

MINAT KARIR TERHADAP TEKNOLOGI INFORMASI/KOMPUTER BERDASARKAN DEMOGRAFI DAN GEOGRAFI

Hotniar Siringoringo

*Lembaga Penelitian Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100 Depok 16424
hotniars@staff.gunadarma.ac.id*

Abstract

The objective of this research is to study the differences in career interests towards Information Technology (IT) profession among high school students in five (5) areas of Jakarta and between boy and girl students. Further, the study also aimed to study the effect of word of mouth on career interests which is moderated by geographic and demographic factors. The study was conducted in five (5) top high school in five (5) areas of Jakarta. Questionnaire was used as research instruments. Further data collected were analyzed using structural equation models. Study results showed that there are no differences on career interests toward IT profession among students in East, West, East, and Central Jakarta. However, it's found the differences with students in North Jakarta. Word of mouth was found no effect on career interests in all regions. It is also shown that there is no significant difference between boys and girls on IT career interests. Similar result also found that there's no different between boys and girls student on effect of word of mouth on IT career interests.

Keywords : *career interest, word of mouth, gender, location, student*

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mempelajari perbedaan minat karir terhadap profesi Teknologi Informasi (TI) pada siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) di lima (5) wilayah DKI Jakarta dan antara siswa laki-laki dan perempuan. Lebih lanjut, penelitian juga bertujuan untuk mempelajari pengaruh informasi dari mulut ke mulut (word of mouth) terhadap minat yang dimoderasi oleh faktor geografis dan demografis. Studi dilakukan di lima (5) sekolah menengah unggulan di lima (5) wilayah DKI Jakarta. Kuesioner digunakan sebagai instrumen penelitian. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model persamaan struktural. Hasil studi menunjukkan bahwa tidak ditemukan perbedaan minat karir terhadap profesi Teknologi Informasi antara siswa di wilayah Jakarta Selatan, Barat, Timur dan Pusat. Perbedaan ditemukan dengan siswa di Jakarta Utara. Informasi dari mulut ke mulut ditemukan tidak berpengaruh pada minat karir di semua wilayah. Juga ditemukan tidak adanya perbedaan minat karir terhadap profesi TI antara siswa laki-laki dan perempuan. Pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir TI juga ditemukan tidak berbeda antara siswa laki-laki dan perempuan.

Kata Kunci: *minat karir, informasi dari mulut ke mulut, jenis kelamin, lokasi, siswa*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komputer yang sangat pesat telah mempengaruhi

semua kegiatan manusia baik di desa maupun di kota. Semua kegiatan bisnis menggunakan teknologi komputer untuk efisiensi pekerjaan. Perkembangan ini

semakin pesat sejak periode internet. Dilihat dari penggunaan komputer dan Teknologi Informasi (TI) dalam setiap usaha dan kegiatan, kebutuhan akan ahli Teknologi Informasi (TI) tentu akan besar juga.

Selain permintaan pasar yang tinggi, gaji yang tinggi yang ditawarkan oleh perusahaan luar negeri tentunya menjadi daya tarik bagi pencari kerja. Data gaji profesional komputer dan TI di Amerika Serikat tahun 2009 yang disurvei oleh salah satu badan survei di sana (Anonim, 2010) berkisar dari 64,000 (untuk analis program) sampai 76,000 dolar Amerika per tahun. Bandingkan misalnya dengan gaji paralegal yang hanya 43,000 dolar Amerika, insinyur elektronik 72,000 dolar Amerika, dan ahli sumber daya manusia hanya 56,000 dolar Amerika. Tidak adanya batasan antar negara saat ini dalam penyebaran informasi, termasuk kebutuhan tenaga kerja di berbagai bidang, memungkinkan sumber daya manusia handal dari Indonesia untuk mendapatkan pekerjaan di luar negeri. Selain masuknya devisa dalam hal ini, permasalahan pengangguran pun dapat diatasi. Meskipun Indonesia termasuk negara yang menawarkan gaji profesional komputer dan TI terendah (Sufyan, 2010) dibandingkan dengan profesi lain, tawaran dalam bidang ini masih lebih tinggi. Gaji terendah untuk lulusan baru ditunjukkan *helpdesk analyst* yang berkisar dari 3 juta rupiah. Gaji ini masih lebih tinggi dibandingkan dengan gaji yang ditawarkan di bidang lain dengan level yang sama.

Mengantisipasi pasar tenaga kerja ini, banyak pendidikan tinggi membuka jurusan yang dapat menghasilkan alumni TI. Menjadi informasi penting bagi manajemen pendidikan tinggi dengan demikian untuk mengetahui dan membentuk minat karir lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA). Minat merupakan variabel psikologis yang dipengaruhi oleh variabel psikologis lainnya atau faktor lingkungan.

Minat dapat ditumbuhkan dan dibangun. Salah satu faktor yang dapat digunakan untuk menumbuhkan minat adalah promosi.

Pemilihan jurusan setelah lulus SMA tidak mutlak keputusan siswa. Peran orang tua, guru, saudara, dan teman masih ada. Lulusan SMA sering dianggap belum mampu memutuskan sendiri rencana karir masa depan mereka. Paling tidak orang tua, saudara, guru, atau teman ikut membantu dalam proses pengambilan keputusan. Peran orang tua, saudara, guru, atau teman dapat mempengaruhi minat siswa. Banyak peneliti yang sudah mengeksplorasi niat menyebarkan informasi positif atau negatif dari produk yang mereka konsumsi dengan cara membicarakannya dengan teman, keluarga atau lainnya (Tewksbury, Moy, dan Weis, 2004; Jensen dan Hurley, 2005; Allsop, Bassett, Hoskins, 2007; Sun, Shen, Pan, 2008; Banning, 2006; Zhang dan Daugherty, ; Weinberger, Allen, dan Dillon, 1981). Penyebaran informasi yang dari mulut ke mulut seperti ini juga sudah ditunjukkan oleh beberapa peneliti mempengaruhi sikap terhadap suatu produk (Machleit, Madden, dan Allen, 1990). Pada umumnya penelitian yang dilakukan berhubungan dengan keputusan pembelian barang atau pemilihan toko.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kuesioner, sebagai instrumen penelitian. Kuesioner dikembangkan untuk mengukur minat dan informasi dari mulut ke mulut. Dibentuk lima (5) pertanyaan tertutup menggunakan skala Likert untuk mengukur minat, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1. Kuesioner ini dikembangkan berdasarkan pengukuran minat yang dilakukan oleh Machleit, Madden, dan Allen (1990) pada merek barang tertentu. Mereka menggunakan 11 pertanyaan dalam mengukur minat

terhadap merek barang yang familiar setelah responden menyaksikan iklan barang tersebut. Pertanyaan pengukuran minat dalam penelitian ini hanya

menggunakan 5 pertanyaan karena tidak diteliti minat setelah melihat dan/atau mendengarkan iklan.

Tabel 1. Indikator Variabel Minat

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Minat. 1=sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3=tidak ada pendapat; 4=setuju; 5= sangat setuju						
1.	Saya apatis dengan profesi Teknologi Informasi					
2.	Teknologi Informasi menarik untuk dipelajari					
3.	Saya mempertimbangkan untuk menjadi tenaga Teknologi Informasi					
4.	Saya ingin mendalami Teknologi Informasi					
5.	Mendalami Teknologi Informasi tidak akan berguna untuk masa depan					

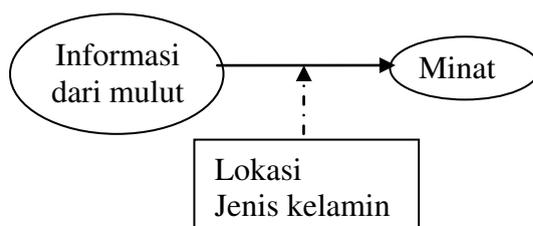
Variabel informasi dari mulut ke mulut dikembangkan berdasarkan hubungan antara responden dengan sumber informasi. Adalah lumrah dalam keluarga, saudara, orang tua, atau posisi lainnya dalam keluarga memberikan arahan pada pemilihan jurusan ketika seorang anak akan masuk Perguruan Tinggi (PT). Disamping itu, informasi

juga dapat diperoleh dari kenalan, biografi, atau sumber lainnya. Tabel 2 menunjukkan indikator yang digunakan untuk mengukur.

Faktor geografis yang digunakan adalah lokasi sekolah dan faktor demografi adalah jenis kelamin siswa. Model penelitian dapat dilihat pada Gambar 1

Tabel 2. Indikator Informasi dari Mulut ke Mulut

TP=tidak pernah, P=pernah, L=lupa, S=sering, SS=selalu	TP	P	L	S	SS
1. Apakah anda pernah mendengarkan kisah sukses keluarga sebagai tenaga TI					
2. Apakah anda pernah mendengarkan kisah sukses kenalan sebagai tenaga TI					
3. Apakah anda pernah mendengarkan kisah sukses orang lain yang tidak ada hubungan keluarga juga bukan kenalan sebagai tenaga TI					
4. Apakah anda termotivasi oleh kisah sukses mereka?					
5. Apakah anda pernah disarankan oleh orang tua untuk mengambil jurusan TI kalau sudah lulus SMA nanti?					
6. Apakah anda pernah disarankan oleh saudara untuk mengambil jurusan TI kalau sudah lulus SMA nanti?					
7. Apakah anda pernah disarankan oleh teman/kakak kelas untuk mengambil jurusan TI kalau sudah lulus SMA nanti?					



Gambar 1. Model Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah siswa SMA Negeri unggulan di lima (5) wilayah Jakarta. Kelima SMAN unggulan yang dipilih merupakan SMA unggulan pendamping. Metode penentuan jumlah responden mengikuti sampling secukupnya. Metode ini dapat

digunakan karena penelitian ini merupakan penelitian sosial dimana kemampuan sampel mewakili populasi bukan merupakan hal kritis. Jumlah sampel dari masing-masing sekolah dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Sampel dari Masing-Masing Sekolah

Sekolah	SMAN 33	SMAN 39	SMAN 28	SMAN 77	SMAN 13
Jumlah sampel (orang)	58	44	78	107	105

Variabel penelitian merupakan variabel laten, yang diukur menggunakan variabel manifes. Karena sifat variabel ini, maka model persamaan struktural digunakan untuk menganalisis data. Perangkat lunak Lisrel digunakan untuk tujuan tersebut. Untuk tujuan mengukur perbedaan minat berdasarkan jenis kelamin dan lokasi sekolah, digunakan metode “multiple group confirmatory factor analysis.” Model pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir siswa terhadap profesi TI juga dievaluasi berdasarkan jenis kelamin dan lokasi sekolah, untuk itu metode “multiple group confirmatory factor analysis.”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minat Karir Berdasarkan Geografi

Adalah penting untuk mengetahui minat karir siswa di berbagai wilayah DKI Jakarta. Konsep analisis menggunakan perangkat lunak Lisrel adalah menguji model untuk H_0 dan H_1 di

bawah. Nilai Khi-kuadrat atau signifikansi dicatat untuk pengujian kedua model, lalu dihitung selisihnya.

H_0 : Tidak ada perbedaan minat karir terhadap profesi TI antar siswa di lima wilayah

H_1 : Ada perbedaan minat karir terhadap profesi TI antar siswa di lima wilayah

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara satu area dengan area lainnya. Hasil analisis untuk lokasi Jakarta Barat dan Jakarta Pusat menunjukkan selisih nilai signifikansi sebesar 0.36826, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 4. Nilai signifikansi lebih besar dari 5%, bahkan lebih besar dari 10%; dengan demikian tidak ada alasan kuat untuk menolak H_0 . Minat karir terhadap profesi TI pada siswa di Jakarta Barat sama dengan minat karir siswa di Jakarta Pusat.

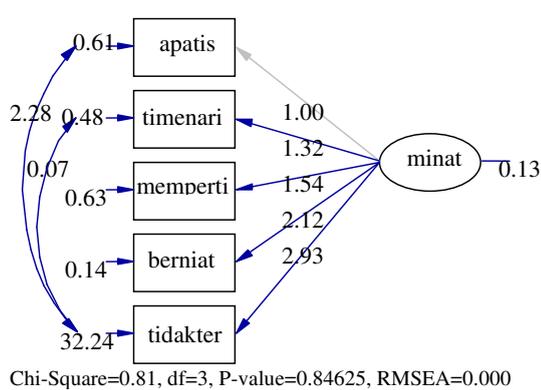
Tabel 4. Nilai Signifikansi Model H₀ dan H₁

Perbandingan	Nilai signifikansi H ₀	Nilai signifikansi H ₁	Selisih
Pusat-Barat	0.38642	0.01816	0.36826
Pusat-Timur	0.43834	0.82029	0.38195
Pusat-Selatan	0.03042	0.11924	0.08882
Pusat-Utara	0.01716	0.04875	0.03159

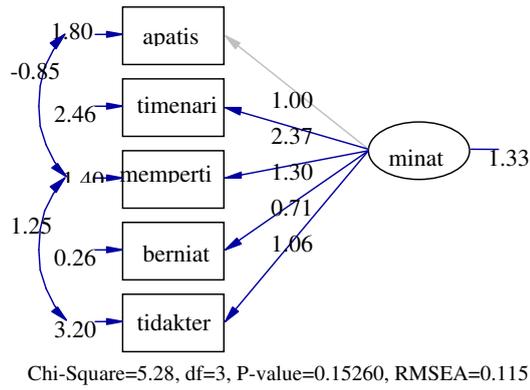
Kelima indikator minat karir valid sebagai ukuran untuk minat, baik untuk siswa di Jakarta Pusat maupun Jakarta Barat. Kontribusi terbesar dalam pembentukan variabel minat karir terhadap profesi TI ditunjukkan oleh pernyataan bahwa "profesi TI tidak menarik," yaitu sebesar 2.93. Kontribusi terkecil ditunjukkan oleh sikap apatis siswa, yaitu sebesar 1.00. Artinya setiap unit kenaikan minat karir terhadap profesi TI disumbang oleh 2.93 unit dari daya tarik dan 1.00 unit dari sikap apatis.

Kontribusi lengkap masing-masing indikator dapat dilihat pada Gambar 2.

Berbeda dengan model minat pada siswa Jakarta Barat, kontribusi terbesar diberikan oleh indikator "profesi TI menarik," yaitu sebesar 2.37 (Gambar 2). Artinya setiap kenaikan 1 unit minat karir terhadap profesi TI dipengaruhi oleh "profesi TI menarik" sebesar 2.37 unit. Tapi di sisi lain, niat untuk berprofesi sebagai tenaga TI memberikan kontribusi terkecil pada minat karir terhadap profesi TI, yaitu sebesar 0.71.



(a)



(b)

Gambar 2. Model Minat (a) Jakarta Pusat, (b) Jakarta Barat

Pengujian minat pada siswa Jakarta Timur dan Pusat menunjukkan nilai signifikansi H₀ sebesar 0.43834 dan untuk H₁ sebesar 0.82029, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 4. Selisih nilai signifikansi sebesar 0.38195. Sama halnya dengan perbandingan antara siswa di Jakarta Barat dengan Jakarta Pusat, pada kasus ini juga ditemukan tidak ada alasan kuat untuk menolak hipotesis nol. Dengan demikian dapat dinyatakan

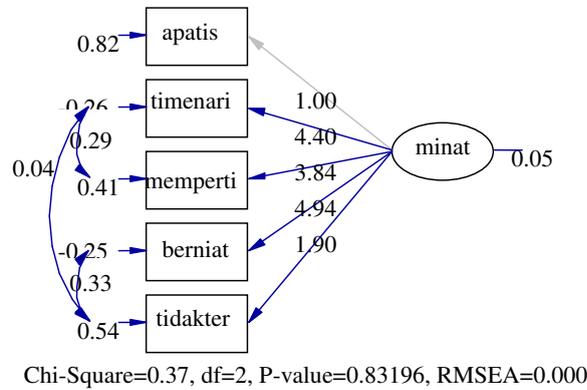
bahwa tidak ditemukan perbedaan signifikan minat karir terhadap profesi TI pada siswa di Jakarta Timur dan Jakarta Pusat.

Hasil ini juga secara langsung menunjukkan bahwa tidak ada alasan kuat untuk mengatakan bahwa ada perbedaan minat karir terhadap profesi TI di antara siswa SMA Jakarta Barat dengan Jakarta Timur. Minat karir pada profesi TI dengan demikian pada ketiga

wilayah, yaitu Jakarta Pusat, Timur dan Barat, adalah sama.

Kontribusi masing-masing indikator terhadap minat karir siswa di Jakarta Timur dapat dilihat pada Gambar 3. Kontribusi terbesar diberikan oleh

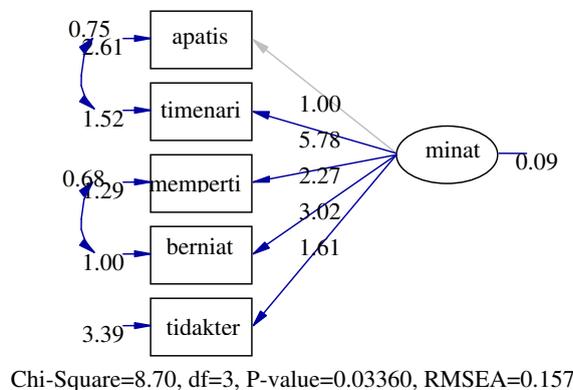
indikator "berniat," yaitu sebesar 4.94. Kontribusi terkecil diberikan oleh indikator "sikap apatis," yaitu sebesar 1.0. Kontribusi terkecil ini sama dengan model minat karir terhadap profesi TI di Jakarta Pusat.



Gambar 3 Minat Karir terhadap Profesi TI pada Siswa Jakarta Timur

Nilai signifikansi pengujian pada siswa Jakarta Pusat dan Selatan untuk H_0 sebesar 0.03042 dan untuk H_1 sebesar 0.11924, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 4. Selisih nilai signifikansi sebesar 0.08882. Selisih nilai signifikansi ini menunjukkan bahwa tidak ada alasan kuat untuk menolak hipotesis nol pada taraf nyata 5%, tapi signifikan menunjukkan perbedaan pada taraf nyata 10%. Siswa di Jakarta Selatan secara signifikan (pada taraf nyata 10%) menunjukkan perbedaan minat karir terhadap profesi TI dengan siswa di Jakarta Pusat.

Sama dengan minat karir siswa di Jakarta Pusat dan Jakarta Timur, kontribusi terkecil pada minat karir terhadap profesi TI siswa Jakarta Selatan ditunjukkan oleh "sikap apatis," yaitu sebesar 1. Kontribusi terbesar ditunjukkan oleh indikator "profesi TI menarik," sama dengan siswa di Jakarta Barat. Kontribusi indikator "profesi TI menarik" terhadap minat karir TI di Jakarta Selatan sebesar 5.78, lebih besar dibandingkan kontribusinya pada siswa Jakarta Barat, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.



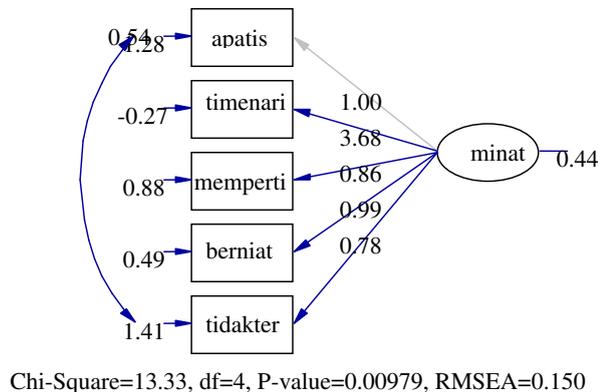
Gambar 4. Minat Karir Siswa Jakarta Selatan

Nilai signifikansi pengujian perbedaan minat siswa antara Jakarta Utara dan Jakarta Pusat untuk H_0 sebesar 0.01716 dan untuk H_1 sebesar 0.04875, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3. Selisih nilai signifikansi sebesar 0.03195. Angka ini menunjukkan bahwa ditemukan perbedaan signifikan pada taraf nyata 5% minat karir terhadap profesi TI antara siswa SMA di kedua wilayah. Hasil ini juga secara otomatis berlaku pada perbandingan antara siswa di Jakarta Barat dan Jakarta Timur dengan siswa di Jakarta Utara. Ada perbedaan yang signifikan pada minat akan profesi TI antara siswa di Jakarta Barat dan Timur dengan siswa di Jakarta Utara.

Minat karir terhadap profesi TI di wilayah Jakarta Barat ditemukan berbeda secara signifikan dengan wilayah Jakarta Utara pada taraf nyata 5%. Nilai signifikansi model H_0 sebesar 0.07512, dan signifikansi model H_1 sebesar

0.02538. Selisih kedua nilai signifikansi ini sebesar 0.04974, yaitu lebih kecil dari 5%. Hasil ini menguatkan pernyataan implikasi di atas, bahwa ditemukannya perbedaan minat karir terhadap profesi TI antara siswa SMAN di Jakarta Pusat dengan Jakarta Utara otomatis menunjukkan perbedaan signifikan antara siswa di Jakarta Barat dan Timur dengan siswa di Jakarta Utara.

Gambar 5 menunjukkan model minat karir terhadap profesi TI pada siswa Jakarta Utara. Kontribusi terbesar ditunjukkan oleh indikator "TI menarik", yaitu sebesar 3.68. Kontribusi terkecil diberikan oleh indikator "tidak tertarik," yaitu sebesar 0.78. Setiap kenaikan 1 unit minat karir terhadap profesi TI pada siswa di Jakarta Utara disumbang oleh indikator "daya tarik profesi TI" sebesar 3.68 unit, dan indikator "ketidaktertarikan untuk berkarir di TI" sebesar 0.78 unit.



Gambar 5. Model Minat Karir Siswa Jakarta Utara

Tidak ada perbedaan minat terhadap karir TI di keempat area Jakarta. Kekuatan indikator dalam membentuk minat karir terhadap profesi TI di wilayah Jakarta Pusat, Timur, Barat, dan Selatan adalah sama. Di sisi lain, ditemukan perbedaan dengan siswa di Jakarta Utara. Dilihat dari kependudukan, wilayah Jakarta Pusat memiliki daerah kumuh yang lebih luas dibandingkan dengan keempat wilayah lainnya (Bappeda DKI,

2004) meskipun secara resmi BPS (2000) mencatat Jakarta Pusat menerima imigran terkecil persentasenya. Karakteristik ini tidak menimbulkan perbedaan minat pada siswa sekolah. Ada hal lain yang dominan berkontribusi dalam membedakan minat karir siswa di Jakarta Utara dengan keempat area Jakarta lainnya.

Pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir berdasarkan lokasi

sekolah juga dievaluasi. Hipotesis yang diuji adalah:

- H_0 : Tidak ada perbedaan pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir terhadap profesi TI antar siswa sekolah di kelima wilayah
- H_1 : Ada perbedaan pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir terhadap profesi TI antar siswa sekolah di kelima wilayah

Output analisis *multiple group* menggunakan lisrel menunjukkan bahwa tidak ada alasan kuat untuk menolak H_0 . Pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir terhadap profesi TI berdasarkan sekolah tidak perlu dianalisis lebih lanjut karena model ini tidak signifikan secara individu. Informasi yang didapatkan dari keluarga, kenalan atau dari orang lain tidak mempengaruhi minat karir siswa terhadap profesi TI.

Ketidaksignifikanan pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir profesi TI memberikan warna baru dalam teori pengaruh informasi dari mulut ke mulut terhadap perilaku. Banyak peneliti sebelumnya yang sudah membuktikan

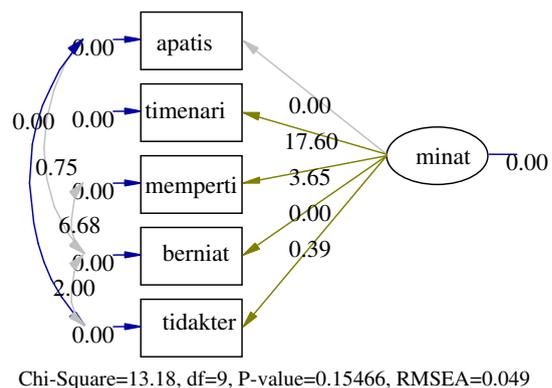
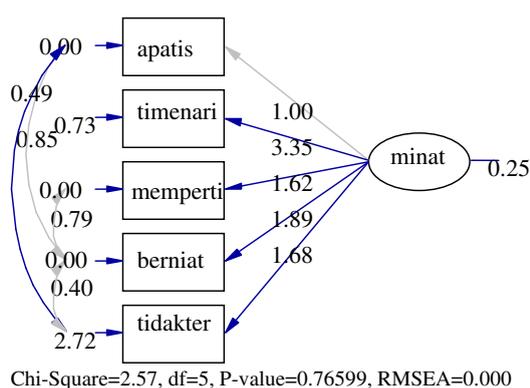
pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada perilaku konsumen (seperti Tewksbury, dkk., 2004; Jensen dan Hurley, 2005; Allsop, dkk., 2007; Sun, dkk., 2008; Banning, 2006; Zhang dan Daugherty, ; Weinberger, dkk., 1981) baik secara positif maupun negatif.

Minat Karir Berdasarkan Jenis Kelamin

Minat karir terhadap profesi Teknologi Informasi (TI) diukur menggunakan 5 pertanyaan. Pengaruh jenis kelamin terhadap model pengukuran minat ini divalidasi menggunakan analisis faktor konfirmatori. Hipotesis yang diuji adalah:

- H_0 : Kelima pertanyaan memiliki kontribusi yang sama terhadap minat karir baik pada siswa laki-laki maupun perempuan
- H_1 : Kelima pertanyaan tidak memiliki kontribusi yang sama terhadap minat karir pada siswa laki-laki dan perempuan

Output analisis faktor konfirmatori dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Model Perkiraan Minat Karir Berdasarkan Jenis Kelamin (a) H_1 , (b) H_0

Nilai signifikansi H_1 adalah 0.76599 dan untuk H_0 adalah 0.15466. Selisih nilai signifikansi sebesar 0.6113 artinya tidak ada alasan kuat untuk menolak H_0 . Minat karir terhadap profesi

TI ditemukan tidak berbeda antara siswa perempuan dan laki-laki.

Pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir berdasarkan jenis

kelamin juga dievaluasi. Hipotesis yang diuji adalah:

- H_0 : Tidak ada perbedaan pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir terhadap profesi TI antar siswa pria dan perempuan
- H_1 : Ada perbedaan pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir terhadap profesi TI antar siswa pria dan perempuan

Output analisis *multiple group* menunjukkan bahwa tidak ada alasan kuat untuk menolak H_0 . Pengaruh informasi dari mulut ke mulut pada minat karir terhadap profesi TI berdasarkan jenis kelamin tidak perlu dianalisis lebih lanjut karena model ini tidak signifikan secara individu. Informasi yang didapatkan dari keluarga, kenalan atau dari orang lain tidak mempengaruhi minat karir siswa terhadap profesi TI.

Meskipun demikian memang ditemukan bahwa informasi dari mulut ke mulut hanya memegang peran dalam memengaruhi keputusan konsumen empat (4) dari lima (5) keputusan (Stern dan Gould, 1988). Ditemukan juga peran informasi dari mulut ke mulut bisa terjadi pada beberapa tahap, seperti pada pencarian informasi (Duhan, Johnson, Wilcox, dan Harrell, 1997; Eliashberg dan Shugan, 1997; Herr, Kardes, dan Kim, 1991; Woodside dan Delozier, 1976), uji coba produk (Bone, 1995, Burnkrant dan Cousineau, 1975; Cohen dan Golden, 1972; Venkatesan, 1966), dan sebagai hasil dari konsumsi produk (Richins, 1983) yang merupakan keluhan dari ketidakpuasan (Watkins dan Liu, 1996).

Pembentukan minat tentunya perlu bagi pihak yang berkepentingan, seperti manajemen universitas/program studi yang menyelenggarakan program TI, pemerintah dalam rangka mengubah statistik tenaga kerja ekspor, dan juga orang tua atau keluarga. Minat diyakini sangat penting dalam pembentukan aksi

dan mengarahkan ke niat melakukan tindakan. Teori minat yang dibedakan dari niat (Malle, 1999; Malle dan Knobe, 1997) telah berkembang dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan minat karir terhadap profesi TI antara siswa di wilayah Jakarta Pusat dan Jakarta Utara. Perbedaan minat karir terhadap profesi TI siswa di Jakarta Utara juga ditemukan dengan siswa di Jakarta Barat, Timur dan Selatan. Tidak ada perbedaan minat karir terhadap profesi TI antara siswa di wilayah Jakarta Barat, Jakarta Pusat, Jakarta Timur, dan Jakarta Selatan.

Secara keseluruhan, ditemukan bahwa informasi dari mulut ke mulut tidak mempengaruhi minat karir terhadap profesi TI pada semua wilayah. Tidak ditemukan juga perbedaan yang signifikan antara wilayah.

Berdasarkan jenis kelamin, ditemukan bahwa tidak ada perbedaan minat karir terhadap profesi TI antara siswa laki-laki dan perempuan. Pengaruh informasi dari mulut ke mulut terhadap minat juga ditemukan tidak signifikan baik pada siswa laki-laki maupun perempuan.

Dilihat dari kelas, ditemukan adanya perbedaan minat karir terhadap profesi TI antara siswa kelas 1 dan 2, dan juga antara siswa kelas 2 dan 3. Siswa kelas 1 dan 3 tidak memiliki perbedaan yang signifikan akan minat karir terhadap profesi TI. Lebih lanjut, tidak ditemukan signifikansi pengaruh word of mouth pada minat karir terhadap profesi TI baik pada kelas 1, 2 maupun kelas 3.

Saran

Penelitian ini masih perlu dilanjutkan untuk mendapatkan informasi yang cukup dalam membentuk minat sehingga

Negara dapat mengirimkan tenaga ahli ke luar negeri menggantikan tenaga kerja buruh yang selama ini berlangsung. Jumlah responden perlu ditingkatkan dan keterlibatan faktor lain, seperti latar belakang keluarga, prestasi di sekolah, sikap, dan faktor lainnya dalam membentuk minat perlu dipertimbangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allsop, D.T, Bassett, B.R. and Hoskins, J.A. 2007. "Word-of-mouth research: Principles and applications". *Journal of Advertising Research*, December pp.398-411.
- Anonim. 2010. <http://www.payscale.com/research>. Diunduh Tanggal 10 Februari 2010.
- Banning, S.A. 2006. "TPEs on Political Participation". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(4), pp. 785-800.
- Bone, P. F. 1995. "Word-of-Mouth Effects on Short-Term and Long-Term Product Judgements". *Journal of Business Research*, 32, pp. 213-223.
- Burnkrant, R. E. and Cousineau, A. 1975. "Informational and Normative Social Influence in Buyer Behavior". *Journal of Consumer Research*, 2 (3), pp. 206-215.
- Cohen, J. B. and Golden, E. 1972. "Informational Social Influence and Product Evaluation". *Journal of Applied Psychology*, 56 (1), pp. 54-59.
- Duhan, D. F., Johnson, S. D., Wilcox, J. B. and, Harrell, G. D. 1997. "Influences on Consumer use of Word-of-Mouth Recommendation Sources". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (4), 1997, pp. 283-295.
- Eliashberg, J. and Shugan, S. M. 1997. "Film Critics: Influencers or Predictors?". *Journal of Marketing*, 61 (2), pp. 68-78.
- Herr, P. M., Kardes, F. R. and Kim, J. 1991. "Effects of Word-of-Mouth and Product-Attribute Information on Persuasion: an Accessibility-Diagnosticity Perspective". *Journal of Consumer Research*, 17 (March), pp. 454-462.
- Holland, J.L., 1985. *Making vocational Choices: a Theory of Careers*, Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall.
- Jensen, J.D. and Hurley, R.J. 2005. "Third Person Effects and The Environment: Social Distance, Social Desirability and Presumed Behavior". *Journal of Communication*, 55, pp.242-256.
- Machleit, K. A., Madden, T. J. and Allen, C. T. 1990. "Measuring and Modeling Brand Interest as an Alternative ad Effect with Familiar Brands". *Advances in Consumer Research*, 17, pp. 223-230.
- Malle, B.F and Knobe, J. 1997. "The Folk Concept of Intentionality". *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, pp. 101-121
- Malle, B.F. 1999. "How People Explain Behavior: A New Theoretical Framework. *Personality and Social Psychology Review*, 3, pp. 23-48.
- Mullis, R.L., Mullis, A.K., and Gerwels, D. 1998. "Stability of Vocational Interests among High School Students". *Adolescence*, 131, 33, pp. 699-708.
- Richins, M. 1983. "Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Customers: a Pilot Study". *Journal of Marketing*, 47 (Winter), pp. 68-78.
- Stern, B. B. and Gould, S. J. 1988. "The Consumer as Financial Opinion Leader." *Journal of Retail Banking*, 10 (2), pp. 43-52.
- Sufyan, M. 2010. "Gaji Profesional TI Indonesia Paling Rendah". <http://web.bisnis.com/>. Diunduh Tanggal 10 Februari 2010.
- Sun, Y., Shen, L., and Pan, Z. 2008. "On The Behavioral Component of The

- Thirdperson Effect". *Communication Research*, 35, 257-278.
- Tewksbury, D., Moy, P. and Weis, D.S. 2004. "Preparations for Y2K: Revisiting The Behavioral Component of The Third-Person Effect". *Journal of Communication*, 54, pp. 138-155.
- Venkatesan, M. 1966. "Experimental Study of Consumer Behavior Conformity and Independence". *Journal of Marketing Research*, 3 (November), pp. 384-387.
- Watkins, H. S. and Liu, R. 1996. "Collectivism, Individualism and Ingroup Membership: Implications for Consumer Complaining Behaviors in Multicultural Contexts". *Journal of International Consumer Marketing*, 8 (3,4), pp. 69-78.
- Weinberger, M. G, Allen, C. T. and Dillon, W. R. 1981. "Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied consumers: AP Pilot Study/ 77: Negative Information: Perspectives and Research Directions". *Advances in Consumer Research*, 8, K. B. Monroe, ed., Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, pp. 398-404.
- Woodside, A. G. and DeLozier, M. W. 1976. "Effects of Word-of-Mouth Advertising on Consumer Risk Taking". *Journal of Advertising*, 5 (4), pp. 12-23.
- Zhang, J. and Daugherty, T. "Third-Person Effect and Social Networking: Implications for Online Marketing and Word-of-Mouth Communication". *American Journal of Business*, 24 (2), pp. 53-63.