

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Yogyakarta adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki penduduk pendatang yang banyak ,dimana setiap tahunnya kota budaya ini selalu memiliki pendatang dari berbagai daerah dengan berbagai alasan untuk datang di Yogyakarta. Pertambahan penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta sekarang ini semakin tahun semakin berkembang pesat dengan banyaknya pendatang yang berdomisili ke kota Yogyakarta.

Dengan adanya pertambahan jumlah pendatang di kota Yogyakarta membuat kota pelajar ini mengalami peningkatan industri bisnis dikarenakan dengan adanya peningkatan jumlah penduduk maka kebutuhan hidup dan gaya hidup semakin meningkat ,terlebih ditambahnya jumlah wisata yang ada di Yogyakarta semakin banyak dan berkembang menjadikan wisatawan mengunjungi kota pelajar ini meningkat .

Dilansir dari situs <http://www.harianjogja.com> jumlah wisatawan yang mengunjungi DIY menembus angka 21 juta pengunjung. Tren kenaikan jumlah kunjungan wisatawan di DIY setiap tahunnya berkisar antara sembilan persen sampai

15 persen pada tahun 2016¹ .Dengan data tersebut menjadikan Yogyakarta sebagai pusat wisata dan belajar .

Yogyakarta yang dikenal sebagai kota wisata dan budaya tentu menjadikan kota ini sebagai tempat yang menarik untuk dijadikan tempat dokumentasi foto.Salah satu untuk dapat mempublikasikan foto kebersamaan adalah melalui penggunaan internet. Dari data yang diperoleh dari laman situs <http://isparmo.web.id>. Jumlah pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan Internet. Jika dibandingkan penggunaan Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016). Tentu data / fakta ini menggembirakan, terutama bagi para pengusaha atau pemilik toko online.²

Dengan melihat data diatas bisa kita lihat bahwa peran media sosial sebagai media komunikasi massa sangatlah besar dalam kehidupan manusia, yaitu sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial dan sebagai sarana pendidikan. Sikap,pandangan dan perilaku orang lain merupakan tujuan dari komunikasi inilah orientasi dari media sosial. Dan dengan banyaknya beredar bentuk komunikasi massa tentu ada maksud atau tujuan masing masing dari hal yang disajikan tersebut.

¹ Sumber <http://www.harianjogja.com/baca/2017/01/05/pariwisatawisatawan-diy-tembus-21-juta-781747> Diakses 5 Juli 2017

²<http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016> Diakses 05 Juli 2017

Dalam hal ini pengaruh media sosial terhadap minat, sikap dan perilaku ditentukan diantaranya oleh materi atau pesan yang disampaikan, intensitas pemirsa dalam menggunakan media sosial, latar belakang pendidikan dan pengalaman, nilai dan norma budaya serta lingkungan tempat masyarakat itu berada. Artinya pesan (message) pada media sosial akan dikonsumsi khalayak dan berpengaruh baik secara langsung atau tidak pada wilayah pengetahuan atau wawasan (kognisi), perasaan (afeksi), dan perilaku (psikomotorik).

Salah satu aplikasi internet yang banyak digunakan untuk mempublikasikan foto atau video adalah instagram ,pada dasarnya akun instagram hanya digunakan untuk membagikan foto pribadi yang sifatnya tidak privasi jadi semua orang yang mengikuti akun instagram tersebut dapat mengetahui apa yang dilakukan pemilik akun tersebut Pada perkembangnya instagram tidak hanya untuk mengenalkan kegiatan pemilik akun namun sekarang instagram dimanfaatkan sebagai sebagai alat untuk mengenalkan café, wisata, budaya,info unik dan banyak hal yang diperkenalkan oleh instagram saat ini .

Yogyakarta sebagai daerah yang pertumbuhan bisnis yang berkembang pesat seperti banyaknya café, rumah makan , pusat perbelanjaan, agen perjalanan, pusat rekreasi, pusat oleh-oleh hingga jasa penginapan ada lengkap di yogyakarta. Dengan adanya instagram mereka yang datang ke yogyakarta untuk mencari pekerjaan atau mahasiswa yang mengisi waktu luang dengan bekerja dapat memperoleh informasi melalui postingan atau publikasi di media instagram .

Akun lowongan pekerjaan di instagram tentu sangat membantu masyarakat terutama di wilayah yogyakarta dalam mencari kebutuhan mereka untuk mencari tempat bekerja yang beragam ditawarkan di akun lowongan pekerjaan dari lowongan pekerjaan full time , part time hingga pekerjaan yang bisa dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan perusahaan dan juga pekerja, mengingat semakin banyaknya tempat-tempat usaha yang berada di wilayah Yogyakarta.

Dengan berkembangnya teknologi telpon pintar tentunya berkembang dan semakin besar pula pengguna aplikasi instagram. Data yang ditemukan lewat hasil *survei* dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa pengguna internet Indonesia 2016 yang mencapai 132,7 juta dan menariknya data tersebut mengungkapkan bahwa media sosial mendominasi penggunaan internet di Indonesia instagram sebagai aplikasi unggah foto dan video menjadi salah satu media sosial yang banyak penggunanya jumlah pengguna mencapai 19,9 juta (15 persen).³ Hasi Survei APJII tentang Perilaku Pengguna Internet Indonesia - Media Sosial Paling Banyak Dikunjungi. Kredit: APJII.⁴

Dilihat dari sekian banyaknya pengguna media sosial yang menggunakan instagram sebagai alat untuk mengenalkan produk atau jasa dan informasi yang sering peneliti lihat dan kunjungi adalah informasi lowongan pekerjaan . Salah satu akun intagram yang sering kali peneliti ikuti informasi lowongan pekerjaannya dan peneliti

³<http://teknoliputan6.com/media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia> Diakses 05 Juli 2017

⁴<https://apjii.or.id/Survei-Internet-APJII-2016> Diakses 05 Juli 2017

pilih adalah @JOGJALOWKER . Alasan mengapa dipilihnya @JOGJALOWKER , menurut peneliti akun instagram yang memberikan informasi terkini dan banyak dilihat seputar lowongan pekerjaan adalah @JOGJALOWKER. Alasan lain yang memperkuat keinginan peneliti menjadikan @JOGJALOWKER sebagai objek penelitian adalah akun info lowongan pekerjaan yang memiliki pengikut dan kiriman informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan akun instagram yang sama-sama memberikan informasi lowongan pekerjaan .

Tabel 1

Daftar akun instagram yang memberikan informasi lowongan pekerjaan .

Akun Instagram	Pengikut	Kiriman
@@JOGJALOWKER	136 K	5.952
JOGJAKERJA	44 K	1.740
LOKERJOGJA	10,3 K	366
JOGJA_LOWKER	34,2 K	907
LOWKER_JOGJA	1.308	155
JOGJALOWONGANKERJA	269	33
INFOLOWKERJOGJA	309	183

Sumber : Olahan peneliti

Dari informasi tabel diatas dapat diketahui bahwa akun yang dijadikan objek peneliti merupakan akun yang dipercaya masyarakat terutama wilayah yogyakarta untuk memperoleh informasi seputar lowongan pekerjaan hal itu juga diperkuat dengan kiriman informasi akun yang lebih banyak dengan akun lain .

Akun @JOGJALOWKER sangat aktif dalam memberikan informasi seputar lowongan pekerjaan untuk wilayah yogyakarta ini terlihat dari publikasi akun yang dalam dua jam sekali memposting informasi sebanyak tiga informasi. ⁵ Dengan cepatnya memberikan informasi kepada followers @JOGJALOWKER akan terbantu dan mempunyai banyak referensi lowongan pekerjaan yang dibutuhkan untuk wilayah Yogyakarta. Tanda love atau suka pada akun @JOGJALOWKER merupakan apresiasi tanggapan positif akan publisitas info lowongan pekerjaan yang diberikan . Selain itu para follower juga memberikan komentar positif untuk @JOGJALOWKER dan menyebarkan informasi tersebut dengan menandai akun pengguna lain untuk dapat melihat publisitas @JOGJALOWKER . Pada akun @JOGJALOWKER yang menarik adalah akun memberikan tautan website resmi dengan alamat @JOGJALOWKER.co.id sehingga followers dapat mengakses informasi via website.

Berdasarkan hasil wawancara dengan admin @JOGJALOWKER Zainal Alim merupakan mahasiswa magister disalah satu perguruan tinggi negeri di Yogyakarta pada hari Senin tanggal 3 Juli 2017 pukul 23.30 WIB, @JOGJALOWKER adalah

⁵ Alamat akun instagram @JOGJALOWKER <https://www.instagram.com/@JOGJALOWKER> Diakses 05 Juli 2017

singkatan dari kata JOGJA yang menandakan bahwa akun dalam wilayah Yogyakarta dan LOWKER yang merupakan kepanjangan dari lowongan pekerjaan yang artinya informasi seputar lowongan pekerjaan. Sejak didirikannya akun instagram yang bertemakan informasi lowongan pekerjaan pada bulan 17 Agustus tahun 2015, sampai pada tanggal 08 Juli 2017 pukul 21.00 WIB followers akun @JOGJALOWKER sudah mencapai jumlah 136 ribu dengan 5.952 kiriman atau publisitas informasi lowongan kerja⁶.

Akun instagram @JOGJALOWKER ini telah menjadi sarana media informasi yang memberikan berbagai macam informasi seputar pekerjaan di yogyakarta berupa foto yang telah mereka posting. Selain hanya keinginan untuk memberikan informasi pekerjaan yang terkini terutama mahasiswa yang ingin bekerja sembari kuliah kemudian akun ini berkembang lebih besar dengan publisitas lowongan pekerjaan yang beragam, mereka mendirikan akun ini tentunya ingin membuat masyarakat Yogyakarta mempunyai lebih banyak referensi dalam mencari pekerjaan dan memunculkan minat kerja . Di samping itu juga, mereka membuat kerjasama yang baik dengan banyak tempat usaha seperti cafe, restaurant, hotel dan sebagainya yang ada di Yogyakarta .

⁶ Alamat akun instagram @JOGJALOWKER <https://www.instagram.com/@JOGJALOWKER> 08 Juli 2017 pukul 21 : 00.

Akun @JOGJALOWKER selain memberikan informasi seputar lowongan pekerjaan ,akun ini juga memberikan informasi penawaran produk yang juga bekerjasama baik dengan @JOGJALOWKER dengan memanfaatkan jumlah followers,selain itu @JOGJALOWKER dalam publisitasnya juga memberikan informasi-informasi umum dan tips yang dimana publisitas ini bertujuan untuk membuat followers tidak bosan akan informasi lowongan pekerjaan saja namun juga dibarengi dengan intermezzo berupa tips atau info umum. Berbagai macam informasi lowongan pekerjaan dan intermezzo yang di posting oleh @JOGJALOWKER merupakan bentuk informasi sekaligus hiburan bagi followers atau masyarakat yang mengetahui adanya @JOGJALOWKER ini di instagram.

Informasi lowongan pekerjaan yang di informasikan beragam mulai dari warung usaha kecil, retail, café, spg/spb dan sebagainya dari level pekerjaan serabutan hingga tingkatan manager yang ada di @@JOGJALOWKER. Pada dasarnya tujuan utama dari didirikannya @JOGJALOWKER ini adalah adalah kebutuhan akan informasi pekerjaan masyarakat yogyakarta yang semakin tahun semakin bertambah, terutama untuk mereka yang ingin mencari pekerjaan dengan informasi yang mudah selain itu tujuan lain adalah memberikan minat kerja mahasiswa untuk bekerja sembari kuliah sehingga pembiayaan dari bekerja dapat meringankan keidupan mereka .

Postingan informasi lowongan pekerjaan ini dapat menjadi refrensi dan menarik perhatian dan minat masyarakat untuk bekerja. Media yang bertemakan informasi pekerjaan ini mempunyai karakter yang kuat. Karena dengan cara mereka memposting foto dan informasi lengkap seputar pekerjaan sudah terlihat sangat baik dan cenderung bisa menarik minat kerja dan menarik penasaran followers dengan tempat-tempat yang membuka lowongan pekerjaan .

@JOGJALOWKER merupakan akun yang banyak diminati masyarakat yogyakarta sehingga membuat para followers tahu tempat usaha yang membuka pekerjaan dan berminat untuk mencoba bekerja sesuai dengan apa yang di informasikan di postingan dan di dalam postingan info lowongan pekerjaan tersebut @JOGJALOWKER menambahkan caption atau catatan ‘share & tag temen-temenmu untuk bekerja’ dan info kontak diri ,hal inilah yang membuat penulis tertarik dikarenakan adanya tagline yang mengandung unsure ajakan selain itu @JOGJALOWKER adalah portal informasi pekerjaan dengan jumlah kiriman dan pengikut yang terbanyak di Yogyakarta .

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana pengaruh postingan dalam media sosial instagram terhadap Minat Kerja (*survei followers* akun instagram @JOGJALOWKER 2017).

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh posting @JOGJALOWKER di instagram terhadap dan minat kerja followers.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan, gambaran dan informasi akan pengaruh posting @JOGJALOWKER di instagram terhadap informasi lowongan kerja dan minat kerja di lingkungan masyarakat. Diharapkan pihak-pihak tersebut dapat melakukan analisis berdasarkan kajian yang lain, yang lebih mendalam dan luas sehingga akan memperkaya dan memperluas khazanah penelitian. Selain itu, para peneliti media massa yang akan datang hendaknya menganalisa jenis media sosial lainnya dengan lebih cermat dan mendalam, agar hasil penelitian tersebut dapat dibandingkan dengan hasil penelitian mengenai pengaruh posting @JOGJALOWKER di instagram terkait adanya minat kerja.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya,

khususnya yang berkaitan dengan media sosial. Maka hasil analisis pengaruh posting @JOGJALOWKER di instagram terhadap minat followers dalam bekerja diharapkan akan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan penelitian mengenai perkembangan media sosial

E. KERANGKA TEORI

1. Telaah Pustaka

Penelitian sebelumnya melakukan telaah pustaka untuk menambah kajian dan referensi penelitian. Tujuan telaah pustaka untuk menemukan keyakinan posisi-posisi penelitian yang sedang dilakukan antara penelitian penelitian yang lain yang sudah ada sebelumnya, sambil mengemukakan catatan-catatan kritis terhadap penelitian yang sudah ada, baik berkenaan dengan prosedur penelitian maupun pendekatan-pendekatan yang digunakan. (Pawito 2007:82).⁷ Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait dengan pengaruh media:

Tabel 2 Rose Mareta (2010)

1	Judul	Pengaruh Penggunaan Internet Sebagai Media Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negri
----------	--------------	--

⁷ Pawito. (2007). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.

		Yogyakarta Angkatan 2010
	Penulis	Rose Mareta,2012. Pendidikan Administrasi, Universitas Negeri Yogyakarta
	Kontribusi Pada Penelitian	Menjadi refrensi bagi penelitian dalam menentukan langkah-langkah penelitian mengenai pengaruh penggunaan terhadap prestasi ada kaitanya terhadap minat serta sebagai sumber refrensi.
	Hasil	Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif penggunaan internet sebagai media belajar terhadap prestasi belajar mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negri Yogyakarta 2010.Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk variable prestasi belajar mahasiswa ke kategori sedang, dan variable untuk penggunaan internet sebagai media belajar termasuk kategori sedang. Pola antar variable berbentuk linear
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menekankan pada pengaruh penggunaan internet terhadap prestasi belajar mahasiswa sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menekankan pada pengaruh

		posting lowongan pekerjaan pada akun di instagram. Selain itu perbedaan penelitian terdahulu memfokuskan penelitian pada prestasi belajar mahasiswa serta pengaruhnya yaitu media internet . sedangkan penelitian peneliti terfokus pada posting @JOGJALOWKER dan pengaruhnya terhadap informasi lowongan kerja dan minat kerja.
--	--	--

Dalam penelitian tersebut jelas dapat diketahui bagaimana suatu media belajar internet dapat mempengaruhi dan menjadi salah satu aspek penting guna menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa untuk meningkatkan prestasi belajar. Studi perbandingan yang dilakukan menunjukkan media internet memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengaruh terhadap prestasi belajar setelah memanfaatkan penggunaan media belajar internet .

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan adanya postingan foto di media sosial instagram yang ingin mengetahui serta dapat menjelaskan bagaimana pengaruhnya terhadap minat followers untuk bekerja. Penelitian terdahulu dimaksudkan sebagai acuan dan diharapkan dapat membantu penelitian yang peneliti lakukan.

Tabel 3 Penelitian Ayuna Firstanty (2017)

1	Judul	Efektivitas Akun Instagram @exploregunungkidul Terhadap Motivasi Wisatawan Berkunjung Di Daerah Gunungkidul .
	Penulis	Ayuna Firtsanty, 2017. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
	Kontribusi Pada Penelitian	Menjadi refrensi bagi penelitian dalam menentukan langkah-langkah penelitian mengenai pengaruh tayangan terhadap minat/motivasi serta sebagai sumber refrensi.
	Hasil	Hasil penelitian ini adalah adanya postingan wisata di akun @exploregunungkidul yang meliputi jangkauan, aksebilitas, penggunaan, aktualitas, dan tetap berpengaruh terhadap motivasi wisata yang meliputi motivasi fisik, motivasi interpersonal, motivasi cultural dan motivasi harga diri.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menekankan pada pengaruh tayangan dari akun @exploregunungkidul terhadap motivasi untuk berkunjung sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menekankan pada pengaruh

		posting lowongan kerja pada minat kerja dimana dilakukan <i>survei</i> terhadap followers aktif pengikut akun @JOGJALOWKER. Selain itu perbedaan penelitian terdahulu memfokuskan penelitian pada motivasi berkunjung sedangkan penelitian peneliti terfokus pada posting @JOGJALOWKER dan pengaruhnya terhadap minat kerja <i>survei</i> terhadap followers.
--	--	---

Dalam penelitian tersebut jelas dapat diketahui bagaimana suatu tayangan atau postingan instagram dapat mempengaruhi dan menjadi salah satu aspek penting guna menjadi daya tarik tersendiri bagi pengikut atau followers. Studi perbandingan yang dilakukan menunjukkan tayangan atau postingan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengaruh terhadap motivasi pengunjung untuk berkunjung di Gunungkidul.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan adanya postingan foto di media sosial instagram yang ingin mengetahui serta dapat menjelaskan bagaimana pengaruhnya terhadap minat followers untuk bekerja . Penelitian terdahulu dimaksudkan sebagai acuan dan diharapkan dapat membantu penelitian yang peneliti lakukan.

2. Media Baru (New Media)

Media baru atau istilah populer dikenal dengan new media merupakan hal yang sangat umum dikenal masyarakat di era digitalisasi ini, namun meski sudah menjadi hal umum masih banyak masyarakat yang mengartikan bahwa media baru sebagai program televisi yang terbaru, film terbaru dan berbagai entertainment lainnya. Tapi hal tersebut bukan dari pengertian dari media baru atau new media.

New media telah tumbuh dan berkembang seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dan masyarakat mengikuti arus perkembangan tersebut tentu hal ini membawa dampak baik dan buruk di setiap aspeknya. John Vivian dalam *Cyber Media* menjelaskan keberadaan media baru seperti internet melampaui pola-pola penyebaran pesan media tradisional: hal ini didukung dengan adanya sifat internet yang bisa berinteraksi, mengamburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan hal yang penting adalah dapat dilakukan secara real time.⁸

Dalam menyelaraskan dan untuk memberitahu bagaimana perbedaan antara media lama (konvensional) dan media baru ada ciri-ciri yang membedakan dari segi perspektif pengguna, yaitu:⁹

1. Playfulness: digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.
2. Autonomy: seorang pengguna dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independent terhadap sumber.

⁸ Rulli Nasrullah, *Cyber Media* Yogyakarta : IDEA Press , 2013, 17.

⁹ Denis Mc.Quail, *Teori Komunikasi Massa* MsQuail edisi 6, Jakarta: Salemba Humanika, 2010, 144.

3. Sosial presense (Socialbility): dialami oleh pengguna, sense personal contact dengan orang lain ciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.
4. Privacy: diasosiasikan dengan penggunaan medium dan/atau isi yang dipilih.
5. Interactivity: diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap 'tawaran' dan sumber/pengirim (pesan)
6. Personalization: tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik .

3 Sosial Media (Media Informasi Baru)

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet. Menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan editor sebagaimana media massa.¹⁰ Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi diproduksi,

¹⁰ Rulli Nasrullah, Media Sosial : Perpektif komunikasi budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015, 11.

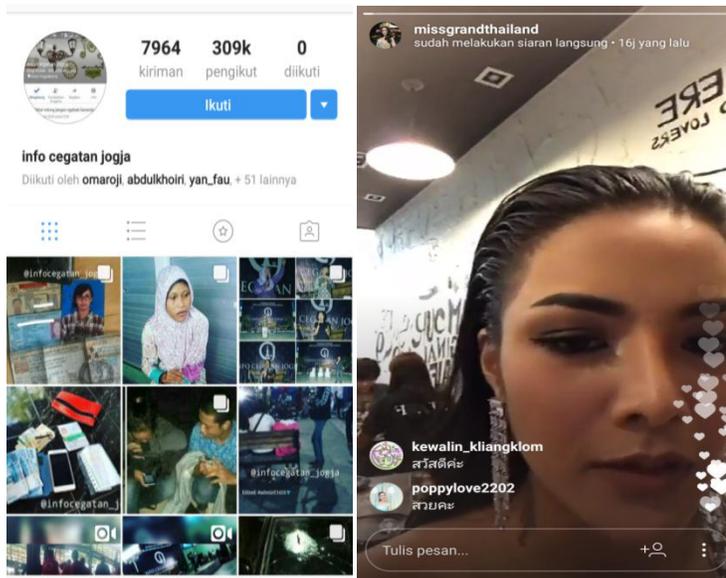
dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas yang bernilai.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang khusus antara lain:¹¹

1. Jangkauan (reach): daya jangkauan sosial media dari skala kecil hingga khalayak global
2. Aksesibilitas (accessibility): sosial media lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya terjangkau .
3. Penggunaan (usability): sosial media relative mudah digunakan karena tidak memerlukan ketrampilan dan pelatihan khusus .
4. Aktualitas (immediacy): sosial media dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
5. Tetap (permanence): sosial media dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah untuk melakukan proses pengeditan .

Indonesia sebagai negara yang pengguna internet cukup tinggi dan penggunaan internet tersebut mendapat sumbangan besar dari penggunaan sosial media sebagai salah satu bentuk penggunaan jaringan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya ruang-ruang aktivitas penggunaan media baru dijadikan sebagai bahan memperoleh informasi ataupun menyalurkan ide-ide ,dengan ciri khas media sosial yang memiliki cakupan luas untuk berinteraksi dan tentunya secara real time .

¹¹ Iklima Kautsar, Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran, Skripsi fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.



Gambar 1: Media sosial instagram yang dijadikan portal info terkini Jogja dan fitur live streaming instagram menjadikan komunikasi dan memperoleh informasi semakin mudah.¹²

Melihat pertumbuhan pengguna internet, dapat kita lihat bagaimana aktivitas atau kegiatan yang dilakukan masyarakat dengan penggunaan internet selain membuka situs online barang/jasa, mengirim dan menerima email, dan adapula masyarakat yang memanfaatkan dengan membuka portal berita online, tentu hal yang menjadi pokok besar kegiatan internet adalah penggunaan sosial media.

¹² Instagram Info cegatan Jogja https://www.instagram.com/infocegiatan_jogja dan Miss Grand Thailand <https://www.instagram.com/missgrandthailand/> Diakses 06 Juli 2017

4. Minat Kerja

4.1 Pengertian Minat Kerja

Menurut Widyastuti menyatakan minat adalah keinginan yang di dorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati, dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkan.¹³

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2005:554) “kerja diartikan sebagai kegiatan untuk melakukan sesuatu yang dilakukan atau diperbuat dan sesuatu yang dilakukan untuk mencari nafkah, mata pencaharian”¹⁴. Kerja juga dapat diartikan sebagai suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan kelangsungan hidup.

Dari pengertian minat dan kerja diatas dapat disimpulkan pengertian minat kerja adalah sesuatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan atas kesadaran diri sendiri untuk merasa senang dan suka terhadap aktivitas tersebut yang bertujuan untuk memperoleh memperoleh kepuasan, status dan imbalan ekonomi, dan financial untuk memenuhi kebutuhan dan kelangsungan hidup.

¹³ Suryaningsum Widyastuti dan Juliana.. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi. Simposium Nasional Akuntansi VII Denpasar. 2004,320.

¹⁴ Hasan Alwi, dkk.. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005.554.

Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal, yang dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas atau tindakan. Menurut Slameto (2010:180) menguraikan taraf pertumbuhan minat, sebagai berikut:

- 1) Timbulnya minat, minat yaitu adanya sesuatu yang diminati, adanya harapan yang menyenangkan dan bermanfaat.
- 2) Timbulnya perhatian, yang berarti bahwa dalam benak atau tingkah lakunya mencari ketenangan tentang pesan atau informasi yang diterimanya itu karena menarik.
- 3) Timbulnya keinginan, adanya keinginan agar pesan atau informasi itu bermanfaat dan ingin memilikinya.
- 4) Keinginan kemudian disusul dengan pertimbangan mengenai manfaat baik tidaknya bilamana menerima pesan atau informasi tersebut dan melaksanakannya.
- 5) Taraf akhir, penerimaan pesan atau informasi dan manfaatnya dalam menimbulkan hasil.

Menurut Hurlock dalam Effendy (2003: 5) bahwa minat adalah suatu dorongan yang ada dalam diri individu untuk melakukan apa yang diinginkan dan melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan dan mendatangkan kepuasan, maka dibuatlah aspek-aspek dari minat yaitu:

- 1) Aspek kognitif, berhubungan dengan pikiran, pengetahuan dan penalaran.
Sehingga komunikasi dalam hal ini followers yang tadinya tidak tahu atau

tidak mengerti dapat menjadi tahu atau mengerti informasi lowongan kerja dan menimbulkan minat .

- 2) Aspek afektif, berkaitan dengan perasaan suka atau tidak suka. Komunikasi tidak hanya sekedar mengetahui tetapi juga dapat menimbulkan perasaan tertentu.
- 3) Aspek konatif, berkaitan dengan niat, minat, tekad, usaha dan upaya yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan

Minat dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan yang timbul untuk melakukan kerja dalam penelitian ini tindakan pelamaran dan menanyakan pekerjaan setelah melihat postingan yang ada di @JOGJALOWKER .

4.2 Indikator Minat Kerja

Menurut Hurlock dalam prima (2010:11) Minat kerja seseorang individu dapat diukur dalam beberapa hal diantaranya:

- 1) Ekonomi.

Ekspektasi pendapatan juga mempengaruhi minat seseorang dalam bekerja Adanya portal informasi lowongan kerja di @JOGJALOWKER yang memberikan informasi kerja yang tentunya bisa dilakukan bukan hanya untuk yang sudah siap kerja namun juga bisa dilkukan oleh mahasiswa , faktor ekonomi untuk menambah pesangon atau biaya dan kebutuhan hidup selama kuliah menjadikan faktor minat untuk bekerja .

2) Pendidikan.

Akun @JOGJALOWKER memberikan informasi yang tidak terbatas untuk mahasiswa atau mereka yang sarjana namun untuk mereka yang tidak mengenyam pendidikan tinggi SMA atau dibawah itu @JOGJALOWKER juga ada informasi untuk mereka yang tidak menempuh atau berstatuskan sarjana, sehingga minat kerja cukup besar dari informasi @JOGJALOWKER .

3) Tempat

Lokasi dalam bekerja. Pemilihan lokasi sangat besar memberikan pengaruh terhadap minat kerja. @JOGJALOWKER juga memberikan informasi lengkap mengenai tempat dan alamat tempat lokasi kerja serta menautkan alamat sosial medinya, sehingga followers dapat melihat dan menggambarkan lokasi dan diskripsi pekerjaan dilakukan .

5. Metode Penelitian

5.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini penulis meneliti beberapa aspek seperti akun instagram @JOGJALOWKER, *followers* pada akun tersebut, dan aspek sikap *followers* pada akun tersebut. Untuk mendapatkan atau mengukur beberapa aspek tersebut tentunya dibutuhkan data-data dari responden penelitian. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *survei*. Dalam mengumpulkan datanya peneliti menggunakan kuesioner/angket. Pengumpulan data dengan kuesioner merupakan cara yang tepat untuk penelitian kuantitatif, kuesioner sendiri diartikan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁵ Penelitian korelatif merupakan jenis penelitian ini yang artinya sebab akibat. Penelitian ini tentunya melibatkan dua fenomena atau lebih dan tentunya melibatkan statistik.

5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis korelasional.¹⁶ Metode deskriptif adalah metode penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal

¹⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND, Bandung : Alfabeta, 2010, 80.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta : Rineka Cipta, 2010, 160.

lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.¹⁷ Metode korelasi adalah metode pertautan atau metode penelitian yang berusaha menghubungkan-hubungkan antara satu unsur/elemen dengan unsur/elemen lain untuk menciptakan bentuk dan wujud baru yang berbeda dengan sebelumnya.¹⁸ Metode deskriptif korelasional dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh postingan akun sosial media instagram @JOGJALOWKER terhadap minat kerja followesnya.

5.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Periode penelitian yang dilakukan yaitu Juli-November 2017. Data yang disebar dalam bentuk kuesioner membutuhkan waktu 1 minggu dari tanggal 2-9 Oktober 2017. Penelitian ini menggunakan cara penyebaran kuesioner secara random atau acak kepada *followers* aktif akun instagram @JOGJALOWKER.

5.4 Definisi Konsep

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel,yaitu postingan instagram akun @JOGJALOWKER berupa informasi lowongan kerja sebagai variabel bebas dan minat kerja berupa dampak postingan terhadap followers akun @JOGJALOWKER sebagai variabel terikat.

¹⁷ Ibid ,3.

¹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND,Bandung : Alfabeta, 2010,87.

A. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas diartikan sebagai variable yang mempengaruhi variable terikat. Pada penelitian ini variable bebas adalah akun instagram @JOGJALOWKER. Variabel bebas yang dimaksud akun @JOGJALOWKER yang berisi tentang informasi lowongan kerja untuk daerah Yogyakarta meliputi beberapa aspek yang mendukung variable ini diantaranya :

- 1) Unggah foto adalah proses mengirim file yang tersimpan dari komputer lokal ke komputer sistem jaringan Internet. Dalam aspek ini, posting foto atau file dalam akun @JOGJALOWKER di instagram dapat berpengaruh terhadap minat followers dalam bekerja. Dengan indikator yang diukur yaitu setelah melihat posting foto tersebut dapat menimbulkan rasa suka, rasa ingin bekerja, memberi rujukan kerja dan menambah refrensi lowongan pekerjaan.
- 2) Publikasi kegiatan sosial/hashtag (#) adalah tanda pagar yang bisa mengelompokan suatu pesan dalam media sosial. Sehingga pesan yang mengandung tanda pagar dapat dengan mudah dicari/ditemukan. Dengan indikator yang diukur yaitu apakah melalui tanda pagar/hashtag dapat mempermudah dalam mencari tempat dan jenis pekerjaan. Akun @JOGJALOWKER menggunakan tagar antara lain : #JOGJALOWKER, #lowkerjogja, #lowongankerja, #lowongankerjajogja, #jobfair, #job, #jobfaireveryday.

- 3) Tanda suka/like adalah penanda bagi akun yang menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Dengan indikator yang diukur yaitu mengetahui jumlah ketertarikan/suka dan tidak suka terhadap foto atau file yang diunggah di akun @JOGJALOWKER.
- 4) Keterangan foto/caption adalah kejelasan pesan atau informasi yang terkandung dari foto yang telah di posting. Dengan indikator yang diukur yaitu tingkat pemahaman terhadap keterangan foto/caption dan dari keterangan foto/caption tersebut dapat menimbulkan minat kerja.

Aspek aspek yang didukung oleh variabel X adalah berupa proses informasi yang di unggah @JOGJALOWKER untuk memberikan informasi lowongan kerja berdasarkan format Instagram . Instagram sendiri merupakan salah satu bentuk media sosial yang memiliki karakteristik khusus yaitu Jangkauan (reach) aktualitas (immediacy) aksesibilitas (accessibility), penggunaan (usability), dan tetap (permanence).Akun @JOGJALOWKER dalam memberikan informasi lowongan kerja memenuhi karakteristik media sosial tersebut. Sehingga unsur tersebut dijadikan variabel X independen.

B. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat kerja. Minat kerja sendiri merupakan hasil atau efek dari postingan instagram @JOGJALOWKER terhadap pengikutnya dimana berupa perasaan suka dengan memberikan fitur like, menanyakan

detail pekerjaan hingga tindakan melamar kerja. Minat sendiri dipengaruhi tiga aspek yaitu aspek kognitif berkaitan pengetahuan, aspek afektif berkaitan dengan suka atau tidak, dan aspek konatif berupa tindakan. Ketiga aspek ini dijadikan variabel Y atau variabel dependen.

5.5 Definisi Operasional

Definisi operasional yang dilakukan peneliti adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati. Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2008) merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.¹⁹ Sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena . Dengan adanya definisi operasional ini bertujuan agar agar memberikan batasan variabel dengan penelitian sehingga penelitian dapat diukur sesuai dengan parameter yang dipakai. Definisi operasional dalam penelitian ini, peneliti sajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

¹⁹ Sugiyono, (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Tabel 4 Variabel X dan Y

Variabel	Definisi Operasional	Nomer Pertanyaan Kuesioner
1.Variabel Independen X	Jangkauan yang dicapai oleh	
a. Jangkauan (reach)	media sosial instagram terkait fungsi penyebaran informasi.	9
b. Aktualitas (immediacy)	Informasi yang didapat dari akun @JOGJALOWKER.	13 & 14
c. Penggunaan (usability)	Fungsi dari media sosial dan membuat media sosial lebih efektif	11 & 12
d. Aksebilitas (acesbility)	Media sosial instagram mempunyai akses yang mudah	10
e. Tetap (permanence)	Menggunakan tanda atau fitur yang ada di Instagram	15,16 & 17
2.Variabel Dependen Y	Indikator mempengaruhi :	18,19 &
a. Aspek kognitif	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengetahuan responden terhadap lowongan kerja di akun 	20

	<p>@@JOGJALOWKER.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui lebih banyak jenis pekerjaan khususnya di Yogyakarta dan Jawa Tengah. • Pemahaman pada keterangan foto/caption dari foto yang telah diunggah. 	
<p>b. Aspek afektif</p>	<p>Dengan indikator yang diukur, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesukaan responden akan info kerja yang diunggah. • Ketertarikan responden untuk melamar pekerjaan. 	<p>21,22 & 23</p>

c. Aspek konatif	Dengan indikator yang diukur, yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Responden melakukan tindakan yaitu melamar pekerjaa • menanyakan informasi tersebut lowongan kerja. 	24 & 25
------------------	---	---------

5.6 Definisi Operasional

1. Teknik Pengambilan Data

1) Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu populasi terbatas dan populasi tidak terbatas. Dalam penelitian ini, jenis populasi yang digunakan adalah populasi terbatas, yaitu populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif.²⁰

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah objek yang diteliti yaitu *followers* atau pengikut akun instagram @JOGJALOWKER yang berjumlah **136 ribu *followers* terdata dari tanggal 08 Juli 2017** . Peneliti dalam memilih sampel

²⁰ Asnawi dan Masyuri. Metodologi Riset Pemasaran, Malang: UIN Malang Press, 2011, 117.

yang digunakan akan acak atau menghubungi *followers* yang mengikuti akun instagram @JOGJALOWKER untuk memperoleh data, dengan langsung menghubungi *followers* riset yang dilakukan akan efektif dalam pelaksanaannya.

2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya, diambil sebagai sumber data penelitian.²¹ Pengertian lain Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.²²

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sample berdasarkan “penilaian” (judgment) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan sampel. Kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah :

- a. *Followers* akun instagram @JOGJALOWKER.
- b. Pernah like atau komen postingan akun @JOGJALOWKER

²¹ Ibid,117.

²² Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013, 30.

c. Dan tinggal dilingkungan Provinsi D.I Yogyakarta

Rumus ukuran sampel menurut Siregar ditentukan berdasarkan pada pendapat Slovin dengan formula sebagai berikut:²³

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah populasi.

e = Prosentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 10%.

$$n = \frac{136.000}{(1+136.000(0,1)^2)}$$

$$= \frac{136.000}{1+1360}$$

$$= \frac{136.000}{1361}$$

$$= 99,92 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

1361

²³ *Ibid*,34.

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99,9 dan dibulatkan menjadi 100 *followers*. Sampel yang menggunakan rumus Slovin ini mewakili populasi yaitu followers @JOGJALOWKER karena responden berada di lingkungan D.I Yogyakarta selama penelitian berlangsung dan perlu diketahui @JOGJALOWKER adalah akun lowongan kerja daerah Yogyakarta .

5.7 Teknik Pengambilan Data

Dalam mengumpulkan data yang ada di lapangan, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *survei*. Untuk jenis data ada 2, yaitu :

1) Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama (sumber utama), misalnya dari individu atau perseorangan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan metode angket (kuesioner). Metode angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis oleh peneliti untuk disampaikan untuk diisi oleh responden. Jadi data primer adalah data yang didapat dari jawaban responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yakni angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami responden sendiri . Adapun semua jawaban alternatif jawaban sudah tertera pada angket tersebut .Penelitian ini menggunakan angket yang telah

disusun berdasarkan skala likert, karena skala likert memang digunakan untuk mengukur sikap. Skala likert menurut Sugiyono adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²⁴ Kategori jawaban dalam skala likert ini adalah :

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju : 4
- Netral : 3
- Tidak Setuju : 2
- Sangat Tidak Setuju : 1

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau pemrosesan dari data primer. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai sumber bacaan, diantaranya adalah buku, jurnal, koran dan media informasi lainnya yang menyangkut kajian penelitian yaitu posting @JOGJALOWKER dan minat kerja *followers*.

²⁴ Eriyanto, Analisis Framing, Yogyakarta: Lkis Yogyakarta, 2007, 93.

5.8 Teknik Analisis Data (Uji Instrumen)

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner.²⁵ Uji validitas dapat dilihat dengan nilai total *Bivariate Correlation Pearson* r hitung lebih besar daripada r tabel. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan jumlah data responden (n) = 100 responden, r tabel 0,195 dan dengan taraf signifikansi 0,05. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 21.0 *for Windows*.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

NO	Variabel		r hitung	r tabel	Ket
1	Postingan Instagram (X)	Butir 1	0,452	0,195	Valid
		Butir 2	0,501	0,195	Valid
		Butir 3	0,556	0,195	Valid
		Butir 4	0,702	0,195	Valid
		Butir 5	0,652	0,195	Valid
		Butir 6	0,557	0,195	Valid
		Butir 7	0,607	0,195	Valid
		Butir 8	0,690	0,195	Valid
		Butir 9	0,502	0,195	Valid
2	Minat Follower (Y)	Butir 1	0,682	0,195	Valid
		Butir 2	0,719	0,195	Valid
		Butir 3	0,625	0,195	Valid
		Butir 4	0,624	0,195	Valid
		Butir 5	0,754	0,195	Valid
		Butir 6	0,709	0,195	Valid
		Butir 7	0,694	0,195	Valid
		Butir 8	0,688	0,195	Valid

Sumber: data primer diolah 2017

²⁵ Ibid, hlm:45.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel postingan instagram dan minat follower mempunyai hasil r hitung lebih besar daripada r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada ke dua variabel tersebut valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator-indikator konstruk yang telah melalui validitas, dan dinyatakan valid. Program IBM SPSS 21.0 memberikan fasilitas untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 , walaupun nilai $0.60 - 0.70$ masih dapat diterima .

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variabel		<i>Cronbach Alpha</i>	Ket
1	Postingan Instagram (X)	Butir 1	0,740	Reliabel
		Butir 2	0,733	Reliabel
		Butir 3	0,729	Reliabel
		Butir 4	0,700	Reliabel
		Butir 5	0,709	Reliabel
		Butir 6	0,726	Reliabel
		Butir 7	0,719	Reliabel
		Butir 8	0,701	Reliabel
		Butir 9	0,763	Reliabel
2	Minat Follower (Y)	Butir 1	0,819	Reliabel
		Butir 2	0,814	Realibel
		Butir 3	0,829	Reliabel
		Butir 4	0,827	Realibel
		Butir 5	0,808	Reliabel
		Butir 6	0,821	Reliabel
		Butir 7	0,818	Reliabel
		Butir 8	0,821	Reliabel

Sumber: data primer diolah 2017

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai koefisien Alpha lebih dari 0,70. Dengan begitu dapat disimpulkan semua butir-butir variabel penelitian tersebut adalah reliabel dan dapat di gunakan sebagai instrumen penelitian.

5.9 Metode Analisis Data

Analisis statistik akan dilakukan setelah data telah terkumpulkan. Dan data yang telah terkumpul akan diolah dan dilakukan uji normalitas, uji linearitas dan analisis regresi sederhana.

1) Uji Linearitas

Tujuan dari uji linearitas ini untuk mengetahui garis regresi antara variabel X dan Variabel Y membentuk garis linear atau tidak. Jika membentuk garis linear maka regresi boleh dilanjutkan atau perhitungan selanjutnya boleh dilakukan. Dikatakan linear jika: nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, data dikatakan tidak linear jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 .

2) Uji Normalitas

Analisis Kolomogrov-Sminorv adalah cara untuk melakukan analisis uji normalitas . Dalam uji normalitas ini untuk mengetahui distribusi variabel tersebar secara normal atau tidak. Uji normalitas mempunyai patokan nilai signifikan hasil perhitungan $> 0,05$ maka dinyatakan penelitian tersebut normal dan jika $< 0,05$ maka distribusi tidak normal.

3) Analisis Regresi Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis linier digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent

(variabel Y) , nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada periode waktu sebelumnya. Model persamaan regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut: ²⁶

$$Y = a + bX$$

Keterangan Rumus :

- Y : Subjek variabel terikat yang diprediksi.
- a : Harga Y ketika X = 0 (harga konstan)
- B : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan maupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis menurun .
- X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu .

5.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Pengertian lain

²⁶ M.A.Morissan,Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Kencana. Prenada Media, 2010,401-402.

hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.²⁷ Setelah melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat benar atau salah, dapat di terima atau di tolak. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

a) Hipotesis Kerja (Ha) : hipotesis alternatif/kerja

b) Hipotesis Nol (Ho) : hipotesis no/statistik

Ha : terdapat pengaruh positif dan signifikan antara

akun instagram @JOGJALOWKER terhadap minat kerja *followers*.

Ho : tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara

akun instagram @JOGJALOWKER dengan minat kerja *followers*.

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian . Uji hipotesis dilakukan dengan melihat t. Jika t- hitung < t-tabel maka Ho diterima. Dalam penelitian ini menggunakan kesalahan 5% dan jumlah subyek (N) 100 % sehingga t tabelnya adalah 1,660.

²⁷ *Ibid*, hlm:64

5.11 Desain Penelitian

Berkembangnya pengetahuan terutama teknologi komunikasi dan informasi membentuk pola manusia semakin terdepan. Dengan beragam media yang muncul tanpa ada mengenal ruang dan waktu. Ciri khas utama adalah bagaimana orang dapat terhubung satu sama lain tanpa berpindah tempat namun dapat terhubung bukan hanya antar personal namun juga secara luas. Bertumbuh kembangnya media dapat membuat dampak atau kegunaan yang besar. Media efek tidak dapat dipungkiri untuk dihindari seiring perkembangan teknologi informasi komunikasi dan meningkatnya kebutuhan informasi. Dampak media ini menjadikan individu menjadi aktif atau pasif dalam menerima pesan media. Berkembangnya media informasi dan komunikasi menjadikan individu harus lebih selektif untuk memilih media komunikasinya selain itu individu dituntut untuk dapat menyeleksi informasi yang diberikan media. Jenis kelamin, pendidikan, usia, status sosial dapat mempengaruhi pemilihan media sosial individu tersebut .

Informasi media gambar dan video elektronik yang saat ini terbilang diperlukan informasinya oleh masyarakat khususnya masyarakat Yogyakarta, yaitu informasi lowongan kerja Yogya . Akun instagram yang menyajikan informasi lowongan kerja menjadi hal yang harus diikuti pengguna sosial media instagram, terutama melihat pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta banyaknya pendatang untuk berlibur, mengenyam pendidikan menjadikan

banyak bidang usaha yang didirikan di Yogyakarta yang membutuhkan pekerja. Fenomena tersebut dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk membuat akun informasi lowongan kerja hal ini dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan dari pemasangan informasi tersebut, Banyak akun instagram tersebut yang mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Informasi lowongan kerja yang menjadi tema akun instagram mengikat informasi seputar lowongan kerja yang ada di Yogyakarta menariknya akun ini tidak hanya memberikan informasi pekerjaan untuk mereka yang bestatuskan sarjana saja, mulai dari kriteria tidak berpengalaman, lulusan sarjana ada di akun informasi lowongan kerja ini dari perusahaan berskala besar hingga warung-warung kopi juga hadir memberikan informasi lowongan kerja. Terlihat jelas pada akun @JOGJALOWKER dimana informasi yang diberikan beragam dan update, dan caption yang menjelaskan detail pekerjaan juga menarik. Akun @JOGJALOWKER memiliki followers terbanyak terhitung tanggal 03 Juli 2017 136 ribu disbanding dengan akun lain. Tentunya hal ini bisa menunjukan bahwa banyak masyarakat Yogyakarta tertarik pada akun ini.

Akun @JOGJALOWKER yang didirikan oleh Zainal Alim adalah akun paling menonjol dengan pengikut terbanyak dan like tanda suka yang banyak. Dengan adanya akun @JOGJALOWKER diharapkan dapat menarik minat khususnya minat kerja pengguna instagram sebagai followers. Pengguna

hanya mempelajari informasi yang diberikan jika menarik dan berminat lakukan tindakan suka,memberikan komentar,membagikan informasi ke pengguna lain dan melakukan tindakan lamaran .

Teori *Uses and Effects* dikaitkan dengan topik yang dibahas dengan judul “Pengaruh Postingan @JOGJALOWKER Terhadap Minat Kerja Followersnya.“ Teori ini menekankan bahwa bagaimana individu menggunakan media dan efek apa yang ditimbulkan dari penggunaan media tersebut. Setiap individu yang aktif menggunakan media pasti akan menimbulkan efek. Penggunaan media sosial khususnya instagram dalam akun @JOGJALOWKER,banyak faktor pendukung dalam postingan instagram @JOGJALOWKER yang membuat followers mengikuti akun ini untuk refrensi kerja.Contohnya : postingan informasi yang diberikan beragam dalam sehari berbeda-beda dan informasi tersebut benar adanya dengan detail informasi yang lengkap mulai dari perusahaan,alamat,posisi yang dibutuhkan hingga jadwal interview.Faktor-faktor tersebut dapat menimbulkan keinginan, motivasi atau minat untuk bekerja atau membagikan informasi tersebut ke pengguna lain yang membutuhkan refrensi kerja di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini peneliti hendak mengetahui bagaimana pengaruh postingan @JOGJALOWKER di instagram terhadap minat kerja followersnya di Yogyakarta,sehingga digambarkan dalam desain penelitian berikut :

