

ABSTRAK

Kesiapan kerja alumni menjadi salah satu indikator keberhasilan perguruan tinggi dalam menghasilkan lulusan yang mampu memenuhi tuntutan dunia kerja. Namun, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *personal branding*, penggunaan media sosial, dan penguasaan teknologi informasi terhadap kesiapan kerja masih menunjukkan temuan yang belum konsisten. Selain itu, penelitian yang mengkaji status pekerjaan sebagai variabel independen pada alumni masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh status pekerjaan, *personal branding*, penggunaan media sosial, dan penguasaan teknologi informasi terhadap kesiapan kerja alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji (FEBM UMRAH). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 119 alumni angkatan 2021 yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan variabel dummy menggunakan IBM SPSS Statistics 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa status pekerjaan, *personal branding*, dan penguasaan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja, sedangkan penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,581 menunjukkan bahwa 58,1% variasi kesiapan kerja alumni dapat dijelaskan oleh keempat variabel penelitian, sedangkan 41,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa status pekerjaan, *personal branding*, dan penguasaan teknologi informasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kesiapan kerja alumni, sedangkan penggunaan media sosial belum memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Status pekerjaan, *personal branding*, penggunaan media sosial, penguasaan teknologi informasi, kesiapan kerja.

ABSTRACT

Work readiness of alumni is one of the indicators of a university's success in producing graduates who are able to meet the demands of the labor market. However, previous studies on the effects of personal branding, social media usage, and information technology mastery on work readiness have reported inconsistent findings. In addition, studies examining employment status as an independent variable among alumni remain limited. This study aims to analyze the effects of employment status, personal branding, social media usage, and information technology mastery on the work readiness of alumni of the Faculty of Economics and Maritime Business, Raja Ali Haji Maritime University (FEBM UMRAH). This study employed a quantitative approach with a sample of 119 alumni from the 2021 cohort selected using the simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with a dummy variable in IBM SPSS Statistics 22. The results indicate that employment status, personal branding, and information technology mastery have a positive and significant effect on work readiness, while social media usage has no significant effect on work readiness. The Adjusted R Square value of 0.581 indicates that 58.1% of the variation in alumni work readiness can be explained by the four independent variables, while the remaining 41.9% is influenced by other factors outside the research model. This study concludes that employment status, personal branding, and information technology mastery are important factors in improving alumni work readiness, whereas social media usage has not shown a significant effect.

Keywords: Employment Status, Personal branding, Social Media Usage, Information Technology Mastery, Work Readiness.