

## RINGKASAN EKSEKUTIF

PT GOS Indoraya adalah sebuah perusahaan yang berdiri pada tahun 1994 yang bergerak dalam lingkup penyaluran tenaga kerja. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang sumber daya manusia, PT GOS Indoraya memiliki *job portal* tersendiri yang bernama FindJob yang mempunyai andil dalam menyaring para pencari kerja sesuai dengan kemauan *client* dari PT GOS Indoraya. Namun, saat ini PT GOS Indoraya memiliki hambatan dalam memenuhi kebutuhan perusahaan-perusahaan lain akan sumber daya manusia, dikarenakan kinerja FindJob sebagai *job portal* PT GOS Indoraya tidak optimal dalam memenuhi *job order* yang ada.

Dalam aktifitas *project improvement* ini, penulis melakukan evaluasi terhadap kinerja FindJob yang berujung dengan penemuan masalah dimana kedatangan kandidat pelamar kerja di FindJob hanya memenuhi 44% dari kapasitas yang tersedia. Hal ini disebabkan oleh rendahnya kegiatan *marketing* yang disebabkan oleh tidak adanya divisi marketing yang mengurus kegiatan komunikasi FindJob. Dengan ditemukannya akar masalah yang dialami, penulis memberikan 3 rekomendasi yaitu pendekatan institusi, *job fair*, dan komunikasi *website* FindJob. Setelah dilakukan penilaian perencanaan komunikasi *website* FindJob merupakan solusi dengan nilai tertinggi yang berarti solusi ini merupakan solusi yang paling tepat untuk dijalani.

## EXECUTIVE SUMMARY

PT GOS Indoraya is a company established in 1994 which is engaged in the distribution of labor. As a company who engaged in human resources, PT GOS Indoraya has its own job portal named FindJob which has a share in filtering the job seekers in accordance with the willingness of the client of PT GOS Indoraya. However, currently PT GOS Indoraya has an obstacle in meeting the needs of its client companies for human resources, due to the performance of FindJob as a job portal PT GOS Indoraya not optimal in fulfilling the existing job order.

In this case, authors evaluate FindJob's performance that culminates with the discovery of the problems available in job applicants in FindJob fulfilling only 44% of the available capacity. This is due to the low marketing activity caused by the absence of a marketing division that deals with FindJob's communication activities. With the discovery of the root of the problem experienced, the author gives 3 recommendations which are : approaching academic institution, job fair, and FindJob's website communication. After the assessment of the 3 possible recommendations, FindJob's website communication planning is a solution with the highest score which is the most appropriate solution to live.