 40 dan tidak harus berukuran sama dari masing-masing kelompok sampel (Hermawan, 2015). Sedangkan, *exact sig. 2 sided* menunjukkan hipotesis tidak memiliki arah sebab hipotesis hanya menunjukkan adanya perbedaan antara perusahaan internasional dengan nasional terhadap kriteria gelar, keterampilan teknis dan keterampilan lunak. Untuk menentukan tolak ukur pengujian peneliti melihat jika *exact sig. 2 sided* (nilai signifikansi) lebih besar dari 0.05 maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang

dari 0,05 maka hipotesis nol ditolak atau dengan kata lain hipotesis alternatif (H_1 , H_2 dan H_3) diterima. Pada uji statistik Chi-square *fisher exact test* peneliti menjadikan kategori gelar, keterampilan teknis dan keterampilan lunak dengan 2 indikator. Pada kategori gelar yakni ada referensi gelar pendidikan (perguruan tinggi, D3, S1 dan S2) dan tidak ada referensi pendidikan. Lalu, untuk kategori keterampilan teknis dan lunak menjadi tinggi atau rendah. Tinggi atau rendahnya kategori dilihat berdasarkan seberapa banyak indikator yang mereka miliki atau kuasai. Berdasarkan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, Chi-Square memiliki nilai yang dapat memberikan peluang bagi peneliti untuk menolak H_0 pada standar 95% dan tingkat probabilitas 99% (Riffe et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Kategori Gelar

Gelar Pendidikan	N	Persen %
Master	1	2.9
Sarjana	15	42.9
D3	4	11.4
Perguruan Tinggi	1	2.9
Tidak ada referensi pendidikan	10	28.6
D3/S1/S2	4	11.4

Hasil penelitian dilakukan berdasarkan analisis pada 35 deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat berdasarkan dengan tanggal publikasinya yakni dari 17 Maret hingga 24 Maret 2021. Untuk menjawab RQ1, peneliti memasukkan data variabel gelar terlebih dahulu pada SPSS dan melakukan analisis deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi. Setelah itu, berdasarkan hasil tabel distribusi frekuensi menunjukkan bahwa jenis gelar yang paling banyak dicari dalam bidang pekerjaan hubungan masyarakat oleh suatu perusahaan baik itu internasional maupun nasional adalah gelar sarjana dengan jumlah frekuensi 15 dan persentase sebesar 42,9% dari 35 iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat. Lalu gelar pendidikan kedua yang paling banyak dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat adalah tidak adanya referensi pendidikan atau gelar yang diminta dengan jumlah frekuensi sebesar 15 dan persentase sebesar 28,6%. Selanjutnya, terdapat gelar lain dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat yang diminta oleh perusahaan seperti D3 dengan jumlah frekuensi 4 (11.4%), dua pilihan gelar seperti D3/S1/S2 dengan jumlah frekuensi 4 (11.4%), master dengan jumlah frekuensi 1 (2.9%) serta perguruan tinggi dengan jumlah frekuensi 1 (2.9%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kategori Keterampilan Teknis

Keterampilan Teknis	N	Persen%
Keterampilan Menulis	13	62.9
Microsoft Office	11	31.4
Desain	3	8.6
Media Sosial	9	25.7

Untuk menjawab RQ2, peneliti memasukan data variabel keterampilan teknis terlebih dahulu pada SPSS dan melakukan analisis deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi. Setelah itu, berdasarkan hasil tabel distribusi frekuensi dapat disimpulkan jenis keterampilan teknis yang paling banyak dicari dalam bidang pekerjaan hubungan masyarakat oleh suatu perusahaan baik itu internasional maupun nasional paling banyak adalah keterampilan menulis dengan jumlah frekuensi 13 dan persentase sebesar 62,9% dari 35 iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat. Lalu jenis keterampilan teknis kedua yang paling banyak dicari dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat adalah keterampilan dalam penggunaan Microsoft Office dengan jumlah frekuensi sebesar 11 dan persentase sebesar 31.4%. Lalu, ada juga keterampilan teknis media sosial dengan jumlah frekuensi 9 (25.7%) dan keterampilan desain dengan jumlah frekuensi 3 (8.6%).

Tabel 3. Hasil Distribusi Frekuensi Kategori Keterampilan Lunak

Keterampilan Lunak	N	Persen%
Kolaboratif, Antusias dan Positif	25	71.4
Sikap Daya Pikir Kritis	9	25.7
Manajemen Waktu	10	28.6
Pemikiran Independen dan Intelektual	18	51.4
Keterampilan Komunikasi yang Baik	29	82.9
Bekerja dalam Tim dan Organisasi	20	57.1
Multitasking dan Berprioritas	7	20
Membangun dan Memelihara Hubungan	13	37.1

Untuk menjawab RQ3, peneliti memasukan data variabel keterampilan lunak terlebih dahulu pada SPSS dan melakukan analisis deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi. Setelah itu, berdasarkan hasil tabel distribusi frekuensi dapat disimpulkan jenis keterampilan lunak yang paling banyak dicari dalam bidang pekerjaan hubungan masyarakat oleh suatu perusahaan baik itu internasional maupun nasional paling banyak adalah memiliki keterampilan komunikasi yang baik dengan jumlah frekuensi 29 dan persentase sebesar 82,9% dari 35 iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat. Lalu, jenis keterampilan lunak kedua yang banyak dicari dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan hubungan masyarakat adalah memiliki keterampilan berkolaboratif, sikap antusias dan positif dengan jumlah frekuensi sebesar 25 dan persentase sebesar 71.4%. Di sisi lain, terdapat beberapa indikator keterampilan lunak lainnya yang juga dicari oleh suatu perusahaan seperti, keterampilan bekerja dalam tim dan organisasi, pemikiran independen dan intelektual, membangun maupun memelihara hubungan dengan baik, manajemen waktu, sikap berpikir kritis, multitasking dan mengutamakan prioritas.

Uji Chi-Square

Tabel 4. Hasil Chi-square Kategori Gelar

	Ex Sig (2-sided)
Fisher Exact Test	0.027

Berdasarkan tabel Chi-square diatas, dari uji statistik *fisher's exact test* menunjukkan nilai *exact sig (2-sided)* sebesar 0.027 atau dengan kata lain $0.027 < 0.05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, terdapat perbedaan kriteria gelar yang diminta atau dicari oleh perusahaan nasional dan perusahaan internasional dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat.

Tabel 5. Hasil Chi-square Kategori Keterampilan Teknis

	Ex Sig (2-sided)
Fisher Exact Test	1.000

Berdasarkan tabel Chi-square diatas, dari uji statistik *fisher's exact test* menunjukkan nilai *exact sig (2-sided)* sebesar 1.000 atau dengan kata lain $1.000 > 0.05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan H_2 ditolak dan H_0 diterima. Artinya, tidak terdapat perbedaan kriteria keterampilan teknis yang diminta atau dicari oleh perusahaan nasional dan perusahaan internasional dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat.

Tabel 6. Hasil Chi-square Kategori Keterampilan Lunak

	Ex Sig (2-sided)
Fisher Exact Test	0.700

Berdasarkan tabel Chi-square diatas, dari uji statistik *fisher's exact test* menunjukkan nilai *exact sig (2-sided)* sebesar 0.700 atau dengan kata lain $0.700 > 0.05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan H_3 ditolak dan H_0 diterima. Artinya, tidak terdapat perbedaan kriteria keterampilan lunak yang diminta atau dicari oleh perusahaan nasional dan perusahaan internasional dalam deskripsi iklan ketenagakerjaan bidang hubungan masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

Gelar, keterampilan teknis, keterampilan lunak. Adanya situs yang memuat iklan ketenagakerjaan (*e-recruitment*) memberikan kemudahan bagi para pelamar pekerja. Pelamar pekerja khususnya bagi mereka yang tingkat awal dapat dengan mudah mencari dan mendaftar posisi yang mereka inginkan. Sebaliknya, dilihat dari sudut pandang perusahaan yang berperan sebagai pemberi pekerjaan mereka harus mengetahui kemampuan, keterampilan dan pengetahuan seperti apa yang diinginkan sehingga pelamar dapat mengerti dan memahami sesuai potensi dirinya masing-masing. Di dunia pekerjaan, hubungan masyarakat hingga kini menjadi alat utama bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan perusahaan dalam dunia bisnis dan juga sebagai alat bersaing. Dalam pekerjaan hubungan masyarakat, terdapat gelar, keterampilan teknis dan keterampilan lunak yang dibutuhkan dari seorang pelamar. Berdasarkan analisis, ditemukan bahwa gelar yang paling banyak dibutuhkan oleh perusahaan pada posisi hubungan masyarakat adalah gelar sarjana. Lalu, pada keterampilan teknis yang paling banyak dibutuhkan dalam pekerjaan hubungan masyarakat adalah keterampilan menulis. Kemudian,

keterampilan lunak yang harus ada dari pelamar posisi hubungan masyarakat adalah dapat berkomunikasi dengan baik. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian uji Chi-Square untuk menjawab hipotesis menunjukkan bahwa pada kategori gelar yang dicari terdapat perbedaan yang signifikan antara perusahaan nasional maupun internasional. Sebaliknya, untuk kategori keterampilan teknis dan keterampilan lunak yang dicari tidak menunjukkan adanya perbedaan antara perusahaan nasional dengan perusahaan internasional.

Saran

Merujuk pada kesimpulan diatas, maka dapat disampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yakni diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti dapat menambahkan variabel lain selain gelar, keterampilan lunak dan keterampilan teknis untuk dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yang lebih luas dan spesifik. Seperti, pada variabel gelar penelitian selanjutnya dapat menganalisis dari segi jurusan atau fakultas perkuliahan apa yang dibutuhkan atau dicari dalam posisi hubungan masyarakat. Kemudian, diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti dapat menjelaskan lebih spesifik terkait alasan pemilihan situs Indeed sebagai sumber data yang digunakan untuk menganalisis lowongan pekerjaan hubungan masyarakat. Lalu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan teori – teori untuk memperkuat argumen analisis.

REFERENSI

- Alhadid, A. Y., & Qaddomi, B. A. (2016). The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied Science Private University at Jordan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(4), 310–317. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v6-i4/2109>
- Anastasiou, S. (2014). Recruitment communication practices in job adverts in Greece through a snapshot of internet sites for job vacancies. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 3(2), 9–17.
- Brahmana, R. K., & Brahmana, R. (2013). What Factors Drive Job Seekers Attitude in Using E-Recruitment? *The South East Asian Journal of Management*, 7(2). <https://doi.org/10.21002/seam.v7i2.2050>
- Brunner, B. R., Zarkin, K., & Yates, B. L. (2018). What do employers want? What should faculty teach? A content analysis of entry-level employment ads in public relations. *Journal of Public Relations Education*, 4(2), 21–50.
- DİNÇER, S. (2018). Content Analysis in Scientific Research: Meta-Analysis, Meta-Synthesis, and Descriptive Content Analysis. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 176–190. <https://doi.org/10.14686/buefad.363159>
- Feldman, D. C., Bearden, W. O., & Hardesty, D. M. (2006). Varying the content of job advertisements the effects of message specificity. *Journal of Advertising*, 35(1), 123–141. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367350108>
- Freelon, D. (2020, September 12). Retrieved from DeenFreelon.org: <http://dfreelon.org/utills/recalfront/recal2/>



- Hermawan, A. (2015). *APLIKASI STATISTIKA PADA DATA PENDAMPINGAN UNTUK KARYA TULIS ILMIAH*.
- Naumovska, L., & Blazeska, D. (2016). *www.econstor.eu. Journal of Economics*, 7, 175–186.
- Negara, I. C., & Prabowo, A. (2018). Penggunaan Uji Chi–Square untuk Mengetahui Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Umur terhadap Pengetahuan Penasun Mengenai HIV–AIDS di Provinsi DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Terapannya 2018*, 1–8.
- Onyiengo, S. I. (2014). Effectiveness of Communication Media Used by the Public Relations Department in Facilitating Effective Internal Public Relations at the Kerio Valley Development Authority in Kenya. *Journal International of Humanities and Social Science*, 4(9), 108–117. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_4_No_9_July_2014/11.pdf
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing Media Messages Using Quantitative Content Analysis In Research 3rd Edition*. Routledge.
- Robles, M. M. (2012). Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today’s Workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453–465. <https://doi.org/10.1177/1080569912460400>
- Safitri, M., Novianti, A., & Noviriandini, A. (2018). Sistem Informasi Lowongan Kerja Berbasis Web. *Maret*, 14(1), 49. <http://www.nusamandiri.ac.id><http://www.bsi.ac.id><http://www.nusamandiri.ac.id>
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis, Practical Assessment, Research, and Evaluation. *ScholarWorks@UMass Amherst*, 7(17), 2000–2001.
- Suarta, I. M., Suwintana, I. K., Fajar Pranadi Sudana, I. G. P., & Dessy Hariyanti, N. K. (2018). Employability skills for entry level workers: A content analysis of job advertisements in indonesia. *Journal of Technical Education and Training*, 10(2), 49–61. <https://doi.org/10.30880/jtet.2018.10.02.005>
- Sylva, H., & Mol, S. T. (2009). E-Recruitment: A study into applicant perceptions of an online application system. *International Journal of Selection and Assessment*, 17(3), 311–323. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2009.00473.x>
- Todd, V. (2014). Public relations supervisors and Millennial entry-level practitioners rate entry-level job skills and professional characteristics. *Public Relations Review*, 40(5), 789–797. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.05.002>