

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BARISTAJOB.JOGJA
SEBAGAI *MEDIA PLACEMENT* TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI
LOWONGAN PEKERJAAN DI BIDANG *FOOD AND BEVERAGE* DI
YOGYAKARTA**

**(Studi Kualitatif pada Akun Instagram @baristajob.jogja dalam Pemenuhan
Informasi Lowongan Pekerjaan di Bidang F&B Wilayah Yogyakarta)**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Johan Aris Sitorus

18071209

Dosen Pembimbing Akademik: Astri Wulandari, S.I.Kom., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

TAHUN 2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BARISTAJOB.JOGJA SEBAGAI
MEDIA PLACEMENT TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI LOWONGAN
PEKERJAAN DI BIDANG FOOD AND BEVERAGE DI YOGYAKARTA
(Studi Kualitatif pada Akun Instagram @baristajob.jogja dalam Pemenuhan Informasi
Lowongan Pekerjaan di Bidang F&B Wilayah Yogyakarta)**

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan

Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Univesitas Mercu Buana Yogyakarta

Oleh:

Johan Aris Sitorus

18071209

Mengetahui,

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Rani Dwi Lestari, S.Sos., M.A

NIDN. 0505028603

Dosen Pembimbing

Astri Wulandari, S.I.Kom., M.A

NIDN. 0514018801

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah Diuji dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi


Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

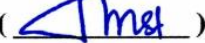
Universitas Mercu Buana Yogyakarta


Pada Hari : Kamis

Tanggal : 12 Januari 2023

Dewan Penguji:

Ketua : Astri Wulandari, S.I.Kom., M.A ()
NIDN. 0514018801

Penguji I : Kristina Andryani, S.Sos., M.I.Kom ()
NIDN. 0514018301

Penguji II : Dr. St. Tri Guntur Narwaya, S.Sos., M.Si ()
NIDN. 0506047401

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas

Mercu Buana Yogyakarta



Didik Haryadi Santoso, S.Kom.I., M.A

NIDN. 0506068801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Johan Aris Sitorus
NIM : 18071209
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 2 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



(Johan Aris Sitorus)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan berkah nya yang melimpah, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @baristajob.jogja sebagai *Media Placaement* Terhadap Pemenuhan Informasi Lowongan Pekerjaan di Bidang *Food and Beverage* di Yogyakarta”. Peneliti menyadari bahwa laporan ini terselesaikan dengan baik karena bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Agus Slamet, S.TP., M.P. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta
2. Bapak Didik Hariyadi Santoso., S.Kom.I., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta
3. Ibu Rani Dwi Lestari, M.A selaku KA Program Studi Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta
4. Ibu Astri Wulandari, S.I.Kom.,M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan kritik, masukan dan bimbingan untuk penyelesaian penelitian ini.

5. Dosen Penguji selama masa persidangan Seminar Proposal dan Seminar Hasil Ibu Kristina Andyani, S.Sos., M.I.Kom dan Bapak Dr. St. Tri Guntur Narwaya, S.Sos., M.Si
6. Seluruh jajaran dan para dosen dan *staff* sivitas akademik yang bernaung di Prodi Ilmu Komunikasi.
7. Semua pihak yang selama ini telah mendukung, berkat bantuan dan memberikan dorongan motivasi, yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tidak menutup kemungkinan atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi susunan dan penulisan laporan penelitian. Oleh karena itu kritik dan saran serta masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, para pembaca ataupun para peneliti yang menjadikan skripsi ini sebagai referensi karya penulisan berikutnya.

Yogyakarta, 24 Januari 2023



Johan Aris Sitorus

MOTTO

“Percaya pada pilihan - pilihan sulit, sebagaimana proses adalah hal yang perlu dicintai dan hasil adalah hal yang harus dinikmati. Teruslah berproses dan berjuang, sampai nilai paling mewah sebuah kesuksesan itu adalah perjuangan itu sendiri”

Johan Aris Sitorus

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Bitner Tua Sitorus dan Ibu Risma Barimbing tercinta atas segala bantuan, bimbingan, dorongan serta doa restu yang diberikan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga selama penyusunan skripsi.
2. Kakak Rina Adelia Sitorus dan Adik Brian Rickson Sitorus atas doa yang diberikan kepada penulis.
3. Saudara – saudari sepupu, keluarga besar Sitorus dan Barimbing penulis atas doa, dukungan dan harapan kepada penulis untuk menyelesaikan studi kuliah.
4. Untuk NIM. 18071131 terima kasih untuk selalu senantiasa memberi dukungan, dorongan, doa dan motivasi dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan studi kuliah penulis.
5. Teman – teman seperjuangan penulis, Aldi, Mars, Cemen, Bizurai, Hipji, Huda, Syam, Faisal, Lamro, Aan, Gang Sabo dan teman – teman Gadis Group terima kasih telah menjadi teman semasa studi penulis.
6. Teman – teman KKN dan kakak tingkat baik di dalam dan diluar Universitas selama perkembangan studi kuliah penulis.
7. Keluarga kecil perkopian penulis, Agil, Romy, Ruri, Jeje, Rere, Lopy, Alan dan teman – teman kopi yang lain yang selalu memberikan semangat untuk penulis.

8. Perusahaan dan teman – teman tempat penulis bekerja dan berkarya di Industri Kopi Yogyakarta, Landai Coffee, Belluga Kofein, Tilasawa Coffee, D’Konkrit dan Mayoni Coffee.
9. Seluruh teman – teman yang membantu penelitian penulis, Inggit admin akun Instagram @baristajob.jogja dan teman - teman yang menjadi sumber data penelitian penulis hingga selesai.
10. Dan seluruh teman - teman dan keluarga yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dari awal studi hingga kelancaran penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Abstrak

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BARISTAJOB.JOGJA SEBAGAI MEDIA PLACEMENT TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI LOWONGAN PEKERJAAN DI BIDANG FOOD AND BEVERAGE DI YOGYAKARTA

Johan Aris Sitorus

18071209

Perkembangan era saat ini menjadikan media sosial sebagai sarana tercepat, tepat dan efektif dalam pertukaran informasi. Mengikuti perkembangan teknologi secara digital dan mengedepankan kemudahan dalam pengaplikasiannya, media sosial diharapkan menjadi sarana atau wadah baru untuk manusia atau penggunaannya selalu terhubung melalui internet tanpa ada batasan jarak dan waktu. Mengantikan pola komunikasi dan pola bersosial yang sebelumnya menjadikan percepatan dan perputaran informasi yang beredar sangat cepat ketika dilakukan secara digital. Bersamaan dengan perkembangan era digital saat ini juga, tidak hanya mengubah cara manusia dalam berkomunikasi ataupun bertukar informasi, perkembangan ini juga membawa kebiasaan manusia untuk selalu terhubung dan menjadikan dunia kedua selain dunia asli, untuk saling merebut dan mengambil peran dalam dunia digital.

Termasuk ke dalam media sosial, Instagram saat ini menjadi *platform* media sosial terbesar di dunia saat ini. Menurut data dari NapoleonCat.com salah satu situs sosial media *marketing*, Indonesia menjadi pengguna aktif Instagram keempat di dunia setelah negara Brazil per Oktober 2022. Banyaknya pengguna ini juga menjadikan Instagram sebagai wadah atau peluang baru dalam mengambil peran di dunia digital. Ada beberapa pengguna yang sekedar penikmat aplikasi tersebut, sebagai pusat pemenuhan informasi pribadi hingga sebagai lahan usaha. Berkaitan dengan peran dan fungsi sosial media tersebut, penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @baristajob.jogja sebagai *Media Placement* Terhadap Pemenuhan Informasi Lowongan Pekerjaan di Bidang Food and Beverage di Yogyakarta” dimaksudkan untuk membahas salah satu peran di dunia digital yaitu sebagai *Media Placement* atau media promosi dan pemenuhan informasi lowongan pekerjaan bidang Industri *Food and Beverage* di Yogyakarta. Penelitian ini juga akan membahas bagaimana akun Instagram @baristajob.jogja mampu menjaga eksistensinya dalam aktivitas pengelolaan akun dari segi proses awal kegiatan promosi, penyebaran informasi lowongan pekerjaan hingga faktor – faktor yang mendukung akun Instagram @baristajob.jogja menjadi akun Instagram yang selalu digunakan pegawai - pegawai di Yogyakarta dalam mencari informasi lowongan pekerjaan di bidang Industri *Food and Beverage* di daerah Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manfaat media sosial pada akun Instagram @baristajob.jogja sebagai sebuah *Media Placement* terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *Food and Beverage* di Yogyakarta dan melihat faktor – faktor apa saja yang membuat akun Instagram @baristajob.jogja menjadi akun yang digunakan para

pegawai di Yogyakarta dalam mencari lowongan pekerjaan di bidang Industri *Food and Beverage* di daerah Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan metode ini, peneliti menjadikan *admin* akun Instagram @baristajob.jogja, pengguna jasa dan penerima informasi dari akun Instagram @baristajob.jogja sebagai subyek penelitian. Penelitian dilakukan melalui sebuah tahapan studi kasus, dan teknik pengolahan data dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, berdasarkan tahapan pengumpulan data sebelumnya dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh beberapa manfaat media sosial dan rangkaian proses awal kerjasama media promosi pada akun Instagram @baristajob.jogja sebagai sebuah Media *Placement* terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang Industri *Food and Beverage* di Yogyakarta. Penelitian ini juga mendapati kesuksesan dan faktor – faktor yang menjadikan akun Instagram @baristajob.jogja sebagai sumber informasi utama untuk memenuhi informasi lowongan pekerjaan di bidang Industri *Food and Beverage* di Yogyakarta bagi pengikutnya ataupun pencari lowongan pekerjaan di Industri *Food and Beverage* di Yogyakarta.

Kata kunci: *Instagram, @baristajob.jogja, Media Placement, Pemenuhan Informasi*

Abstract

UTILIZING INSTAGRAM @BARISTAJOB.JOGJA SOCIAL MEDIA AS A MEDIA PLACEMENT TO COMPLETE JOB VACANCY INFORMATION IN THE FOOD AND BEVERAGE FIELD IN YOGYAKARTA

The development of the current era makes social media the fastest, most precise and effective means of exchanging information. Keeping up with digital technology developments and prioritizing ease of application, social media is expected to become a new facility or platform for humans or their users to always be connected via the internet without any distance and time limitations. Replacing the previous patterns of communication and socializing made the acceleration and rotation of information circulating very fast when done digitally. Along with the current developments in the digital era, it has not only changed the way humans communicate or exchange information, this development has also brought about human habits to always be connected and make the world a second place apart from the original world, to seize each other and take roles in the digital world.

Included in social media, Instagram is currently the largest social media platform in the world today. According to data from NapoleonCat.com, a social media marketing site, Indonesia has become the fourth active user of Instagram in the world after Brazil as of October 2022. Many of these users also make Instagram a new platform or opportunity to take on a role in the digital world. There are some users who are just connoisseurs of the application, as a center for fulfilling personal information and as a business area. In connection with the role and function of social media, the research entitled "Utilization of Social Media Instagram @baristajob.jogja as Media Placement for Fulfillment of Information on Job Vacancies in the Field of Food and Beverage in Yogyakarta" is intended to discuss one of the roles in the digital world, namely as Media Placement. or promotional media and fulfillment of job vacancy information in the Food and Beverage Industry in Yogyakarta. This research will also discuss how the Instagram account @baristajob.jogja is able to maintain its existence in account management activities in terms of the initial process of promotional activities, the dissemination of job vacancy information to the factors that support the Instagram account @baristajob.jogja to become an Instagram account that is always used by employees - employees in Yogyakarta in seeking information on job vacancies in the Food and Beverage Industry in the Yogyakarta area.

The research method used is a qualitative research method with a descriptive approach. With this method, the researcher made the admin of the Instagram account @baristajob.jogja, service users and recipients of information from the Instagram account @baristajob.jogja as research subjects. The research was conducted through a case study stage, and data processing techniques with data reduction, data presentation and drawing conclusions, based on the previous data collection stages using interview, observation and documentation techniques. Based on the results of the research, several benefits of social media and a series of initial processes of media promotion collaboration on the Instagram account @baristajob.jogja are obtained as a Media Placement for fulfilling job vacancy information in the Food and Beverage Industry in Yogyakarta. This research also found success and factors that made the Instagram account @baristajob.jogja the main source of information to fulfill

job vacancies in the Food and Beverage Industry in Yogyakarta for followers or job vacancies seekers in the Food and Beverage Industry in Yogyakarta.

Keywords: *Instagram, @baristajob.jogja, Media Placement, Information Fulfillment*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
Abstrak.....	x
Abstract.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Akademis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Kerangka Konsep.....	10
F. Metodologi Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	14
2. Subjek Penelitian	14
3. Teknik Pengumpulan Data.....	15
4. Teknik Analisis Data.....	18
BAB II	21

LANDASAN TEORI.....	21
A. Penelitian Terdahulu	21
B. Kajian Teoritis	28
1. Instagram.....	28
2. <i>Media Placement</i>	34
3. Kebutuhan Informasi	35
BAB III.....	37
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	37
A. Sejarah.....	37
B. Logo.....	39
C. Jenis – Jenis Postingan pada Laman Akun Instagram @baristajob.jogja	40
1. <i>Feed</i> Instagram.....	40
2. <i>Story</i> Akun Instagram @baristajob.jogja.....	41
3. Laman <i>Reels</i> pada Akun Instagram @baristajob.jogja.....	42
4. Laman <i>Highlight</i> pada Akun Instagram @baristajob.jogja	43
BAB IV.....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Temuan Data.....	45
B. Analisis Pembahasan.....	61
1. Akun Instagram @Baristajob.jogja sebagai <i>Media Placement</i>	62
2. Akun Instagram @Baristajob.jogja sebagai Pemenuhan Informasi Lowongan Pekerjaan bagi pegawai di Bidang Food and Beverage di Yogyakarta.	72
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 - Data Daftar Aplikasi Terpopuler 2019 Versi Sensor Tower	5
Gambar. 2 - Laman Instagram Akun @baristajob.jogja	37
Gambar. 3 - Logo Akun Instagram @baristajob.jogja.....	39
Gambar. 4 - Laman Feed Akun Instagram @baristajob.jogja	40
Gambar. 5 - Laman Story Instagram @baristajob.jogja	41
Gambar. 6 Laman Reels Akun Instagram @baristajob.jogja.....	42
Gambar. 7 - Laman Highlight pada Akun Instagram @baristajob.jogja	43
Gambar. 8- Unggahan Lowongan Pekerjaan D'Konkrit pada @baristajob.jogja	50
Gambar. 9- Unggahan Lowongan Pekerjaan Jore Coffee pada @baristajob.jogja.....	53
Gambar. 10- Unggahan Lowongan Pekerjaan Tilasawa Coffee pada akun @baristajob.jogja	57
Gambar. 11- Unggahan Lowongan Pekerjaan pada Mayoni Coffee di akun @baristajob.jogja	60
Gambar. 12- Salah satu jeni informasi lowongan pekerjaan pada akun @baristajob.jogja	63
Gambar. 13- Aktivitas Akun Instagram @baristajob.jogja.....	70
Gambar. 14- Wawancara dengan Founder Akun Instagram @baristajob.jogja Inggit Mutmainah	89
Gambar. 15- Sesi Foto dengan Narasumber Inggit Mutmainah	89
Gambar. 16- Wawancara dengan Manajer Operasional Jore Coffee Chendri Yunan	90
Gambar. 17- Sesi Foto dengan Narasumber Chendri Yunan.....	90
Gambar. 18- Wawancara dengan Manajer Operasional D'Konkrit Gregorius Lopy ..	91
Gambar. 19- Sesi Foto dengan Narasumber Gregorius Lopy	91
Gambar. 20- Wawancara dengan Jobseeker Pengguna Akun @baristajob.jogja Fincal Aditya.....	92
Gambar. 21- Sesi Foto dengan Narasumber Fincal Aditya	92

Gambar. 22- Sesi Wawancara dengan Narasumber Sabrina Nisa 93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Founder dan Pemilik Akun @baristajob.jogja Inggit Mutmainah	89
Lampiran 2- Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Manajer Operasional Jore Coffee Chendri Yunan	90
Lampiran 3- Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Manajer Operasional D'Konkrit Coffee N Eatery Gregorius Lopy	91
Lampiran 4- Dokumentasi Sesi Wawancara Job Seeker Pengguna Akun @baristajob.jogja Fincal Aditya	92
Lampiran 5- Dokumentasi Sesi Wawancara Job Seeker Pengguna Akun @baristajob.jogja Nisa Sabrina.....	93
Lampiran 6- Interview Guide.....	94
Lampiran 7- Transkrip Wawancara	101

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan pesat, yaitu dengan hadirnya era *new media* (media baru). Secara sederhana istilah media baru ini merupakan perpaduan perkembangan teknologi komunikasi terbaru dengan basis teknologi digital. Sebagai makhluk sosial yang senantiasa haus akan komunikasi dengan manusia lainnya, dan juga tentang pemuasan informasi serta rasa ingin tahu, mengharuskan setiap manusia harus siap dengan perubahan dan pola komunikasinya. Perubahan ini mengubah kebiasaan dan cara berkomunikasi setiap pelakunya untuk saling bertukar informasi dalam perjalanan sosialnya. Dalam praktiknya, para pelaku dan pengguna komunikasi juga banyak memanfaatkan kehadirannya untuk mendukung proses komunikasi. Komunikasi secara individu, organisasi atau kelompok memiliki konsep yang sama dengan era media cetak dan elektronik, yaitu kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada target komunikasi atau penerima pesan yang telah disampaikan.

Media baru juga disebut *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui

jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro.¹ Pengertian mengenai *new media* lainnya yaitu *new media* yang ditekankan pada format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital yang sistem penyebarannya melalui jaringan internet.² Sedangkan menurut John Vivian dalam bukunya, media baru adalah perusahaan dan produk media baru yang muncul dari teknologi baru.³

Memasuki babak baru perkembangan teknologi informasi saat ini, salah satunya membawa dampak dalam komunikasi, yaitu internet. Perkembangan teknologi internet di Indonesia dimulai pada awal tahun 1990-an, dimana dikenal dengan nama paguyuban network. Paguyuban tersebut mengutamakan nilai kerjasama, kekeluargaan dan gotong royong antara para pelakunya. Whois ARIN dan APNIC mencatat protokol internet (IP) pertama dari Indonesia UI-NETLAB (192.41.206/24) didaftarkan oleh Universitas Indonesia pada 24 Juni 1988. RMS Ibrahim, Suryono Adisoemarta, Muhammad Ihsan, Robby Soebiakto, Putu, Firman Siregar, Adi Indrayanto, dan Onno W.⁴ Riset dari Data Reportal menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Angka ini

¹ Flew, T. 2008. *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Pers. Hal.3

² Syaibani, Yunus Ahmad, dkk. 2011. *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar : Lindu Pustaka. Hal. 6

³ Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana. Hal.15

⁴ <https://ipasmanda3.blogspot.com/2013/10/sejarah-internet-indonesia-sejarah.html?m=0> diakses pada tanggal 22 April 2022

meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021.⁵ Hal ini membuktikan bahwa perkembangan dan penggunaan internet di Indonesia memiliki nilai presentase yang tinggi seiring dengan pola gaya hidup dan perilaku masyarakat yang beralih menjadi serba online.

Dengan maraknya penggunaan Internet, teknologi media sosial juga mulai mencuat di Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2012, kurang lebih 63 juta masyarakat Indonesia terhubung dengan internet dan sebanyak 95 persen aktivitas yang mereka lakukan adalah membuka media sosial.⁶ Beragam macam informasi yang didapatkan pada media sosial juga memiliki dampak positif tersendiri, pengguna dapat dengan mudah mendapatkan beragam informasi hanya dengan mengulir jari pada ponsel pintar. Penggunaan media sosial juga semakin beragam, tidak hanya sebagai alat untuk mencari teman media sosial juga digunakan sebagai ajang sosialisasi hingga digunakan sebagai media promosi. Dalam media promosi inilah media sosial kini menjadi ladang bisnis yang menggiurkan, dan tak jarang banyak orang yang menggantungkan media sosial ini sebagai ladang mencari keuntungan dengan menjadi *social media specialist* atau *influencer*. Seperti media sosial Instagram yang saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh seluruh manusia di dunia ini,

⁵ <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022> diakses pada tanggal 22 April 2022

⁶ https://kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker diakses pada tanggal 22 April 2022

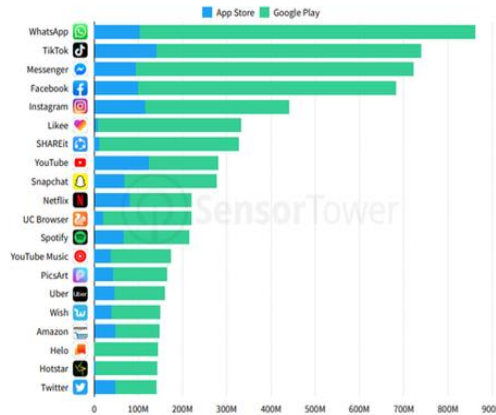
Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram.⁷ Berdasarkan sumber data yang didapatkan dari *play store* tahun per 22 April 2022 aplikasi Instagram telah mencapai 1 miliar lebih unduhan dan menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh ke dua setelah Tiktok.⁸ Berdasarkan riset terbaru Sensor Tower, jumlah unduhan pada aplikasi mobile di platform Android dan iOS meningkat 1,4% dibandingkan kuartal pertama 2021. Aplikasi dengan unduhan terbanyak diraih oleh aplikasi Tiktok dengan total mencapai 187 juta unduhan selama kuartal pertama 2022.⁹ Instagram berhasil menduduki peringkat kedua dengan lebih dari 165 juta unduhan selama Q1 2022. Laporan Sensor Tower menyebutkan bahwa jumlah instalasi Instagram menurun 7% dibandingkan kuartal sebelumnya.

⁷ [https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-
ini-deretan-fitur-canggihnya](https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya) diakses pada tanggal 22 April 2022.

⁸ Data unduhan Instagram pada *playstore* per 22 April 2022

⁹ [https://teknoread/1537458/tiktok-jadi-aplikasi-terbanyak-diunduh-dan-berpenghasilan-
tertinggi-2021/full&view=ok](https://teknoread/1537458/tiktok-jadi-aplikasi-terbanyak-diunduh-dan-berpenghasilan-tertinggi-2021/full&view=ok) diakses pada tanggal 22 April 2022

Top Apps



Gambar. 1 - Data Daftar Aplikasi Terpopuler 2019 Versi Sensor Tower

Penggunaan media sosial instagram juga sangat berperan dalam pemenuhan kebutuhan informasi, tak terkecuali pada informasi pencarian lowongan pekerjaan. Fenomena pencarian lowongan pekerjaan dengan menggunakan media sosial instagram sebagai *search engine*-nya juga sangat mempermudah para pencari lowongan pekerjaan. Beberapa pengguna akun instagram juga menjelma akunya menjadi pusat akun info lowongan pekerjaan yang tersebar di media sosial instagram. Penggunanya juga cukup memasukkan kata kunci di kolom pencarian yang telah disediakan untuk mencari info lowongan pekerjaan. Beberapa akun – akun pribadi juga sudah menjadi akun komunitas yang berbasis bisnis. Akun – akun yang konsisten dengan postingan seputar lowongan pekerjaan juga perlahan memiliki pengikut – pengikut yang membutuhkan informasi tersebut. Banyaknya jumlah pengikut pada akun juga menjadikan eksistensi akun yang berbeda sendiri di instagram, dari informasi yang terpercaya dan akurat hingga postingan yang selalu *up to date*. Kecepatan

informasi dan kebutuhan pegawai disetiap postingan juga dijadikan alat transaksi bisnis. Seperti akun @baristajob.jogja, salah satu dari beberapa akun di media sosial instagram yang menyediakan informasi seputar lowongan pekerjaan di bidang F&B (*Food and Beverage*) di wilayah Yogyakarta khususnya. Akun ini juga telah memiliki pengikut sebanyak 30 ribu dan 1.900 lebih postingan per April 2022.¹⁰

Menanggapi peran dan fungsi sosial media Instagram yang kian semakin penting dan ketergantungan kepada penggunanya, terhadap pemenuhan informasi pengetahuan dan tentang hal yang sedang terjadi dan tersedia di dunia internet. Dalam hal pemenuhan informasi seputar lowongan pekerjaan secara khusus, Instagram menjadi wadah yang tepat untuk menyebar dan menemukan informasi tersebut. Sebagai tempat bertemunya para pemberi informasi dan pencari informasi tersebut dalam sebuah akun khusus menjadikan informasi terkait informasi lowongan pekerjaan semakin mudah dijangkau. Melalui fenomena transformasi akun sosial media perorangan menjadi akun dengan segudang informasi tertentu, menarik perhatian peneliti untuk mencoba memahami setiap proses, pengaruh hingga sebab - akibat dari aktivitas yang terjadi tersebut.

¹⁰ <https://www.instagram.com/baristajob.jogja/> Diakses pada tanggal 22 April 2022

Seperti salah satu akun sosial media yang menyediakan informasi seputar lowongan pekerjaan dan kegiatan promosi yaitu akun Instagram @baristajob.jogja. Bagaimana awal ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian terhadap akun Instagram @baristajob.jogja berawal dari pengaruh akun tersebut secara khusus terhadap karir peneliti di Industri F&B, juga melihat banyak nya dampak dan manfaat akun Instagram @baristajob.jogja dalam membantu perusahaan – perusahaan F&B dalam mencari karyawan disegala jabatan hingga para pencari lowongan pekerjaan di Industri F&B.

Tidak hanya menyediakan informasi seputar lowongan pekerjaan, akun Instagram @baristajob.jogja juga melalui jenis konten yang dipetakan, menyediakan informasi tips, rekomendasi perusahaan F&B hingga informasi tentang *event – event* seputar dunia F&B seperti kompetisi barista, *coffee ride event*, *visit coffee* hingga promosi produk local yang berhubungan dengan Industri F&B. Sepanjang karir peneliti di Industri F&B khususnya di bidang Barista, peneliti juga melihat bagaimana akun Instagram @baristajob.jogja sangat berpengaruh kepada pegawai dan perusahaan tempat peneliti bekerja sebelumnya hingga pemilik perusahaan – perusahaan F&B yang pernah peneliti temui dan kunjungi, baik itu ketika pegawai dalam mencari lowongan pekerjaan hingga perusahaan yang terbantu melalui akun Instagram @baristajob.jogja dalam mencari pegawai atau karyawan baru dan mempromosikan perusahaannya.

Berdasarkan pemaparan peneliti di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Instagram @baristajob.jogja sebagai media Placement terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui manfaat akun Instagram @baristajob.jogja sebagai *media placement* dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya seputar informasi lowongan pekerjaan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari akun Instagram @baristajob.jogja terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan pekerjaan di wilayah Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas adalah:

“Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @baristajob.jogja sebagai *media placement* terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Pada rumusan masalah diatas, penulis memiliki tujuan:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram @baristajob.jogja sebagai *media placement* terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di Yogyakarta

2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat akun @baristajob.jogja menjadi akun yang digunakan para pegawai di wilayah Yogyakarta dalam mencari lowongan pekerjaan.

D. Manfaat Penelitian

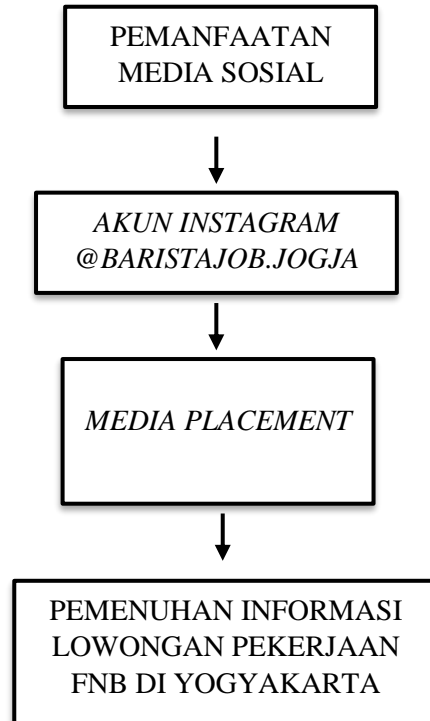
1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian tentang ilmu komunikasi, tentang pemanfaatan media sosial instagram @baristajob.jogja sebagai media placement terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di Yogyakarta

2. Manfaat Praktis

- a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu para pegawai di wilayah Yogyakarta khususnya dalam mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di wilayah Yogyakarta.
- b. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat menjadi pemahaman baru bagi peneliti maupun masyarakat sehingga mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam pemenuhan informasi mengenai lowongan pekerjaan.

E. Kerangka Konsep



Definisi Operasional:

Dalam suatu penelitian terdapat batasan-batasan operasional terhadap variabel-variabel dalam penelitian. Adanya definisi operasional juga untuk menghindari perbedaan penafsiran setiap elemen yang terdapat dalam penelitian ini. Sesuai dengan judul penelitian ini “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @baristajob.jogja sebagai *Media Placement* terhadap Pemenuhan Informasi Lowongan Pekerjaan di Bidang *Food and Beverage* di Yogyakarta”. Adapun definisi operasional yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Menurut Poerwadarminta, pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah

pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan.¹¹

- b. Media sosial mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.¹²
- c. Instagram adalah jejaring sosial berbasis gambar dengan menyediakan fitur berbagi gambar dan video secara online. Instagram lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram.¹³
- d. Akun Instagram @baristajob.jogja merupakan akun anonim yang memiliki beragam informasi mengenai lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* khususnya di wilayah Yogyakarta. Pada akun tersebut, terdapat 30 ribu pengikut dan 1900 lebih postingan pada akun tersebut per April 2022.¹⁴

¹¹ Poerwadarminta WJS. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka. 2002. Hal. 125

¹² Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. Hal.11

¹³ <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses pada tanggal 22 April 2022.

¹⁴ <https://www.instagram.com/baristajob.jogja/> diakses pada tanggal 22 April 2022

- e. Menurut Denis McQuail (2011) media baru atau *New Media* adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan awal perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin. Komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur.¹⁵
- f. *Media placement* adalah salah satu cara menyampaikan iklan dengan menggunakan suatu media sebagai wadahnya, seperti pada media cetak diantaranya majalah, koran hingga media elektronik seperti televisi, radio hingga *social media*.¹⁶
- g. Kebutuhan informasi merupakan sebuah keadaan yang terjadi dalam struktur kognisi seseorang yang dirasakan ada kekosongan informasi atau pengetahuan sebagai akibat tugas atau sekadar ingin tahu. Jika dilihat dari pengertian tersebut, maka arti kebutuhan informasi di sini tidak terbatas pada pengertian informasi, namun juga pengetahuan.¹⁷

¹⁵ Denis McQuail. 2011. Jakarta. Teori Komunikasi Massa McQuail, hal.148

¹⁶ <https://www.kaskus.co.id/thread/5cda6ca6a2d195371240f08c/apa-itu-media-placement/> diakses pada tanggal 22 April 2022

¹⁷ Yusuf, Pawit M. dan Priyo Subekti. (2010). Teori dan Praktiik Penelusuran Informasi. Jakarta: Kencana. Hal.68

F. Metodologi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terkait rumusan masalah tentang bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @baristajob.jogja sebagai *media placement* terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di Yogyakarta. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.¹⁸

Metode deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan dalam meneliti suatu kelompok manusia objek, kondisi atau suatu sistem pemikiran.¹⁹ Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling

¹⁸ Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal.18

¹⁹ Nazir, Moh. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal.43

lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedaalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.²⁰

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan peneliti lakukan adalah deskriptif kualitatif, yaitu dapat memahami bagaimana pemanfaatan media sosial akun @baristajob.jogja dalam pemenuhan informasi mengenai lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* khususnya di wilayah Yogyakarta. Proses pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dan observasi langsung. Peneliti dalam melakukan penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus untuk mencari tahu bagaimana situasi yang sebenarnya terjadi dan mengulik fakta yang ada untuk memperoleh data yang sebenarnya.

2. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini terdapat beberapa informan yang akan diwawancarai untuk kepentingan pengambilan data pada penelitiann ini. Salah satunya yaitu pada akun instagram @baristajob.jogja dimana peneliti akan mewawancarai pemilik akun tersebut yaitu seorang wanita yang bernama Inggit Mutia Mutmainah, yang merupakan warga yang berdomisili di Yogyakarta dan sudah menjalankan bisnis penyediaan jasa pada akun tersebut kurang lebih

²⁰ Rachmat Kriyanto, S.Sos, M. Si. Riset Komunikasi. 2006. Hal. 56

selama 4 tahun terakhir. Selain mewawancarai pemilik akun peneliti akan mewawancarai beberapa pengguna jasa baik dari segi perusahaan maupun pencari lowongan pekerjaan pada akun @baristajob.jogja. Dari pihak perusahaan atau pengguna jasa peneliti akan mewawancarai manager operasional dari beberapa *coffeshop* diantaranya Chendri Yunan dari Jore Coffee & Eatery dan Gregorious Lopy dari D’Konkrit Coffee N Eatery. Pengambilan data dari pengguna jasa dari pihak perusahaan digunakan sebagai sumber data karena mereka merupakan salah satu pihak yang memanfaatkan adanya penyediaan jasa pada akun @baristajob.jogja. Informan selanjutnya yaitu pada para *job seeker* yang memanfaatkan akun @baristajob.jogja sebagai media untuk mendapatkan informasi terkait lowongan pekerjaan dibidang *food and beverage* khususnya di wilayah Yogyakarta. Para informan tersebut diantaranya Fincal Aditya seorang *freelancer* yang berprofesi sebagai barista di Tilasawa Coffee Roaster dan Nisa Dwi Sabrina juga merupakan *freelancer* yang berprofesi sebagai barista di Mayoni Coffee.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Kegiatan pengumpulan data

adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya suatu riset.²¹ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis sebagai berikut:

a. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumbernya. Metode yang dipilih oleh penulis dalam penelitiannya ini adalah metode wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*), jenis wawancara ini adalah wawancara bebas kepada narasumber yang ingin dimintai informasi tanpa menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara online menggunakan media sosial maupun secara langsung dengan tatap muka dan melakukan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber admin akun Instagram @baristajob.jogja. Pada saat wawancara, akan dilakukan proses tanya jawab dengan subjek yang diteliti secara tidak berstruktur. Lalu, peneliti sebisa mungkin mendalami informasi dari narasumber agar mampu mendapatkan data yang lengkap tentang bagaimana pemanfaatan

²¹ Ibid, Rachmat. Hal. 94

media sosial khususnya akun Instagram @baristajob.jogja dalam memenuhi kebutuhan informasi para pencari lowongan pekerjaan di wilayah Yogyakarta. Proses wawancara akan dilakukan bersama admin akun Instagram @baristajob.jogja dan beberapa followers aktif dari akun tersebut sebagai data pendukung dalam proses penelitian ini.

b. Teknik Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi antara subjek yang di riset. Keunggulan dari metode ini adalah terdapat dua bentuk dalam pengumpulan data: interaksi dan percakapan (*Conversation*). Yang artinya, selain perilaku non-verbal juga termasuk perilaku verbal dari orang-orang yang diamati.²²

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati langsung bagaimana akun tersebut memberikan informasi pada setiap harinya baik dari unggahannya melalui postingan atau melalui unggahan Instagram *story*. Peneliti juga melakukan pengamatan pada followers aktif mengenai bagaimana pemanfaatan yang dilakukan sebagai media pencari lowongan pekerjaan atau hanya sekedar pemenuhan kebutuhan informasi saja.

²² Op cit. Kriyanto R, hal. 110-111.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, angket, atau wawancara juga biasanya disertai dengan kegiatan dokumentasi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.²³ Hal ini juga dimaksud untuk meneliti bagaimana proses pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh akun @baristajob.jogja dalam menyampaikan beberapa informasi mengenai lowongan pekerjaan di bidang *food and beverage* di wilayah Yogyakarta. Dokumentasi tersebut dapat berupa gambar (*screenshot*) dari beberapa tampilan atau unggahan pada akun tersebut, foto dan rekaman wawancara bersama para narasumber.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan di lapangan menggunakan model (Miles and Huberman). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data, dan setelah selesai pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu. Analisis data semacam ini dilakukan secara interaktif dan terus-menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh.²⁴

²³ Ibid, Kriyanto R, hal.120.

²⁴ Pujileksono, S, "*Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*", (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015), hal. 151-152

Aktivitas dalam analisis data dilakukan melalui 3 tahap yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Data yang didapat dari akun Instagram @baristajob.jogja dipaparkan kedalam uraian yang lengkap dan terperinci. Data yang didapat dari akun tersebut akan dirangkum dan difokuskan untuk memilih hal-hal yang penting dan menunjang penelitian. Reduksi dilakukan pada saat pengumpulan data, mulai dari membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya dengan tujuan menyisihkan data yang tidak relevan kemudian data tersebut diverifikasi.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data melewati tahap reduksi, maka langkah selanjutnya dalam analisis data ini adalah penyajian data. Hal yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Sajian ini merupakan susunan kalimat yang tersusun secara logis dan sistematis, sehingga mudah dipahami saat dibaca.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan langkah akhir dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah peneliti berada langsung di lapangan. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung bukti-bukti berupa kumpulan data yang telah dicari dan dirangkum oleh peneliti untuk penelitiannya yang bersifat valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Pada sebuah proses penelitian, dibalik banyaknya kesamaan antara tema dan metodologi penelitian sebelumnya tentunya tetap membutuhkan penelitian sebelumnya sebagai acuan dan referensi peneliti untuk menambahkan wawasan dalam melakukan penelitian. Tinjauan Pustaka yang dipilih oleh peneliti merupakan penelitian yang berdasarkan dengan relevansi tema dan persamaan metodologi yang mendekati dengan penelitian peneliti.

1.	Judul	Pengaruh Instagram Sebagai Media <i>Online Shopping Fashion</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau
	Penulis	Sofia Miranda 2017. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
	Kontribusi Pada Penelitian	Sebagai bahan referensi peneletian dalam menentukan langkah – langkah penelitian mengenai pengaruh Instagram sebagai media <i>online shopping fashion</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswi

	Hasil	<p>Penelitian ini menghasilkan data 96 mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau pernah melakukan pembelian pada <i>online shop</i> di Instagram dengan usia responden terbanyak 20-23 tahun sebanyak 68 orang (71,0%), dan didominasi oleh mahasiswi jurusan Sosiologi sebanyak 19 mahasiswi (20%)</p>
	Perbedaan Penelitian	<p>Perbedaan penelitian ini terletak pada metode riset kuantitatif dengan perolehan data melalui survei kuesioner untuk pemetaan poulasinya. Sementara untuk jenis dan tipe penelitian menggunakan metode eksplanasi, dimana jumlah data yang diperoleh berupa angka – angka dan analisis yang menggunakan statistik sesuai teori. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, menggunakan metode riset kualitatif, dengan hasil pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) dan hasil</p>

		penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.
2.	Judul	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Fertig.Goods Dalam Memasarkan Produknya
	Penulis	Viesca Nur dan Mohamad Subur Drajat 2022. Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.
	Kontribusi Pada Penelitian	Sebagai bahan referensi penelitian dalam menentukan langkah – langkah penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dalam memasarkan sebuah produk
	Hasil	Hasil penelitian ini adalah bagaimana akun Instagram @Fertig.Goods dalam memanfaatkan fitur – fitur Instagram sebagai media komunikasi dan pemasaran produknya. Akun @Fertig.Goods juga berhasil menjangkau konsumennya dengan memaksimalkan setiap fitur Instagram

		yang ada seperti, story, iklan, konsep konten unggahan, feeds, shop hingga kolom komentar.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada pembahasan tentang bagaimana akun @Fertig.Goods memaksimalkan fitur Online Shop pada Instagram dalam memasarkan produknya. Lebih mendalam membahas tentang bagaimana akun @Fertig.Goods menciptakan komunikasi antara pengguna/pengikut melalui penyusunan konsep konten hingga fitur shop pada laman Instagram nya. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti, lebih membahas bagaimana akun Instagram @baristajob.jogja sebagai media placement dalam memenuhi informasi para pengikutnya
3.	Judul	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)

	Penulis	Dinda Sekar Puspiarini dan Reni Nuraeni 2019. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University
	Kontribusi Pada Penelitian	Sebagai bahan referensi penelitian dalam menentukan langkah – langkah penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi
	Hasil	Hasil pada penelitian ini adalah bagaimana akun @Happy Go Lucky House sebagai akun media promosi di Instagram selalu konsisten dalam kegiatan promosinya, berupa ads Instagram, diskon atau potongan harga, giveaway, hingga mengunggah kembali testimoni konsumen pada fitur Instastory di Instagram. Setiap unggahan akun @Happy Go Lucky House juga berisikan postingan yang informatif dan emosional dilihat dari kejelasan setiap postingan produk yang diunggah

Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada pada teori yang digunakan dan metodologi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan paradigma kontstuktivis sedangkan pada penelitian peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.
-----------------------------	---

Dalam penelitian tersebut terlihat jelas bagaimana mahasiswi – mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau memanfaatkan fitur Instagram sebagai media berbelanja *Online*. Melalui hasil penyebaran kuesioner dan tanggapan dari setiap responden juga terlihat pemanfaatan setiap fitur di Instagram dalam menunjang kebutuhan konsumtif mahasiswi - mahasiswi, seperti beberapa responden juga mengikuti akun – akun *online shop* di Instagram yang memiliki banyak pengikut, melihat jumlah *like/love, caption* postingan, hingga komentar di setiap postingan akun *Online Shop* tersebut sebelum memutuskan untuk membeli produknya.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti, melalui media sosial Instagram peneliti ingin mengetahui serta dapat menjelaskan bagaimana pengaruh setiap fitur – fitur Instagram hingga postingan foto dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan pengikut nya. Penelitian terdahulu juga

dimaksudkan sebagai acuan dan diharapkan dapat membantu penelitian yang peneliti lakukan.

Melalui penelitian tersebut, terlihat bagaimana peneliti memaparkan keadaan akun Instagram @Fertig.Goods sebagai akun *online shop* yang sukses dalam menyusun konsep Instagram yang berbeda dan berhasil menjalin komunikasi yang baik melalui pemanfaatan fitur – fitur yang disediakan Instagram khususnya pada fitur yang menunjang untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualannya. Pada penemuan penelitian ini, memperlihatkan juga akun Instagram @Fertig.Goods sangat menunjukkan keseriusan sebagai salah satu akun *online shop* yang rapi dalam penyusunan konten, konsep warna postingan, hingga fitur pada laman *shop* yang interkatif dan langsung terhubung dengan @Fertig.Goods sehingga memudahkan pengikut Instagram hingga mengundang ketertarikan calon pembeli yang baru.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti, melalui media sosial Instagram peneliti ingin mengetahui serta dapat menjelaskan bagaimana pengaruh setiap fitur – fitur Instagram hingga postingan foto dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan pengikut nya. Penelitian terdahulu juga dimaksudkan sebagai acuan dan diharapkan dapat membantu penelitian yang peneliti lakukan.

Dalam penelitian tersebut jelas dapat diketahui bagaimana dan apa saja yang membuat akun @Happy Go Lucky House aktif sebagai media promosi.

Akun *@Happy Go Lucky House* juga berhasil memanfaatkan fitur – fitur Instagram sebagai media promosi dan menciptakan faktor – faktor yang positif, informatif dan emosional dalam kegiatan promosinya kepada pengikut akun Instagram *@Happy Go Lucky House*.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti, melalui media sosial Instagram peneliti ingin mengetahui serta dapat menjelaskan bagaimana pengaruh setiap fitur – fitur Instagram hingga postingan foto dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan pengikut nya. Penelitian terdahulu juga dimaksudkan sebagai acuan dan diharapkan dapat membantu penelitian yang peneliti lakukan.

B. Kajian Teoritis

Berdasarkan susunan kerangka teori yang ada, maka untuk mempermudah proses penelitian digunakan teori yang sesuai, yaitu:

1. Instagram

New Media merupakan bentuk baru yang diciptakan karena adanya perkembangan teknologi dan pada era saat ini internet menjadi sumber informasi media massa. Flew (dalam Hastjarjo, 2012: 143) merangkum beberapa pendapat ahli ke dalam sebuah definisi mengenai media baru, yaitu semua bentuk media yang menggabungkan 3C; *Computing* (komputerisasi) dan teknologi informasi, *Communication Networks* (jaringan komunikasi), dan content (isi media) dalam format digital, dimana proses penggabungan

itu sendiri juga diawali dengan C, yaitu *Convergence* (konvergensi).²⁵ Flew juga mengatakan bahwa media baru dapat dipahami sebagai media digital, yakni semua isi media yang menggabungkan dan menyatukan data, teks, suara dan berbagai gambaran/citra yang disimpan dalam format digital dan didistribusikan melalui jaringan komunikasi seperti kabel serat optik *broadband*, satelit, dan sistem transmisi gelombang mikro. Pengelompokan media baru terbagi menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, *handphone*, e-mail. Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, *videogame*, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa *portal/search engine*. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunaanya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.²⁶ Terdapat lima kategori utama media baru yang sama-sama memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten dan konteks, seperti berikut ini:

²⁵ Hastjarjo, Sri. (2012). *New Media Teori dan Aplikasi*. Salatiga: Satya Wacana University Press. hal 143

²⁶ McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika. hal.127.

1. Media komunikasi antarpribadi (interpersonal communication media). Meliputi telepon (yang semakin mobil) dan surat elektronik (terutama untuk pekerjaan, tetapi menjadi semakin personal). Secara umum, konten bersifat pribadi dan mudah dihapus dan hubungan yang tercipta dan dikuatkan lebih penting daripada informasi yang disampaikan.
2. Media permainan interaktif (interactive play media). Media ini terutama berbasis komputer dan video game, ditambah peralatan realitas virtual. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas dan mungkin dominasi dari kepuasan 'proses' atau 'penggunaan'.
3. Media pencarian informasi (information search media). Ini adalah kategori yang luas tetapi internet/www merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya. Posisi mesin pencari telah menjadi sangat penting sebagai alat bagi para pengguna sekaligus sebagai sumber pendapatan untuk Internet. Di samping Internet, telepon (mobile) juga semakin menjadi saluran penerimaan informasi, sebagaimana juga teleteks yang disiarkan dan layanan data radio.
4. Media partisipasi kolektif (collective participatory media). Kategorinya khususnya meliputi penggunaan Internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan pengalaman, serta untuk mengembangkan

hubungan pribadi aktif (yang diperantarai komputer). Situs jejaring sosial termasuk di dalam kelompok ini.

5. Substitusi media penyiaran (substitution of broadcasting media). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang dimasa lalu biasanya disiarkan atau disebarkan dengan metode lain yang serupa.

Termasuk dalam bagian media baru, dimana Instagram memiliki konsep yang sama dari era komunikasi sebelumnya, yaitu saling terhubung, pesan, akses, jejaring sosial, hingga keterjangkauan, dimana era saat ini memakai jaringan internet sebagai pondasi dasar agar selalu terhubung. Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis *Smartphone* yang terhubung dengan internet sebagai salah satu media digital untuk berbagi foto, video, inspirasi hingga kenangan kepada setiap pengguna yang saling terhubung. Memiliki fungsi yang sama dengan media digital lain, seperti *twitter*, *facebook*, *tik-tok*, *youtube* dan media digital yang lain yaitu berbagi informasi melalui audio dan visual yang lebih berkualitas terhadap pengguna yang lain. Instagram juga sebagai tempat untuk penggunaannya untuk meningkatkan kreatifitas melalui fitur – fitur dan efek yang telah disediakan Instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi khusus berbagi foto dengan fungsinya untuk mengunggah foto (*upload*), mengambil foto (*download*), mengedit foto, menambahkan filter digital foto (efek foto), memberi komentar

pada foto, memberi judul foto, memberi lokasi foto, memberi tanda like pada foto, dan membagikan foto ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya.²⁷

Ada beberapa fitur-fitur dasar dalam penggunaan aplikasi Instagram, yaitu sebagai berikut:

1. Pengikut (*Followers*)

Dengan kata dasar *Follow* (ikut), pada fitur ini pengguna Instagram dapat mengikuti atau berteman dengan pengguna lainnya dengan saling mengikuti pada akun Instagram, juga jika sudah tidak ingin mengikuti atau berbagi informasi dengan pengguna tersebut opsinya yaitu dengan menekan tanda *follow* dan akan berubah otomatis jadi *unfollow* (tidak mengikuti).

2. Mengunggah foto dan video (*Share*)

Pada fitur ini pengguna instagram dapat membagikan foto dan video kepada pengikut atau pengguna lain. Ketika kita mengunggah foto atau video pada laman akun Instagram kita, maka foto dan video tersebut dapat dilihat oleh semua pengguna Instagram, pada fitur ini biasanya pengguna mengunggah foto atau video berisi kenangan, hal yang menarik dan suatu peristiwa ingin dipublikasikan.

²⁷ Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita. Hal 8

3. Judul Unggahan (*Caption*)

Fitur ini membutuhkan kemampuan penggunanya untuk menyusun konsep atau kata – kata yang menarik bagi setiap postingan atau unggahan, semakin menarik judul (*caption*) unggahan akan semakin menarik perhatian pengguna lain.

4. *Mention/Arroba*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menandai pengguna lain pada setiap postingan atau unggahan yang ada di Instagram. Menambah tanda *arroba* (@) dan nama akun Instagram yang ingin di tandai, secara otomatis akun tersebut akan mendapatkan pemberitahuan.

5. Tagar (*Hastag*)

Adalah fitur dengan simbol tanda pagar (#), tanda pagar ini merupakan simbol yang mempermudah pengguna untuk mencari foto atau video yang ada di Instagram dengan kategori atau tema tertentu.

6. *Geotag/Lokasi*

Fitur ini adalah fitur penanda yang menampilkan lokasi dimana pengguna berada saat melakukan setiap unggahan foto atau video. Tujuan fitur ini adalah untuk memberitahu lokasi ketika momen foto atau video itu diambil kepada sesama pengguna Instagram.

7. Tanda Suka (*Like/Love*)

Merupakan fitur dimana setiap pengguna bisa saling menyukai setiap postingan atau unggahan. Fitur ini juga secara otomatis mengirimkan

pemberitahuan kepada pengguna yang postingan atau unggahannya disukai (*like*) pengguna lain agar tetap saling terhubung dan berinteraksi.

8. Komentar (*Comment*)

Pada fitur ini para pengguna dapat saling berkomentar di setiap postingan atau unggahan pengguna lain. Fitur ini juga membantu setiap pengguna untuk menjaga interaksi digitalnya kepada pengguna atau pengikutnya.

2. *Media Placement*

Pelaksanaan pesan melibatkan proses menerjemahkan sebuah merek, dikomunikasikan sebagai proposisi nilai atau posisi di benak konsumen, menjadi pesan yang disampaikan melalui media tertentu. Malthouse & Calderm juga menambahkan, penempatan media placement juga lebih dari sebuah perhatian taktis untuk mencapai jangkauan dan frekuensi yang dibutuhkan terhadap target pasar.²⁸

Media placement adalah metode atau salah satu cara dalam beriklan yang efektif untuk membangun dan meningkatkan sebuah brand atau produk melalui suatu media. Terbagi menjadi dua jenis, ada media *placement* jenis *Above the Line* (ATL) seperti majalah, koran, radio, sosial media hingga media iklan lainnya dan *Below The Line* (BTL) yang meliputi *sponsorship*, bazar,

²⁸ Mersey, R.D., Malthouse, E.C., Calder, B. J. (2010) Engagement with Online Media. Journal of Media Business Studies, hal. 39 – 56.

produk sampling, hingga event/acara. Melalui jenis *media placement* tersebut, tujuan dan fungsinya dapat di petakan untuk menunjang brand atau produk dan lebih dikenal dan dapat di jangkau lebih banyak orang.

3. Kebutuhan Informasi

Melalui penggunaan media sosial, tentunya tidak lepas dari tujuan dan kegunaan media sosial itu sendiri. Jenis – jenis media sosial yang sudah beredar, seperti Instagram, Twiter, Youtube dan media sosial yang lain, memiliki karakteristik dan fitur yang berbeda – beda. Ada Instagram dengan fitur video pendeknya, Twiter dengan *thread* penggunaannya hingga, Youtube dengan video durasi panjangnya, semuanya tergantung dari tujuan penggunaannya untuk berbagi di sosial medianya.

Terdapat empat pendekatan yang dapat menjelaskan tentang kebutuhan informasi pengguna media sosial, diantaranya:

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuannya.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat membutuhkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin.
3. *Exhaust need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukan.

4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.²⁹

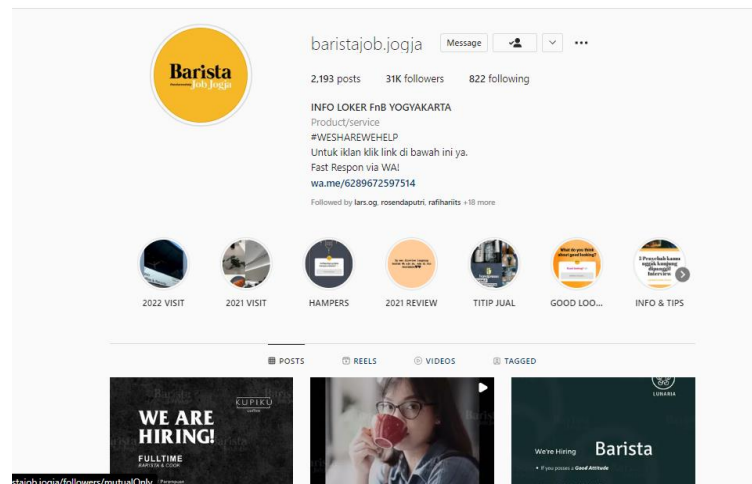
²⁹ Perdana, Cepti Rachman Gilang, Edwin Rizal dan Ute Lies Siti Khadijah. (2012). *Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers*. Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Deskripsi objek penelitian ini memuat tentang informasi dan pernyataan yang sesuai pada hasil pre-observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui metode wawancara dengan pemilik akun Instagram @baristajob.jogja sebagai subjek penelitian, di dukung dari data sumber terpercaya yang kemudian di paparkan peneliti dalam bentuk narasi, agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan mudah untuk dipahami. Di dalam narasi yang tertulis membahas lebih tentang informasi terkait akun Instagram @baristajob.jogja dan aktivitas akun yang meliputi :

A. Sejarah



Gambar. 2 - Laman Instagram Akun @baristajob.jogja

Sumber: Instagram.com

Akun @baristajob.jogja merupakan akun penyedia lowongan pekerjaan seputar dunia *Food & Beverage*. Akun @baristajob.jogja dibentuk pada akhir Desember 2018, dengan tujuan untuk membantu setiap calon pekerja dan perusahaan yang membutuhkan karyawan. Sesuai dengan nama akunnya, aktivitas yang menjadikan akun ini berbeda dengan akun instagram seputar informasi lowongan pekerjaan yang lain adalah fokus dari informasi lowongan pekerjaannya. Akun ini memiliki fokus informasi lowongan pekerjaan yang lebih spesifik, seperti posisi barista, bartender, *waiters*, manajer, *content creator*, hingga posisi – posisi yang berhubungan dengan kebutuhan perusahaan seputar bisnis/ usaha di bidang *Food and Beverage* (F&B).

Hingga saat ini per 2 Juli 2022 akun Instagram @baristajob.jogja sudah memiliki 31.000 lebih pengikut dan 2.193 postingan seputar informasi lowongan pekerjaan. Akun ini merupakan milik pribadi, dan segenap aktivitas akun di kelola oleh pasangan suami – istri yang berasal dari Yogyakarta. Aktivitas akun ini sendiri seperti jasa postingan lowongan pekerjaan, postingan iklan jasa atau produk, hingga info dan tips seputar dunia pekerjaan di bidang F&B.

B. Logo



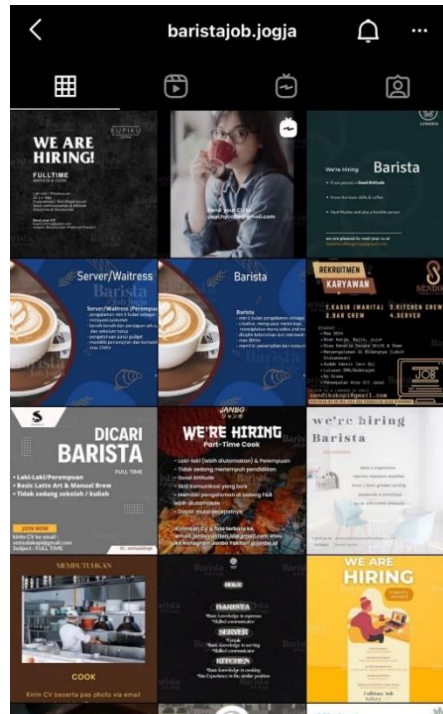
Gambar. 3 - Logo Akun Instagram @baristajob.jogja

Sumber: Instagram @baristajob.jogja

Akun Instagram ini memiliki *tagline* #wesharewehelp yang tertera juga di logo akun Instagram @baristajob.jogja. Sama seperti pengertiannya dalam Bahasa Indonesia, tagar ini memiliki arti menyebarluaskan dan menolong para pencari pekerjaan, hal ini juga berlaku kepada perusahaan yang ingin mencari karyawan sesuai dengan kriteria yang di harapkan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @baristajob.jogja juga bukan semata – mata hanya mempublikasikan mengenai lowongan pekerjaan seputar barista saja jika dilihat dari nama akunya, tetapi juga mempublikasikan informasi seputar posisi lowongan pekerjaan yang tergabung dalam dunia usaha/bisnis *Food and Beverages*, seperti yang sudah dijelaskan pada poin diatas.

C. Jenis – Jenis Postingan pada Laman Akun Instagram @baristajob.jogja

1. *Feed* Instagram



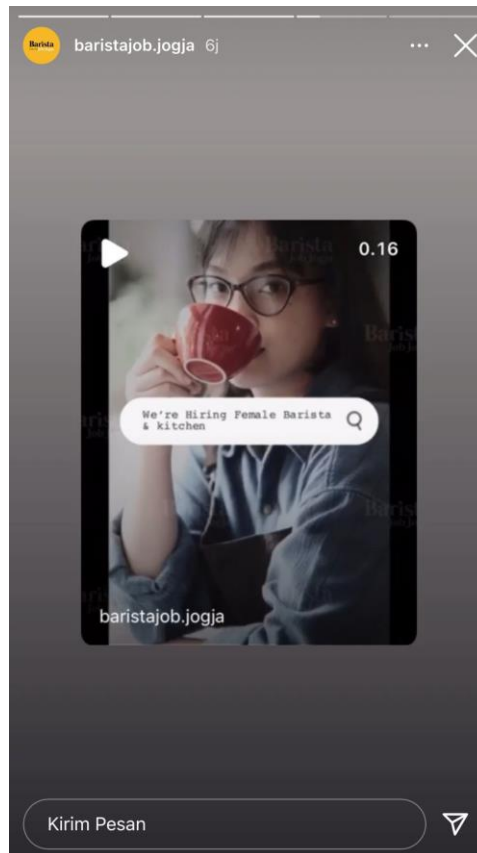
Gambar. 4 - Laman Feed Akun Instagram @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Pada laman *Feed* Instagram @baristajob.jogja terdapat beberapa postingan informasi lowongan pekerjaan terbaru per tanggal 2 Juli 2022. Jasa postingan informasi lowongan pekerjaan dikenakan biaya Rp.50.000/ satu posisi kerja dan satu kali postingan. Untuk format postingan sendiri akun @baristajob.jogja memberikan kebebasan kepada perusahaan yang ingin menggunakan jasa publikasi mengenai lowongan pekerjaan, dengan ketentuan unggahan berupa poster atau

video berisikan informasi yang lengkap dan detail mengenai informasi lowongan pekerjaan tersebut.

2. Story Akun Instagram @baristajob.jogja



Gambar. 5 - Laman Story Instagram @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Pada laman *story* atau cerita Instagram @baristajob.jogja, terdapat unggahan yang akan bertahan selama 24 jam sejak unggahan tersebut di unggah. Fitur ini merupakan fitur bawaan Instagram, dimana pengguna akun bebas mengunggah cerita/story dengan bebas tetapi memiliki batas waktu selama satu

hari. Biaya unggahan ini sendiri sudah termasuk kedalam biaya postingan yang tertera diatas, dimana para pengikut (*followers*) akun Instagram @baristajob.jogja masih dapat melihat cerita tersebut di laman Instagram sendiri, selama kurun waktu kurang dari 24 jam.

3. Laman *Reels* pada Akun Instagram @baristajob.jogja



Gambar. 6 Laman *Reels* Akun Instagram @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Pada laman *Reels* di Instagram @baristajob.jogja berisikan tentang iklan berbayar dalam bentuk video. Salah satu fitur Instagram juga, *Reels* ditujukan untuk para pengguna untuk bebas berkarya dan berkreasi lalu mempublikasikannya,

dengan waktu durasi video 90 detik. Untuk jasa iklan seperti iklan di fitur *Reels* Instagram di akun @baristajob.jogja dikenakan biaya Rp.200.000/produk yang akan di *highlight* tergantung dari kesepakatan dan tingkat kesulitan pembuatan iklan tersebut. Kesepakatan yang telah ditentukan pada masa perundingan nantinya akan disusun dalam bentuk video pendek, mulai dari konsep video, alur cerita hingga pengambilan video atau gambar dan dikemas agar lebih menarik untuk di publikasikan.

4. Laman *Highlight* pada Akun Instagram @baristajob.jogja



Gambar. 7 - Laman *Highlight* pada Akun Instagram @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Highlight merupakan salah satu fitur Instagram yang berguna untuk menyimpan *story* atau cerita lampau yang telah diunggah oleh pengguna. Pada Laman *Highlight* akun Instagram @baristajob.jogja terdapat beberapa *story* atau cerita lalu yang disimpan dan bertujuan untuk tetap menyediakan informasi yang disematkan. Pada laman Instagram akun @baristajob.jogja terdapat beberapa bagian *highlight* seperti info dan tips yang berisi tentang seputar penyebab kegagalan para calon pekerja yang tidak kunjung dipanggil wawancara, *highlight* bagian Koveisual berisi tentang produk yang bekerja sama dengan akun @baristajob.jogja hingga *highlight* bagian Barista *Class* yang berisi tentang informasi kelas gratis dan berbayar yang sebelumnya menggunakan jasa posting di akun @baristajob.jogja.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Data

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tentang hasil penelitian yang telah dilaksanakan terkait dengan judul yang diambil yaitu “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Baristajob.jogja sebagai *Media Placement* terhadap Pemenuhan Informasi Lowongan Pekerjaan di Bidang *Food and Beverage* di Yogyakarta”. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif dengan objek akun Instagram @Baristajob.jogja. @Baristajob.jogja merupakan sebuah akun Instagram penyedia lowongan pekerjaan seputar dunia *Food and Beverage* dengan beragam posisi dan jabatan seperti, barista, *waiters*, juru masak, *Head Kitchen*, konten kreator, *marketing* hingga manajer.

Dalam bab pembahasan ini, peneliti berfokus pada bagaimana pemanfaatan media social Instagram @baristajob.jogja sebagai *media placement* terhadap pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *Food and Beverage* di Yogyakarta, dan untuk mengetahui apa saja factor yang membuat akun Instagram @baristajob.jogja menjadi akun yang banyak dimanfaatkan sebagai sumber pemenuhan informasi para pegawai di wilayah Yogyakarta dalam mencari lowongan pekerjaan khususnya di bidang *Food and Beverage*.

Dalam pembahasan ini, peneliti berfokus pada bagaimana proses komunikasi yang terjadi selama aktivitas akun Instagram @baristajob.jogja sehingga mampu memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh para pengikut akun @baristajob.jogja, serta untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan peneliti. Hasil dari penelitian yang akan di paparkan pada hasil pembahasan ini diperoleh melalui beberapa metode yang digunakan peneliti, yakni wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode wawancara yang dilakukan yaitu, *offline* atau tatap muka dan *online* atau interaksi tanya jawab melalui aplikasi WhatsApp, dengan beberapa informan atau narasumber, diantaranya:

1. Inggit Mutia Mutmainah

Inggit Mutia Mutmainah atau yang akrab dipanggil Inggit lahir di Sukabumi, 06 April 1998. Dengan aktivitas keseharian sebagai konten kreator, seorang ibu, kulineran kopi dan menjalankan hobinya di sebuah komunitas sepeda. Alamat rumah Inggit Mutia berada di Jl. Cangkringan, Area Sawah, Bimomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain alamat rumah dan kantor dari @baristajob.jogja, alamat tersebut juga merupakan kantor atau Studio Kovisual, dimana Kovisual juga merupakan salah satu *brand* dari @baristajob.jogja. Inggit berperan sebagai *founder* dari akun @baristajob.jogja dengan kegiatan aktivitas pengelolaan juga dibantu oleh suaminya.

Berprofesi sebagai seorang barista pada masa itu, ia mendapat arahan dari manajer perusahaan tempat ia bekerja untuk mencari karyawan atau

barista baru untuk menjadi bagian dari tim perusahaan yang bergerak dibidang industri kopi ini. Beliau yang awalnya hanya memposting info lowongan pekerjaan tersebut di akun Instagram pribadi miliknya. Diikuti respon positif dari pengikut pribadi dan inisiatif awal, dibentuklah @baristajob.jogja untuk pertama kalinya pada bulan Desember 2018.

Pada awal aktivitas akun @baristajob.jogja, kegiatan akun hanyalah mengunggah kembali poster/postingan lowongan pekerjaan dari perusahaan yang bergerak di industri dunia *food and Beverage*. Berlangsung hingga delapan bulan setelah terbentuk dan tanpa tarif, akhirnya @baristajob.jogja mulai kebanjiran tawaran dari perusahaan – perusahaan yang ingin mengunggah poster informasi lowongan pekerjaan pada akun tersebut, dan mulai dikenakan tarif per- postingannya. Tujuan awal dikenakannya tarif per-posting ini sendiri juga tidak memiliki motif tersendiri, hanyalah untuk perkembangan akun dan meningkatkan kualitas nilai dari jasa yang di tawarkan akun @baristajob.jogja ketika mulai dikenal sebagai sumber informasi lowongan pekerjaan di Instagram.

Motif dan motivasi sederhana dari Inggit yang membuat akun ini masih banyak diikuti para pengguna media sosial Instagram untuk memenuhi informasi lowongan pekerjaan di dunia industri F&B. Inggit sendiri ingin memusatkan informasi lowongan pekerjaan secara *segmented* dalam artian sederhana yaitu tidak tercampur dengan informasi lowongan pekerjaan di industri yang lain. Akun ini juga diharapkan menjadi pilihan satu – satunya dan

membantu para pencari lowongan pekerjaan khususnya mahasiswa yang ingin mencari sampingan *part-time* ataupun berkarir di dunia F&B. Begitu juga dengan perusahaan - perusahaan industri F&B tidak kebingungan dalam mencari karyawan yang baru, karena sudah ada akun yang terpusat seputar lowongan pekerjaan di dunia F&B, yaitu akun Instagram @baristajob.jogja.

2. Jason Gregorius Calvin Andrian Lopy

Jason Gregorius Calvin Andrian Lopy atau yang sering disapa Lopy, lahir dan berdomisili di Kota Yogyakarta 17 Mei 1995. Lopy merupakan salah satu pekerja aktif di bidang industri *Food and Beverage*, berposisi sebagai Manajer Operasional di D’Konkrit Coffee and Eatery, beralamat di Jl. Kledokan, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Komplek DTA Square (Down Town Area). Menjabat pada posisi Manajer Operasional sejak pertengahan 2022 dari posisi sebelumnya sebagai juru masak di perusahaan tersebut. Memiliki latar belakang awal dari SMK perhotelan, Lopy terakhir sempat bekerja di hotel Ambarukmo sebagai *House Keeping* dan *Front Office* sebelum memutuskan untuk berhenti dan berkarir di industri *Food and Beverage*.

Selaras dengan pekerjaan sebelumnya, memudahkan Lopy untuk aktif bergerak di Industri ini, dimana kompetensi dan profesionalitas mejadi hal penting dalam industri yang menawarkan jasa ini. Lopy sudah menggeluti bidang *Food and Beverage* selama lima tahun dan menjalani berbagai posisi dari *Waiter* hingga Barista di berbagai perusahaan yang berbeda-beda.

Tidak hanya memegang tanggung jawab selama operasional perusahaan berjalan, Lopy juga bertanggung jawab juga berperan dalam mengontrol setiap alur komunikasi di perusahaan dengan beberapa tim yang ada, dari tim barista, tim juru masak hingga tim konten perusahaan yang juga sebagai tim marketing. Selain mengontrol komunikasi antar tim perusahaan, Lopy juga selalu menjembatani komunikasi langsung antar pelanggan baik secara langsung ataupun via media sosial seperti Tik-Tok dan Instagram D’Konkrit untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan bagi pelanggan.

Dalam menyiapkan kualitas karyawan sesuai kebutuhan perusahaan dan pelanggan, Lopy berperan penting dalam proses seleksi karyawan untuk meningkatkan kualitas dan kemajuan perusahaan nantinya. Dari kemampuan dalam membuat produk sesuai SOP perusahaan hingga *Service* dan *Hospitality* terhadap pelanggan nantinya. Kriteria yang paling utama di D’Konkrit Coffee and Eatery ini sendiri lebih ke niat dan fokus dalam pekerjaan, inisiatif hingga mampu melayani *customer* dengan baik dalam kondisi apapun, dikarenakan perusahaan tidak terlalu menuntut banyak soal pengetahuan bidang dan kemampuannya karena dapat dipelajari dengan mudah dalam menyediakan produk yang ingin dijual.

Proses dalam mencari karyawan yang sebidang dengan industri perusahaan, D’Konkrit kali terakhir bekerjasama atau menggunakan jasa posting info lowongan pekerjaan dengan akun Instagram @baristajob.jogja. Kerjasama yang dijalin dengan tujuan untuk mempersempit seleksi calon

karyawan yang baru agar sesuai dengan bidang dan industrinya yaitu, seputar dunia *Food and Beverage*. Dengan lebih terpusatnya bidang informasi lowongan pekerjaan, akun Instagram @baristajob.jogja juga sudah cukup mampu menjangkau para pekerja yang ingin bekerja di bidang F&B dengan para pengikut yang sudah banyak dan respon para pengikut yang tinggi disetiap postingan di akun tersebut.



Gambar. 8- Unggahan Lowongan Pekerjaan D'Konkrit pada @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Gambar diatas merupakan bentuk kerjasama pada akun Instagram @baristajob.jogja dengan jenis konten jasa posting info lowongan pekerjaan. Pada poster unggahan diatas, juga sudah cukup memeberikan informasi yang

dibutuhkan untuk melamar pekerjaan, seperti logo perusahaan, kriteria, posisi hingga alamat kontak yang dituju untuk melamar. Akun Instagram @baristajob.jogja juga menandai akun Instagram perusahaan untuk memudahkan pelamar menjangkau langsung akun Instagram perusahaan yang tertera.

Selain dari fokus keterjangkauan calon karyawan yang baru tersebut, awal komunikasi dalam bekerjasama juga mudah dan cepat dikarenakan admin @baristajob.jogja yang responsive dan detail dalam menjelaskan ketentuan dalam bekerjasama. Harga kerjasama jasa posting di akun @baristajob.jogja juga cukup terjangkau. Untuk harga jasa posting Instagram @baristajob.jogja, Lopy sendiri membayar Rp.100.000/jobdesk sudah termasuk desain poster postingan. Dengan harga tersebut Lopy hanya perlu mengisi nama perusahaan, kontak email, batas akhir pengiriman CV, dan kriteria yang diinginkan perusahaan.

Waktu yang di habiskan selama proses mencari calon karyawan juga terbilang cepat dan banyak pelamar yang antusias. Lopy mengutarakan dari segi waktu, harga, dan efek yang dihasilkan saat menggunakan jasa posting lowongan pekerjaan melalui akun Instagram @baristajob.jogja sangat efisien dan tepat, Lopy juga hanya tinggal perlu menyeleksi lanjut para pelamar dengan baik sesuai kebutuhan perusahaanya.

3. Chendri Yunan

Chendri Yunan atau akrab dipanggil Jeje, lahir di Bekasi, 12 Oktober 2000. Berdomisili Jl. Kaliurang, KM 14,5 Sardonoharjo, Kec.Ngaklik Kabupaten Sleman Yogyakarta. Jeje merupakan pegawai aktif di Jore Coffee & Eatery sebagai Manajer Operasional perusahaan.

Berkarir awal sebagai barista selama dua tahun lebih di beberapa tempat dengan industri yang sama, yaitu di bidang *Food and Beverage*. Kini Jeje di percaya untuk mengelola salah satu *Coffeeshop* di Jogja, beralamat di Jl. Boyong, Wonorejo, Hargobinagun, Pakem Sleman. Dengan latar pendidikan ilmu pariwisata dan pengalaman, Jeje berhasil memadukan keduanya hingga mampu membawa Jore Coffee and Eatery sebagai salah satu destinasi wisata kopi dan kuliner dengan konsistensi produk dan pengalaman wisata di daerah Gunung Merapi Yogyakarta.

Selain mengelola kebutuhan operasional perusahaan, Jeje juga berperan dalam pengembangan ide – ide atau peluang Jore Coffee and Eatery dalam menarik pelanggan yang ingin berwisata kopi dan kuliner di daerah Kaliurang, Merapi. Memiliki tim konten dan marketing sendiri, tidak menutup kemungkinan untuk Jeje berusaha menjaga komunikasi antar setiap tim perusahaan. Dari mulai peluang, terobosan produk yang disajikan kepada pelanggan hingga *event-event* konser musik hingga bazaar tidak lepas dari pengaruh Jeje dalam membawa perusahaan lebih dikenal di masyarakat.

Tugas penting Jeje juga tidak lepas dalam menyiapkan kualitas karyawan – karyawan yang bekerja dan bertemu langsung dengan pelanggan, mulai dari skill, pengetahuan hingga *service* dan meng-*handle* pengalaman berkunjung pelanggan selama berada di kawasan Jore Coffee. Dalam proses penyeleksian karyawan yang Jeje lakukan, Jeje sangat mempertimbangkan calon karyawan dengan kebutuhan dan tipe pelanggan yang berkunjung ke Jore Coffee. Pertimbangan ini yang menjadi pembeda antara karyawan atau barista di tengah kota Yogyakarta dengan daerah wisata walaupun bergerak di bidang industri yang sama. Kriteria karyawan tentu harus dapat maksimal dalam pelayanan di depan pengunjung yang rata – rata orang tua hingga anak – anak baik secara keluarga, komunitas, ataupun pelanggan regular.



Gambar. 9- Unggahan Lowongan Pekerjaan Jore Coffee pada @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Gambar diatas merupakan unggahan pada akun Instagram @baristajob.jogja sebagai bentuk kerjasama jasa posting informasi lowongan pekerjaan. Pada poster diatas perusahaan dapat membuat desain poster beserta isinya sesuai dengan keinginan ataupun di desain langsung melalui admin akun Instagram @baristajob.jogja. Dengan admin akun Instagram @baristajob.jogja yang responsif, dapat menemukan jalan tengah yang cepat dalam membangun sebuah kerjasama dan melanjutkannya ke proses transaksi pembayaran agar poster unggahan dapat langsung diposting. Postingan yang telah disepakati untuk diunggah, akun Instagram @baristajob.jogja juga menandai perusahaan yang terkait dalam poster tersebut, agar perusahaan juga dapat memantau komentar ataupun *like* untuk melihat ketertarikan lowongan pekerjaan yang diunggah oleh pengguna Instagram yang lain.

Dalam proses perekrutan karyawan terakhir Jeje sudah kali kedua bekerja sama dengan akun Instagram @baristajob.jogja, untuk menggunakan jasa posting di akun tersebut. Selain proses awal kerja sama yang cepat, syarat dan ketentuan juga sederhana, hanya dengan mengisi formulir yang telah disepakati dan disertakan di dalam poster postingan. Awal pengalaman Jeje menggunakan jasa posting info lowongan pekerjaan dengan akun Instagram @baristajob.jogja sangatlah efektif dan *worth it* dari segi biaya dan efek yang dihasilkan. Jeje hanya mengeluarkan sedikit *effort* dalam penyeleksian lanjutan dari segi pengalaman kerja pelamar sebelumnya dikarenakan banyaknya pelamar yang melamar melalui email kurang dari sehari. Jeje juga

merekomendasikan untuk menggunakan jasa posting di akun ini kepada teman – teman perusahaan F&B yang lain, yang ingin mencari karyawan di berbagai macam posisi di industry F&B.

4. Fincal Aditya

Fincal Aditya atau yang akrab dipanggil pincal, merupakan pekerja aktif di salah satu Coffee Shop di daerah Manukan, Condong Catur, Yogyakarta. Laki – laki kelahiran Rantauparapat, 05 Februari 1998, merupakan Head Barista di Tilasawa Coffee Roastery yang saat ini membawahi teman – teman baristanya sebanyak sebelas orang.

Berkarir di industry F&B hampir tiga tahun di berbagai perusahaan dan diposisi barista sudah lebih dari satu tahun. Dipercayakan untuk menjembatani komunikasi yang terjadi di Tilasawa sekaligus membentuk tim dan menyiapkan keperluan barista selama Tilasawa beroperasi dan menjual produk nya. Dengan posisi sebagai *headbar* dirinya juga mempunyai tugas dalam proses kebutuhan para baristanya. Contoh tanggungjawab yang menjadi tugas dari Fincal yaitu sebagi orang yang mengatur proses pembuatan jadwal kerja karyawan yang dilakukan setiap minggunya. Selain sebagai pengatur jadwal Fincal juga mempunyai tanggungjawab sebagai orang yang menjadi jembatan dari pihak manager untuk mengatur gaji karyawan setiap bulannya. Hal yang dilakukan yaitu dengan merekap jumlah hari para karyawan masuk untuk menentukan berapa gaji yang akan diterima karyawan setiap bulannya.

Pada di industri ini Fincal sudah cukup akrab dengan sistem perekrutan yang dilakukan pada setiap penerimaan karyawan baru di dunia F&B. Fincal mengungkapkan dalam proses mendapatkan pekerjaan dirinya juga memanfaatkan media sosial sebagai proses pencarian informasi khususnya lowongan pekerjaan di dunia F&B. Pada pekerjaannya yang pernah dilaluinya yaitu pekerjaan yang dilakukan di salah satu resto, dirinya mendapatkan informasi mengenai lowongan pekerjaan melalui unggahan Instagram pada salah satu akun penyebar informasi lowongan pekerjaan. Berkaitan dengan pencarian lowongan pekerjaan pada media sosial terutama Instagram, dirinya juga mengungkapkan banyak merasa terbantu dengan adanya beberapa akun yang menyebarkan informasi lowongan pekerjaan.

Berkaitan dengan akun Instagram @baristajob.jogja, Fincal mengatakan bahwa akun tersebut merupakan salah satu akun yang dia ikuti dan mengikuti perkembangan dari akun tersebut. Dirinya menilai akun tersebut adalah akun yang aktif dalam mengunggah baik informasi terkait lowongan pekerjaan terkait dunia F&B atau memberikan rekomendasi tentang beberapa tempat nongkrong atau ngopi yang berada di wilayah Yogyakarta. Fincal menilai akun tersebut memiliki informasi yang lengkap dengan beberapa jenis lowongan pekerjaan yang lebih *segmented* karena berisi mengenai informasi lowongan pekerjaan seputar dunia F&B. Fincal juga mengatakan pada akun tersebut berisi mengenai informasi mengenai bagaimana cara penulisan CV

yang tepat, tips-tips, informasi tentang pelatihan atau kelas barista dan informasi terkait dunia F&B lainnya.



Gambar. 10- Unggahan Lowongan Pekerjaan Tilasawa Coffee pada akun @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Gambar berikut merupakan poster informasi lowongan pekerjaan yang diunggah akun Instagram @baristajob.jogja. Poster unggahan akun Instagram @baristajob.jogja diatas juga membantu Fincal Aditya untuk melamar pekerjaan di posisi Barista, di perusahaan yang berbeda dari sebelumnya. Melalui poster tersebut Fincal Aditya mengirimkan lamaran dan CV ke alamat *e-mail* yang tertera dalam poster, diterima dan menjadikan perusahaan tersebut tempat Fincal Aditya berkarir sebagai Barista sampai sekarang.

Fincal sebagai barista juga merasa terbantu dengan adanya akun ini karena dirinya juga dapat belajar lebih jauh mengenai dunia F&B terutama di dunia kopi. Melalui akun tersebut Fincal juga mendapatkan beberapa informasi

yang tentunya dapat membantu dirinya dan orang lain yang sedang mencari lowongan pekerjaan. Menurutnya akun tersebut sudah lengkap karena informasi yang dituangkan juga dilakukan melalui unggahan dengan poster sehingga minat para followers menjadi tinggi karena disajikan dengan lebih menarik. Tidak hanya pada masalah tampilan, informasi yang terdapat pada unggahan yang diunggah akun [baristajob.jogja](#) juga memiliki detail yang lengkap sehingga memudahkan para pencari lowongan pekerjaan. Dirinya mengungkapkan bahwa akun ini sangat diekomendasikan kepada para pencari lowongan pekerjaan terutama para pekerja di dunia F&B karena pada akun tersebut tersaji beberapa jenis lowongan pekerjaan yang diunggah setiap harinya. Fincal juga mengungkapkan akun tersebut diharapkan menjadi akun yang lebih berkembang dengan memiliki jangkauan yang lebih luas terutama info lowongan pekerjaan di wilayah Yogyakarta.

5. Nisa Dwi Sabrina

Nisa Dwi Sabrina atau yang biasa dipanggil dengan nama Nica ini merupakan salah satu barista yang bekerja di industry F&B kurang lebih selama 2 tahun. Wanita kelahiran Bandar Lampung, 2001 ini mengawali karirnya sebagai barista di kampung halamannya yaitu Lampung selama dua tahun dan beralih ke Yogyakarta karena ingin menemukan suasana baru dalam perjalanan karirnya. Memiliki hobi dan keseharian sebagai konten kreator sekaligus model di beberapa pemotretan dengan *brand* lokal di Yogyakarta. Saat ini sebagai

karyawan tetap di Mayoni Coffee, sebagai barista dan pengisi konten Instagram Mayoni Coffee.

Aktif dan fasih dalam menggunakan berbagai *social media* menjadikan akun sosial Nica banyak di ikuti oleh beberapa pengguna *social media* yang lain. Salah satu akun social media Nica yang banyak memiliki pengikut adalah Instagram dan Tik-Tok, dimana juga menjadi sumber utama proyek kerjasama dan *brand* yang masuk menggunakan jasa posting dari akun Nica hingga menjadi model beberapa *brand* lokal di Yogyakarta. Dan sebagai barista merupakan sumber penghasilan utama bagi Nica selama bekerja di Yogyakarta, yang juga sangat sesuai dengan kehidupan sehari – hari dan *Style/Outfit* harian yang di jadikannya sebuah konten di social medianya. Nica juga mendapatkan kepercayaan untuk membantu mengolah akun Instagram Mayoni Coffee agar lebih tertata, rapi dan *update* sehingga menaikkan *insight* Instagram Mayoni Coffee dan dikenal banyak pengguna Instagram yang lain.

Awal Nica mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari akun Instagram @baristajob.jogja yang sudah ia ikuti jauh sebelum memutuskan berangkat ke Yogyakarta. Postingan info lowongan pekerjaan yang setiap hari ada dari berbagai perusahaan F&B ataupun *Coffeeshop* memudahkan Nica untuk memenuhi informasi lowongan pekerjaan yang ia butuhkan. Dari informasi tentang perusahaan yang tercantum dalam poster secara lengkap, terpusat nya info lowongan pekerjaan seputar dunia F&B menurut Nica yang

menjadi keuntungan lebih ketika mengikuti akun @baristajob.jogja sehingga informasi lowongan pekerjaan juga tidak tercampur dengan infolowongan di bidang atau industri lain. Nica juga banyak mengenal berbagai perusahaan *coffeeshop* dari akun Instagram @baristajob.jogja sehingga memudahkan Nica untuk melamar kerja di perusahaan tersebut. Melalui akun Instagram @baristajob.jogja juga mengetahui beberapa *event – event* kopi hingga tips dan trik dalam melamar di sebuah perusahaan F&B ataupun *coffeeshop*. Nica juga berharap akun @baristajob.jogja semakin banyak dikenal bagi teman – teman yang ingin bekerja di Industri F&B dan perusahaan yang ingin mencari karyawan agar memudahkan setiap pengikut selalu terhubung dan saling melengkapi di industri ini.



Gambar. 11- Unggahan Lowongan Pekerjaan pada Mayoni Coffee di akun @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Gambar diatas merupakan poster informasi lowongan pekerjaan di Mayoni Coffee. Poster lowongan pekerjaan yang diunggah akun Instagram @baristajob.jogja diatas juga menjadi sumber informasi untuk Nica ketika mencari *coffee shop* yang sedang mencari karyawan. Lolos di tahapan seleksi dan wawancara, Nica diterima di Mayoni Coffee sebagai Barista dan sekaligus sebagai Admin dan pengisi konten story di akun Instagram Mayoni Coffee.

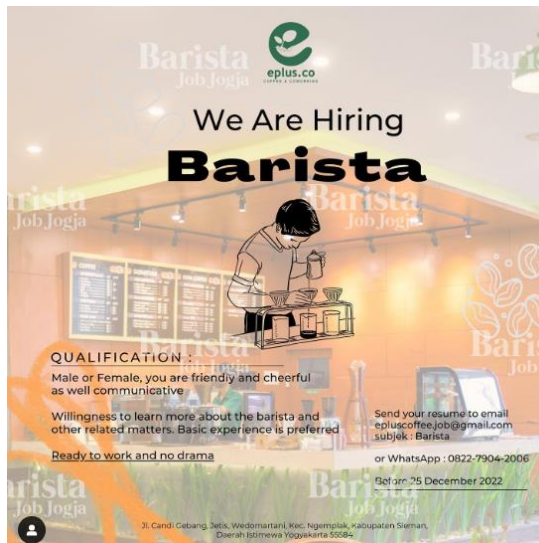
B. Analisis Pembahasan

Setelah melakukan pengumpulan data di lapangan, selanjutnya adalah melakukan pengolahan dan analisis data. Analisis data yang akan peneliti jelaskan pada bab ini memuat tentang hasil dan pembahasan yang telah dikaitkan dengan kerangka teori sebelumnya, agar mampu menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini dan sesuai dengan rumusan masalah pada bab 1 penelitian ini. Dalam hal ini, peneliti melakukan analisis berdasarkan data, informasi, dan fakta, sehingga apa yang telah diperoleh secara langsung ketika berada dilapangan yang kemudia peneliti olah dan kembangkan menjadi satu kesatuan rangkaian pembahasan. Pada tahap analisis data bertujuan untuk mengetahui lebih dalam terkait manfaat dan faktor apa saja yang membuat akun Instagram @baristajob.jogja menjadi sebuah *media placement* dan pemenuhan informasi lowongan pekerjaan di bidang *Food and Beverage* di Yogyakarta.

1. Akun Instagram @Baristajob.jogja sebagai *Media Placement*

Media Placement merupakan sebuah metode atau cara dalam beriklan menggunakan suatu media atau yang sering disebut media atau wadah promosi. Termasuk dalam *media placement*, media sosial Instagram juga saat ini sudah menjadi alat atau media untuk beriklan. Akun dan banyaknya jumlah pengikut yang aktif, menjadi peran penting terhadap kesuksesan sebuah postingan iklan dalam menggapai target iklan tersebut.

Berada di posisi yang sama, akun Instagram @baristajob.jogja juga dijadikan sebagai wadah untuk beriklan ataupun media promosi. Promosi ataupun iklan yang diunggah dalam postingan di akun Instagram @baristajob.jogja selain menukarkan informasi juga di konversikan ke nilai uang yang dapat di perjualbelikan. Melalui keunggulan jumlah pengikut dan terpusatnya pengikut yang sesuai dengan informasi atau promosi yang disebarkan dapat menjangkau pengguna/target pasar secara massif dan maksimal. Berikut adalah contoh poster/postingan di akun @baristajob.jogja sebagai media promosi/iklan:



Gambar. 12- Salah satu jeni informasi lowongan pekerjaan pada akun @baristajob.jogja

(Sumber : Laman Instagram @baristajob.jogja)

Gambar diatas merupakan salah satu postingan/poster informasi lowongan pekerjaan yang menjadi aktivitas utama di laman akun Instagram @baristajob.jogja. Postingan atau poster lowongan pekerjaan di posting melalui di *instastory* dan juga pada *feed* Instagram akun @baristajob.jogja, agar informasi melalui *instastory* tetap bisa diakses pengikut nantinya.

Gambar diatas juga merupakan salah satu konten bentuk kerjasama promosi atau jasa posting info lowongan pekerjaan selain dari promosi produk, tempat ataupun promosi rekomendasi *coffee shop* dikalangan pecinta kopi. Pada proses awal menjalin kerjasama sangat sederhana dan cepat, perusahaan ataupun klien pengguna jasa menghubungi admin akun Instagram @baristajob.jogja melalui WA (*Whatsapp*), admin menjelaskan ketentuan tentang bagaimana dan proses dari iklan dan postingan tersebut, lalu klien tinggal pilih jasa posting sesuai konten yang ada di akun Instagram @baristajob.jogja, dan tinggal lanjut ke pembayaran atau tarif

yang sudah disepakati. Proses dan ketentuannya juga telah dikatakan Inggit sebagai admin Instagram @baristajob.jogja :

“Seperti biasa ya mas menghubungi admin melalui WA baru nanti kan ada proses komunikasi dari klien dengan admin seperti penawaran jasanya bagaimana penjelasan proses iklannya nanti bagaimana, nah nanti klien tinggal memilih mau pakai jasa yang mana begitu mas. Untuk penawaran konten dan harganya untuk Iklan LOWKER PER JOB 50k untuk sekali posting, kirim poster dan caption Paid Promote REELS IG & TIKTOK 200k untuk sekali posting dan tim Barista Job yang shoot, pihak cafe menyediakan produk minimal 2 porsi” (Inggit, 20 November 2022 - Wawancara Langsung).

Setelah kesepakatan jasa posting atau promosi telah disepakati, waktu posting juga menyesuaikan jam aktif dan *insight* pengikut di akun Instagram @baristajob.jogja, yaitu dari jam 07.00 pagi sampai jam 22.00 malam. Jadwal unggahan ini berdasarkan kebiasaan pengikut akun Instagram @baristajob.jogja agar unggahan atau postingan lebih efektif untuk muncul di laman explore dan laman *story* pengguna nantinya, sehingga kemungkinan terbacanya informasi atau unggahan lebih besar ketika pengguna tersebut sedang aktif di aplikasi Instagram.

Dalam memilih media yang tepat untuk beriklan tentu harus mempertimbangkan jangkauan, dampak yang dihasilkan, harga, efektivitas hingga keuntungan yang kita peroleh dalam kegiatan iklan atau promosi yang akan dilakukan. Seperti media promosi pada sosial media Instagram, pengiklan harus mempertimbangkan setidaknya beberapa hal diatas, untuk

melihat apakah iklan atau promosi yang diunggah dapat dijangkau oleh target pasar atau segmen pengguna Instagram yang diinginkan.

Melalui narasumber yang dipilih peneliti, peneliti akan memaparkan dampak, jangkauan hingga eektivitas ketika menggunakan jasa posting atau promosi di akun Instagram @baristajob.jogja. Data yang diperoleh didapatkan dari hasil wawancara langsung, dengan narasumber yaitu Jason Gregorius Lopy dan Chendri Yunan. Kedua narasumber memiliki posisi yang sama pada penelitian ini yaitu Manajer Operasional, dimana narasumber juga berperan aktif dalam proses perekrutan karyawan baru dan sekaligus telah beberapa kali menggunakan jasa posting atau promosi pada akun Instagram @baristajob.jogja.

Dalam jabatan dan tanggung jawabnya sebagai Manajer Operasional, selain menyiapkan segala kebutuhan perusahaan dalam menjual produknya dan penengah alur komunikasi yang terjadi di perusahaan, Lopy juga bertanggung jawab untuk memilih karyawan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan perusahaan nantinya. Proses saat seleksi inilah yang menjadi penentu kualitas karyawan yang baru bergabung dengan tim perusahaan, agar mendapatkan sumberdaya yang cocok dengan tim perusahaan sebelumnya dan kualitas kerja yang akan dihasilkan karyawan tersebut.

Dalam proses perekrutan karyawan, Lopy menggunakan jasa posting lowongan pekerjaan di akun Instagram @baristajobjogja untuk

memudahkan ia dalam mencari barista dari luar dan ingin bekerja di perusahaannya. Alasan Lopy memilih akun Instagram @baristajob.jogja untuk mempromosikan poster lowongan kerja dari perusahaan nya karena sesuai dengan nama akun Instagram, konten dan banyaknya pengikut akun tersebut. Seperti yang di utarakan Lopy:

“Mungkin yang pertama dari nama instagramnya itu sendiri yaa akun baristajob.jogja karena banyak ya mahasiswa yang di jogja ini kan dari luar jogja ya dan mereka keinginan untuk jadi barista tu besar, jadi orang orang yang mau cari kerja terutama dibidang FnB tu lebih mudah ya mencari informasi seputar lowker ini. Dari segi akunnya juga aktif ya dan followersnya juga sudah banyak dari segi konten juga isinya sesuai ya dengan konteks yang diminta sama klien terutama di lowker bagian FnB ya, awarenesnya orang-orang juga banyak” (Lopy, 14 November 2022 – Wawancara langsung).

Lopy juga menambahkan awal proses kerjasama yang terjadi juga tidak ribet, penjelasan dari adminnya lengkap dan juga mudah dan kita langsung merasakan dampak setelah poster diunggah di laman Instagram @baristajob.jogja. Lopy menuturkan proses awalnya, yaitu:

“Jadi alurnya saya menyeleksi dulu ya dengan media sosial yang berhubungan dengan publish job vacancy, ada baristajob ada yang lain juga..nah waktu saya menyeleksi itu cuman saya lebih memilih akun barista karena lebih segmented followersnya juga banyak, akhirnya saya hubungi CP nya melalui WA yang saya dapat di Instagram kontaknya dan saya menanyakan bagaimana cara bekerjasama untuk menggunakan jasa postingnya, ternyata kontennya dibuatkan dari pihak sana juga bisa dari kita sendiri juga bisa dan untuk fee nya itu mereka per konten itu kurang lebih 50-100 ribu. Sehabis itu sudah approve kontennya kaya gimana isinya apa aja mereka yang buat semuanya” Lopy, 14 November 2022 – Wawancara langsung).

Selain prosesnya yang cepat, efek dan *feedback* setelah akun Instagram @baristajob.jogja memposting poster lowongan pekerjaan, perusahaan mendapat banyak sekali pelamar yang mengirimkan lamaran melalui e-mail perusahaan, juga perusahaan tempat lopy berkerja juga secara tidak langsung ter-promosikan di kalangan pengikut akun Instagram @baristajob.jogja. Seperti kata Lopy:

“Efeknya banyak ya feedbacknya, terutama dari yang apply ke D’Konkrit jadi banyak sekali jadi efektif ya daripada lewat mulut ke mulut dan yang apply juga random ya jadi lebih memperluas relasi aja si mungkin dari kampus lain dll karena basicnya kan lokasi kami di seturan ya yang tadinya hanya anak anak UPN, Mercu, Amikom bisa memperluas di Kawasan yang lain” (Lopy, 14 November 2022 – Wawancara Langsung).

Lopy juga menambahkan dari segi harga jasa promosi atau posting dengan dampak yang dihasilkan sangatlah *worth it*, efektif dan tidak buang – buang waktu. Ia juga merekomendasikan akun @baristajob.jogja kepada perusahaan yang ingin merekrut karyawan agar menggunakan jasa posting di akun ini, karena harganya yang terjangkau dan jangkauan akun Instagram di pengikut Instagram @baristajob.jogja sangat lah luas khususnya dibidang industry F&B, sehingga sangat memudahkan perusahaan tersebut dalam mencari atau menjangkau karyawan baru yang berpengalaman di Industri F&B.

Dari hasil wawancara dengan narasumber kedua, Chendri Yunan juga merupakan seorang dengan tugas dan tanggung jawab yang hampir sama dengan Lopy, salah satunya adalah soal penentuan perekrutan

karyawan yang memenuhi standar perusahaan. Soal pemilihan media untuk promosi atau posting info lowongan pekerjaan di perusahaannya, Chendri mempercayakan kepada akun Instagram @baristajob.jogja untuk mengunggah poster info lowongan pekerjaan milik perusahaannya.

Proses awal menggunakan jasa posting di akun @baristajob.jogja juga sangat cepat dikarenakan admin akun yang sangat responsif. Chendri menuturkan proses awal kerja samanya yaitu:

“Oke jadi prosesnya itu kita pertama personal chat dulu ya sama adminnya, abis itu kita buat poster, isinya yaa kebutuhan karyawan kita, klasifikasi karyawan yang dibutuhkan bagaimana dan lain-lain, lalu abis itu payment terus langsung diupload sii nah abis itu langsung tuh mas banyak yang apply lewat kontak yang tertera di poster tersebut” (Chendri, 10 November 2022 – Wawancara Langsung).

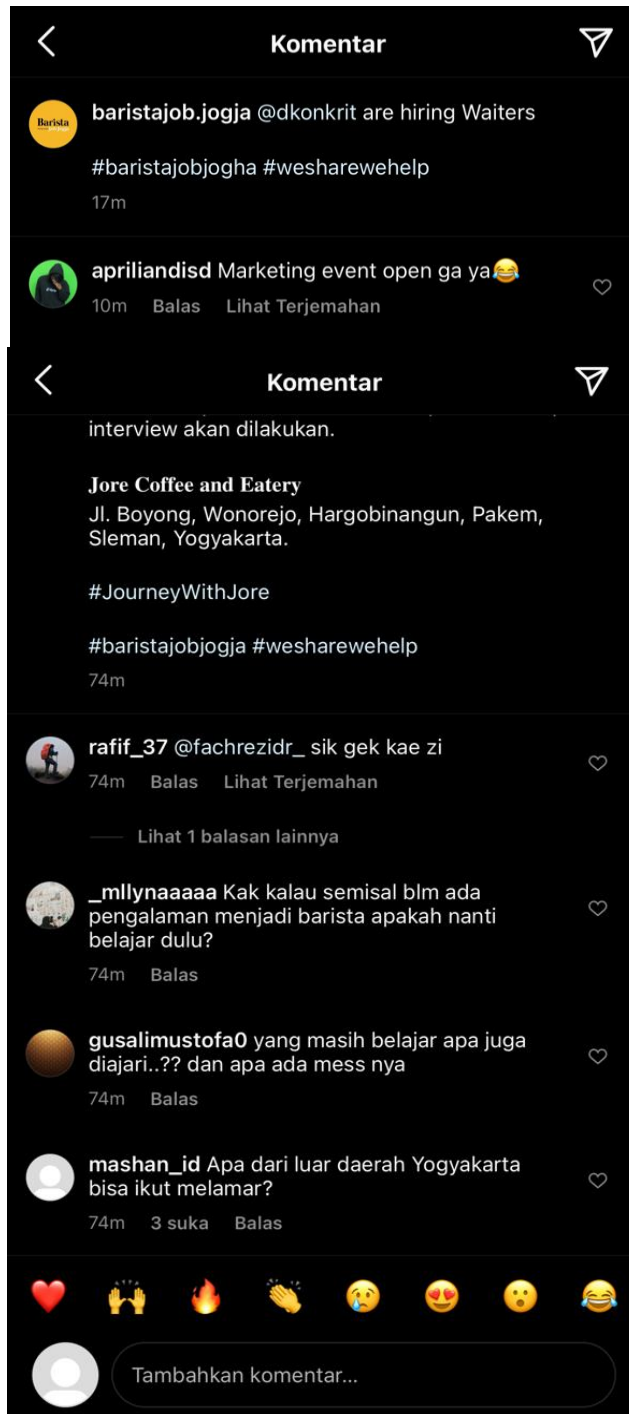
Walaupun Chendri juga memposting poster info lowongan pekerjaan perusahaannya di akun Instagram perusahaan, tetapi tidak terlalu besar juga dampaknya, tidak sebesar menggunakan jasa posting di akun @baristajob.jogja. Chendri menuturkan perbedaan tersebut saat proses wawancara, yaitu:

“Iya karena nyatanya ya dibandingkan dengan kita yang posting informasi tersebut di akun Jore dengan akun baristajob.jogja perbandingannya lumayan jauh ya dari segi orang yang apply cvnya bisa dihitung jari, sedangkan kalo lewat akun barista ini bisa ratusan bahkan ribuan cv yang apply ke jore. Jadi untuk efisiensi juga ya mas, mempersingkat waktu”. (Chendri, 10 November 2022 – Wawancara Langsung).

Menurut Chendri, keputusan untuk memilih akun @baristajob.jogja sebagai media untuk mempromosikan informasi lowongan pekerjaan perusahaannya adalah keputusan yang tepat. Karena *engagement* dan *insight* dari akun ini sudah besar, jangkauan pengikut rata – rata orang yang tertarik atau berpengalaman di bidang F&B dan juga keaktifan akun ini seputar informasi lowongan pekerjaan di Industri F&B. Chendri sendiri selama menggunakan jasa posting informasi lowongan pekerjaan miliknya di akun Instagram @baristajob.jogja, selalu puas dari segi harga posting atau promosi di akun ini dan dampak setelah poster perusahaannya di unggah di akun Instagram @baristajob.jogja.

Berdasarkan pengalaman pribadinya, Chendri juga menambahkan rekomendasi pribadi mengenai akun Instagram @baristajob.jogja kepada teman – teman barista atau perusahaan F&B yang lain, yaitu:

“Iya merekomendasikan sekali ya mas karena ya itu banyak orang-orang yang mendapatkan lowker ya dari akun baristajob.jogja ya dan setiap hari juga update banget akunnya ngga sekedar info lowker kadang juga akunnya update tentang tempat ngopi atau kafe-kafe dijogja yang bisa dijadikan referensi juga ya untuk para followersnya, jadi dari pengalaman saya sangat worth it si menggunakan jasa di akun tersebut” (Chendri, 10 November 2022 – Wawancara Langsung).



Gambar. 13- Aktivitas Akun Instagram @baristajob.jogja

Sumber: Akun Instagram @baristajob.jogja

Kedua gambar diatas merupakan *screenshoot* kolom komentar di unggahan postingan poster lowongan pekerjaan pada akun Instagram @baristajob.jogja. Berkaitan dengan aktivitas akun Instagram @baristajob.jogja sebagai sebuah *media placement*, interaksi komentar diatas merupakan hal yang biasa dan sekaligus pembuktian keaktifan dan ketertarikan para pengikut akun Instagram @baristajob.jogja terhadap setiap postingan atau unggahan pada akun ini baik itu tentang konten informasi lowongan pekerjaan dan konten promosi produk atau tempat.

Beragam jenis dan jumlah komentar pada kolom komentar, *likes* hingga postingan tersimpan oleh pengikut disetiap postingan akun Instagram @baristajob.jogja merupakan pemanfaatan setiap fitur yang tersedia di Instagram dan membentuk algoritma tersendiri untuk membantu admin akun Instagram @baristajob.jogja dalam memberikan jenis konten yang paling banyak dibutuhkan dan disukai oleh pengikut ataupun pengguna Instagram yang lain, sehingga akun Instagram @baristajob.jogja dapat selalu menjaga eksistensinya di sosial media khususnya dibidang industry F&B.

Melalui kedua narasumber peneliti, pada bagian akun Instagram @baristajob.jogja sebagai sebuah *Media Placement* didapati bahwa akun Instagram @baristajob.jogja sudah membuktikan sebagai media promosi. Dari dampak unggahan, jangkauan dan kesuksesan akun Instagram

@baristajob.jogja dalam mempromosikan informasi lowongan pekerjaan sangat membantu perusahaan – perusahaan di Industri F&B dalam mencari karyawan. Disamping itu, dengan adanya akun Instagram @baristajob.jogja selalu menjadi pilihan utama bagi perusahaan dalam kegiatan promosi atau jasa postingnya, juga memusatkan informasi seputar dunia F&B di akun ini, seperti info lowongan pekerjaan di setiap jabatan di Industri F&B, rekomendasi tempat ngopi bagi pecinta kopi, hingga promosi tempat usaha yang bergerak di bidang Industri F&B.

2. Akun Instagram @Baristajob.jogja sebagai Pemenuhan Informasi Lowongan Pekerjaan bagi pegawai di Bidang Food and Beverage di Yogyakarta.

Salah satu manfaat dan keunggulan dari sosial media adalah kemungkinan tertinggi untuk tetap terhubung dengan satu sama lain tanpa ada hambatan jarak. Selalu terhubung inilah yang menyebabkan selalu adanya pertukaran informasi maupun pengetahuan yang terjadi didalam sosial media itu sendiri. Salah satunya adalah Instagram, selain untuk selalu terhubung dengan sesama penggunanya juga sebagai wadah atau sumber informasi bagi para penggunanya. Sumber ini juga menjadikan setiap penggunanya salalu mengandalkan sosial media Instagram untuk menambah wawasan dan informasi yang dibutuhkan untuk perkembangan penggunanya.

Sejalan perkembangan di era sekarang, Instagram bisa dijadikan pilihan utama dalam memenuhi informasi pribadi penggunanya dan memudahkannya untuk mendapat informasi yang diinginkan. Salah satunya tentang pemenuhan informasi lowongan pekerjaan, Instagram juga merupakan salah satu sosial media yang paling banyak bertukar informasi tentang ini, kita hanya perlu mempersempit pencarian dengan kata kunci atau akun – akun yang berkaitan dengan informasi lowongan pekerjaan yang diinginkan.

Salah satu akun yang menyediakan informasi lowongan pekerjaan adalah akun @baristajob.jogja. Berbeda dengan akun – akun lowongan pekerjaan yang lain khususnya secara regional daerah yaitu Yogyakarta, akun ini lebih *segmented* dalam informasi lowongan pekerjaan. Akun ini hanya memberikan informasi lowongan pekerjaan seputar Industri F&B saja, segala posisi yang ada dalam Industri F&B dan tidak tercampur dengan informasi lowongan pekerjaan industri yang lain.

Pada bagian ini peneliti memilih narasumber yang sudah lama berkarir di Industri F&B yaitu, Fincal Aditya dan Nisa Sabrina. Dengan waktu karir di industri F&B lebih dari 1,5 tahun dengan perusahaan yang berbeda - beda. Kedua narasumber merupakan pegawai di *Coffee Shop* yang berbeda, akan tetapi di posisi yang sama yaitu posisi Barista. Melalui kedua narasumber, peneliti akan memaparkan factor apa saja yang membuat kedua narasumber menjadikan akun @baristajob.jogja sebagai

media pemenuhan informasi tentang lowongan pekerjaan dan mengaitkannya dengan pegawai – pegawai yang sedang mencari lowongan pekerjaan ataupun sedang mencari referensi perusahaan untuk lanjut berkarir di Industri ini.

“Sudah cukup membantu yaa menurut saya karena informasinya kan lengkap ya dan beberapa posisi juga ada ya ngga barista doang, jadi cukup membantu si”. (Wawancara dengan Fincal Aditya pada Tanggal 12 November 2022)

Akun Instagram @baristajob.jogja memberikan kemudahan bagi publiknya terutama mahasiswa dalam mencari lowongan pekerjaan sampingan di bidang FnB melalui poster yang dipublikasikan. Pada unggahan baik berupa poster maupun unggahan reels yang memiliki keterkaitan dengan lowongan pekerjaan, menjadi unggahan yang ditunggu-tunggu oleh para pengikutnya. Saat ini mendapatkan tanggung jawab sebagai *Head Bar* (Kepala Barista) di Tilasawa Coffee and Roastery. Fincal Aditya yang memimpin tim Barista dan juga bertanggung jawab atas tim dan kebutuhan Barista yang lain selama kegiatan operasional perusahaan. Fincal juga bertanggung jawab untuk mengatur alur informasi dan komunikasi diantara tim – tim perusahaan agar selalu terhubung.

Berawal dari informasi lowongan pekerjaan yang di dapatkan dari postingan akun Instagram @baristajob.jogja, Fincal berpindah dari tempat kerja sebelumnya yaitu restoran sebagai *waiter* dan melanjutkan karirnya di posisi Barista. Menjadi salah satu pengikut akun Instagram

@baristajob.jogja sejak lama, Fincal mendapatkan banyak sekali informasi dari akun ini seperti dari informasi lowongan pekerjaan di restoran nya dahulu hingga referensi perusahaan untuk dia berpindah lagi nantinya, Fincal selalu memantau setiap postingan dari akun Instagram @baristajob.jogja ini. Seperti yang dikatakan oleh Fincal mengenai informasi yang ia peroleh dari akun @baristajob.jogja, yaitu:

“Ya sudah pernah mas tapi ditempat kerja sebelumnya, dulu saya kerja di resto kebetulan saya mendapatkan lowongan pekerjaan tersebut dari akun @baristajob.jogja ini” (Fincal Aditiya, 12 November 2022 – Wawancara Langsung).

Menurut pengalaman Fincal, akun @baristajob.jogja sangat membantu dan mempermudah Fincal dalam mencari kerjaan di Industri F&B selama ini. Postingan lowongan kerjaan yang di unggah akun Instagram @baristajob.jogja sudah lengkap, dari nama dan akun Instagram perusahaan, kriteria yang dibutuhkan, batas waktu melamar hingga e-mail kontak perusahaan sudah tertera dalam poster unggahan. Selalu mengikuti aktivitas akun Instagram @baristajob.jogja, juga memberikan Fincal referensi mengenai perusahaan lain untuk berpindah perusahaan yang lebih baik dan kemajuan karir Baristanya nantinya.

Dari segi penggunaan media sosial Instagram sebagai wadah menambah wawasan dan pengetahuan pribadi, Fincal menuturkan kebiasaannya tersebut untuk meningkatkan *skill* nya khususnya sebagai

Barista. Seperti yang dikatakan Fincal pada saat wawancara tentang pengerah Instagram untuk perkembangan wawasan Baristanya, yaitu:

“Kalo dari ig sangat berpengaruh juga ya dalam menambah wawasan, karena aku bisa jadi eksplor juga terkait dengan hal-hal seputar FnB atau lebih spesifik ke kopi ya” (Fincal Aditya, 12 November 2022 – Wawancara Langsung).

Selain pengembangan *skill* dan wawasan seputar dunia Barista, Fincal juga menuturkan pengaruh akun ini juga tidak hanya membantu para pegawai untuk mencari lowongan pekerjaan, akun @baristajob.jogja ini juga membantu para pencari lowongan pekerjaan dari tips dan cara menulis CV yang menarik, agar CV yang pelamar kirimkan cepat diproses dan dipanggil *interview* serta konten tanya jawab yang sering akun ini lakukan pada laman *Instastory* agar sesama pengikut saling terhubung dan interaktif dengan admin akun Instagram @baristajob.jogja.

Sebagai Barista di Mayoni Coffee dan konten creator, Nisa Sabrina juga pengguna aktif sosial media Instagram dan Tik – Tok. Khususnya di Instagram, akun Instagram Nica memiliki ciri khas konten *daily outfit* dan keseharian Nisa ketika mengunjungi tempat – tempat menarik serta kegiatan foto produk atau *endorsement*. Banyak nya kegiatan dan konsisten nya dalam mengunggah konten atau postingan di Instagram membuat akun Nica banyak diikuti oleh pengguna lain, yang senang dan setipe dengan konten – konten di akun Instagram Nica Sabrina.

Memiliki penghasilan lain dari akun Instagram miliknya melalui tawaran kerjasama dan *endorsement* produk, Nisa Sabrina juga harus selalu menjaga kualitas konten miliknya dan juga harus selalu *update* mengenai hal – hal atau informasi yang berhubungan dengan kemajuan konten miliknya. Dari informasi referensi konten, *trend outfit* saat ini hingga wawasan Baristanya menjadi alasan kuat Nisa selalu bergantung pada Instagram sebagai wadah pemenuhan informasi pribadi. Dari segi menambah wawasan seputar kopi di posisi Barista, Nisa juga banyak eksplor dari Instagram langsung sehingga Nisa tidak merasa kesusahan untuk mencari referensi pengetahuan untuk menunjang karirnya sebagai Barista.

Mengikuti akun @baristajob.jogja sebelum memutuskan menjadi Barista kembali di Yogyakarta, Nisa selalu memantau postingan di akun Instagram @baristajob.jogja untuk melihat perusahaan F&B atau *coffee shop* mana saja yang saat ini sedang mencari karyawan. Menjadi perusahaan tempat Nisa bekerja saat ini, dimana informasi lowongan pekerjaan ini ia dapatkan dari postingan akun Instagram @baristajob.jogja juga, yang awalnya masih kebingungan untuk mencari info lowongan pekerjaan sebagai Barista di Yogyakarta di mana. Sejalan dengan penuturan Nisa pada saat wawancara, saat ditanya mengenai pengetahuan tentang akun Instagram @baristajob.jogja, yaitu:

“Iya benerrr, dari sebelum ke Jogja pun aku nyari gitu kan akun barista job kebetulan nemu akun baristajob.jogja dan kebetulan aktif juga akunya” (Nisa Sabrina, 15 November 2022 – Wawancara Langsung).

Nisa juga menambahkan tentang akun Instagram @baristajob.jogja dari kesamaan konten akun Instagram pribadi milliknya pada akun ini yang menjadi alasan Nica juga masih menjadi pengikut dan selalu mengikuti setiap postingan terbaru di akun Instagram @baristajob.jogja, seperti :

“Paling ga hanya seputar hiring barista si, setauku akun ini juga dia ee aktif di ini ya kaya update tempat, rekomendasi coffeshop di Jogja gitu. Kebetulan aku suka ngopi juga jadi ngerasa terbantu banget buat nyari tempat-tempat ngopi gitu” (Nisa Sabrina, 15 November 2022 – Wawancara Langsung).

Berkaitan dengan teori pendekatan tentang kebutuhan informasi pengguna sosial media yang dikaitkan peneliti sebelumnya, kedua narasumber cocok dan sejalan dengan empat pendekatan soal pemenuhan informasi pengguna sosial media pada akun Instagram @baristajob.jogja. Fincal dan Nisa memanfaatkan akun Instagram @baristajob.jogja untuk memenuhi informasi dan pengetahuan mereka selama berkarir di Industri F&B. Dimana Fincal memanfaatkan unggahan pada akun Instagram @baristajob.jogja untuk berpindah perusahaan F&B di posisi yang berbeda, termasuk pada pendekatan *catching-up need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan informasi terbaru sesuai kebutuhannya. Fincal juga termasuk pada pendekatan

current need approach, dimana menggunakan akun Instagram @baristajob.jogja untuk menambah atau memperluas pengetahuannya selama berkarir di Industri F&B sebagai posisi Barista. Sementara untuk Nica, pendekatan yang paling sesuai adalah *everyday need approach* dimana Nica memanfaatkan akun Instagram @baristajob.jogja selain mencari lowongan pekerjaan juga menambah informasi referensi tempat F&B yang dapat dijadikan bahan konten olehnya. Melalui unggahan akun Instagram @baristajob.jogja yang cepat, spesifik dan rutin dan berkaitan dengan karir yang Nica jalani, informasi yang disediakan oleh akun Instagram @baristajob.jogja setiap hari membantu Nica untuk menambah wawasan pribadinya untuk lebih mengenal pergerakan Industri F&B dan mencari informasi perusahaan F&B selanjutnya untuk lebih meningkatkan karir dan kualitas kontennya kedepannya.

Melalui kedua narasumber peneliti, pada bagian akun Instagram @baristajob.jogja sebagai media pemenuhan informasi lowongan pekerjaan, dapat dibuktikan akun Instagram @baristajob.jogja sukses menjadi media pemenuhan informasi pegawai tentang lowongan pekerjaan dan memudahkan narasumber dalam mencari referensi lowongan pekerjaan. Kedua narasumber juga merekomendasikan akun Instagram @baristajob.jogja sebagai media pemenuhan informasi lowongan pekerjaan kepada pengguna Instagram terutama bagi mereka yang ingin bekerja sebagai Barista ataupun bekerja di Industri F&B. Melalui proses

wawancara, kedua narasumber juga mengutarakan beberapa factor pendukung ketika kedua narasumber mengikuti setiap postingan akun Instagram @baristajob.jogja, seperti: faktor keaktifan aktivitas akun Instagram @baristajob.jogja, interaktif nya admin dengan pengikut hingga postingan tentang referensi perusahaan Industri F&B dan tips – tips agar lolos seleksi CV di Industri F&B sehingga memudahkan calon pelamar untuk memahami cara kerja di Industri F&B.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian penelitian dengan studi kasus, melalui metode pengambilan data dan observasi, wawancara, dan dokumentasi pada akun Instagram @baristajob.jogja, pengikut dan pengguna jasa di akun Instagram @baristajob.jogja, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Akun Instagram @baristajob.jogja berhasil memberikan manfaat dan sukses sebagai salah satu akun Instagram Media *Placement* atau media promosi. Pengaruh dan efek yang dihasilkan ketika menggunakan akun Instagram @baristajob.jogja sebagai media promosi informasi lowongan pekerjaan sangat signifikan dan berdampak bagi klien atau pengguna jasa posting. Kalkulasi waktu unggahan dengan data akses pengikut di akun @baristajob.jogja sesuai dengan kebiasaan pengikut, yang artinya tersampainya informasi atau iklan di laman Instagram masing – masing pengikut sesuai dengan waktu pengikut saat sedang menggunakan aplikasi Instagram. Akun Instagram @baristajob.jogja sangat mencakup semua bidang/jabatan kerja di bidang Industri F&B di Yogyakarta, sehingga memudahkan pengguna/pengikut yang membutuhkan informasi lowongan pekerjaan di bidang F&B di Yogyakarta.

Kesan pertama saat proses awal menjalin sebuah kerjasama menjadi nilai penting dalam memulai sebuah kerjasama di bidang jual/beli jasa. Mudah dan

sederhana dalam menjalin kerjasama atau penggunaan jasa di akun Instagram @baristajob.jogja terbilang cepat dikarenakan admin yang responsif dan interaktif dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan. Rentan harga kerjasama promosi/iklan yang terjangkau dan sangat sesuai dengan hasil yang di harapkan klien/pengguna jasa promosi pada akun Instagram @baristajob.jogja. Aktif dalam setiap aktivitas unggahan informasi lowongan pekerjaan di Instagram menjadikan kerjasama promosi/iklan di akun Instagram @baristajob.jogja lebih efektif, efisien dan sesuai dengan hasil yang di harapkan dalam promosi atau beriklan. Dan rata – rata kepuasan yang tinggi setelah kerjasama promosi/iklan di akun Instagram @baristajob.jogja menjadi keunggulan dan pembeda dengan akun Instagram informasi lowongan pekerjaan yang lain khususnya didaerah Yogyakarta.

Pemilihan jenis konten dan pemahaman tentang informasi yang sangat di butuhkan publik atau pengguna Instagram dalam memenuhi informasi pribadinya. *Segmented* nya jenis konten informasi lowongan pekerjaan yang di unggah akun Instagram @baristajob.jogja menjadi pilihan utama pengguna Instagram dalam memenuhi informasi seputar lowongan pekerjaan di bidang Industri F&B. Konsistensi setiap unggahan pada akun Instagram @baristajob.jogja yang selalu berhubungan dengan dunia industry F&B. Format poster yang lengkap dan sederhana dalam setiap unggahan akun Instagram @baristajob.jogja sudah melengkapi informasi dasar yang dibutuhkan pengikut atau pencari lowongan pekerjaan. Terbantunya pengikut atau pencari informasi lowongan pekerjaan di bidang industry F&B di Yogyakarta

menjadikan akun Instagram @baristajob.jogja selalu menjadi rekomendasi teratas diantara akun – akun Instagram yang menyediakan informasi lowongan pekerjaan di Industri F&B di Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil rangkaian penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran dari peneliti, diantaranya:

1. Bagi akun Instagram @baristajob.jogja
 - a. Akun Instagram @baristajob.jogja dapat meningkatkan dan menjangkau informasi lowongan pekerjaan di perusahaan – perusahaan Industri F&B di Yogyakarta.
 - b. Akun Instagram @baristajob.jogja dapat meningkatkan dan menjangkau setiap pengguna atau pencari lowongan pekerjaan di Industri F&B Yogyakarta.
 - c. Akun Instagram @baristajob.jogja dapat meningkatkan kualitas konten dan komunikasi yang interaktif kepada pengikut akunnya.
 - d. Akun Instagram @baristajob.jogja dapat meningkatkan kerjasama dengan berbagai perusahaan dan merangkul semua lini di Industri F&B di Yogyakarta.
 - e. Akun Instagram @baristajob.jogja dapat meningkatkan kreatifitas dan kegiatan – kegiatan positif selama aktivitas nya sehingga mampu

mewujudkan tujuan serta harapan akun Instagram @baristajob..jogja kearah yang lebih baik dan bermanfaat.

2. Bagi pengikut akun Instagram @baristajob.jogja

Akun Instagram @baristajob.jogja merupakan salah satu wadah penyedia informasi lowongan pekerjaan di bidang Industri F&B di Yogyakarta. Dengan tujuan dan harapan dalam membantu perusahaan Industri F&B Yogyakarta serta memenuhi informasi pencari lowongan pekerjaan di Industri F&B, maka di harapkan pengikut akun Instagram @baristajob.jogja agar bijak dan selalu *support* perkembangan akun @baristajob.jogja dan sama – sama menjaga informasi yang beredar seputar lingkungan Industri F&B yang positif di Yogyakarta.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai *Media Placement*, dan lebih mengkritisi *Media Placement* dari sudut pandang lain untuk menambah informasi tentang perkembangan *Media Placement* di era perkembangan sosial media saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Andreas M Kaplan, M. H. (2010). *User of The World, Unite! The Challenges and Oppertunities of Social Media*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Antony, M. (2008). *What is Social Media*. London: iCrossing.
- Flew, T. (2008). *New Media : an introduction*. New York: Oxford University.
- Hastjarjo, S. (2012). *New Media Teori dan Aplikasi*. Salatiga: Satya Wacana University Press.
- Iriantara, Y. (2005). *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rachmat Kriyanto, S. M. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- S, P. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Syaibani, Y. A. (2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar: Lindu Pustaka.
- Vivian, J. (2008). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- WJS, P. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Yusuf, P. M. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Jurnal

Perdana, Cepti Rachman Gilang, Edwin Rizal dan Ute Lies Siti Khadijah. (2012). *Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers*. Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

Mersey, R.D., Malthouse, E.C., Calder, B. J. (2010) *Engagement with Online Media*. *Journal of Media Business Studies*.

Website

<https://ipasmanda3.blogspot.com/2013/10/sejarah-internet-indonesia-sejarah.html?m=0> diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022> diakses pada tanggal 22 April 2022.

https://kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://tekno.tempo.co/read/1537458/tiktok-jadi-aplikasi-terbanyak-diunduh-dan-berpenghasilan-tertinggi-2021/full&view=ok> diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://www.instagram.com/baristajob.jogja/> diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://www.instagram.com/baristajob.jogja/> diakses pada tanggal 22 April 2022.

<https://www.kaskus.co.id/thread/5cda6ca6a2d195371240f08c/apa-itu-media-placement/> diakses pada tanggal 22 April 2022.

LAMPIRAN

Lampiran 1- Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Founder dan Pemilik Akun

@baristajob.jogja Inggit Mutmainah



Gambar. 14- Wawancara dengan Founder Akun Instagram @baristajob.jogja Inggit Mutmainah



Gambar. 15- Sesi Foto dengan Narasumber Inggit Mutmainah

**Lampiran 2- Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Manajer Operasional Jore
Coffee Chendri Yunan**



Gambar. 16- Wawancara dengan Manajer Operasional Jore Coffee Chendri Yunan



Gambar. 17- Sesi Foto dengan Narasumber Chendri Yunan

Lampiran 3- Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Manajer Operasional

D'Konkrit Coffee N Eatery Gregorius Lopy



Gambar. 18- Wawancara dengan Manajer Operasional D'Konkrit Gregorius Lopy



Gambar. 19- Sesi Foto dengan Narasumber Gregorius Lopy

Lampiran 4- Dokumentasi Sesi Wawancara *Job Seeker* Pengguna Akun

@baristajob.jogja Fincal Aditya



Gambar. 20- Wawancara dengan Jobseeker Pengguna Akun @baristajob.jogja Fincal Aditya



Gambar. 21- Sesi Foto dengan Narasumber Fincal Aditya

Lampiran 5- Dokumentasi Sesi Wawancara *Job Seeker* Pengguna Akun

@baristajob.jogja Nisa Sabrina



Gambar. 22- Sesi Wawancara dengan Narasumber Sabrina Nisa

Lampiran 6- Interview Guide

INTERVIEW GUIDE

- 1. Narasumber: Inggit Mutia Mutmainah (*Founder* dan pemilik akun @baristajob.jogja).**

A. Identitas Narasumber

1. Nama lengkap, alamat, dan TTL, domisili, keseharian, hobi dll.
2. Posisi sebagai apa pada akun Instagram @baristajob.jogja
3. Berapa orang yang terlibat dalam akun @baristajob.jogja
4. Sudah berapa lama aktif di media sosial Instagram sebagai pemilik akun @baristajob.jogja

B. Media Pemenuhan Informasi

1. Apa alasan anda membentuk akun Instagram @baristajob.jogja
2. Bagaimana biasanya cara komunikasi anda sebagai admin akun @baristajob.jogja ketika menerima informasi lowongan pekerjaan hingga menyebarkan kembali ke pengikut akun @baristajob.jogja
3. Apakah ada metode komunikasi khusus anda sebagai pemilik akun @baristajob.jogja dalam berkomunikasi dengan klien yang ingin bekerjasama dengan akun @baristajob.jogja
4. Untuk sejauh ini, apakah ada kendala yang sering terjadi ketika mengelola informasi dari klien hingga dari pengikut @baristajob.jogja

5. Hingga sejauh ini siapa yang paling berperan aktif dalam pengelolaan akun @baristajob.jogja, apakah anda sendiri atau akun @baristajobjogja sudah memiliki team tersendiri selama berproses dan bekerjasama dengan klien
6. Seperti apa macam-macam respon pengikut saat akun @baristajob.jogja mengunggah sebuah konten
7. Apakah ada jadwal khusus untuk akun @baristajob.jogja dalam melakukan sebuah unggahan/postingan

C. Media Placement

1. Bagaimana latar belakang awal mulanya akun @baristajob.jogja dapat terbentuk sebagai salah satu akun penyedia informasi lowongan pekerjaan di Industri F&B khususnya
2. Motivasi apa yang melatarbelakangi terbentuknya akun @baristajob.jogja hingga sebesar saat ini
3. Konten dan jasa apa saja yang dusediakan oleh akun @baristajob.jogja saat ini dan kedepannya
4. Bagaimana proses dan sistem kerjasama awal yang terjadi pada klien, mulai dari harga, ketentuan sampai prosedur yang harus dilewati
5. Adakah aturan - aturan dasar untuk bekerjasama dengan akun @baristajob.jogja dalam beriklan atau menggunakan jasa di akun @baristajob.jogja

6. Apa saja keuntungan yang didapat klien jika bekerjasama atau beriklan di akun Instagram @baristajob.jogja
7. Apa harapan anda kedepannya sebagai admin atau pemilik akun @baristajob.jogja dalam bentuk kerjasama dengan sebuah klien atau perusahaan

2. Narasumber: Jason Gregorius Calvin Andrian Lopy (Manajer Operasional di D’Konkrit sekaligus pengguna jasa posting lowongan pekerjaan di akun Instagram @baristajob.jogja) dan Chendri Yunan (Manajer Operasional di Jore Coffee sekaligus pengguna jasa posting lowongan pekerjaan di akun Instagram @baristajob.jogja)

A. Identitas Narasumber

1. Nama Lengkap, alamat, TTL, domisili, keseharian dan hobi.
2. Sudah berapa lama menggeluti dunia Industri F&B?
3. Apa alasan anda hingga saat ini tetap bertahan di dunia F&B?
4. Posisi yang anda isi di tempat kerja saat ini?

B. Media Pemenuhan Informasi

1. Apakah tempat usaha anda saat ini menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi, kegiatan operasional perusahaan atau sebagainya?
2. Apakah posisi anda saat ini juga memiliki peran untuk mengendalikan alur komunikasi yang terjadi di media sosial Instagram perusahaan?

3. Jika posisi anda juga memiliki peran penting dalam seleksi karyawan perusahaan, bagaimana cara anda untuk memproses itu semua mulai dari pencarian karyawan hingga menyiapkan karyawan tersebut untuk siap bekerja?
4. Klasifikasi apa yang cocok dan anda butuhkan untuk perusahaan dalam menyiapkan karyawan atau tenaga kerja yang baru?
5. Apakah anda juga mempertimbangkan calon karyawan yang akan direkrut terhadap tipe pelanggan perusahaan, seperti apa salah satunya?
6. Dari semua bahan yang perusahaan anda butuhkan dalam proses perekrutan karyawan, bagaimana proses anda menjalin alur komunikasi kerjasama dengan akun Instagram @baristajob.jogja dalam penggunaan jasa postingan tersebut, dapat dijelaskan prosesnya

C. Media Placement

1. Apakah anda memanfaatkan media sosial pada proses perekrutan karyawan?
2. Apakah anda menyebarkan informasi lowongan pekerjaan secara langsung pada akun media sosial perusahaan anda?
3. Apakah anda mengetahui akun Instagram @baristajob.jogja sebagai wadah untuk menyebarkan informasi lowongan pekerjaan perusahaan anda, dan bagaimana menurut anda tentang akun tersebut ?

4. Apakah ada manfaat atau dampak langsung ketika anda menggunakan jasa di akun @baristajob.jogja untuk menyebarluaskan informasi lowongan pekerjaan di perusahaan anda ?
5. Bagaimana efektivitas dari penggunaan jasa postingan di akun Instagram @baristajob.jogja menurut anda ?
6. Apakah anda mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kriteria anda dan perusahaan melalui penggunaan jasa posting pada akun @baristajob.jogja?
7. Apakah menurut anda sebagai pengguna jasa postingan lowongan pekerjaan di akun Instagram @baristajob.jogja, menggunakan jasa di akun tersebut sesuai dengan kebutuhan perusahaan anda, mulai dari harga hingga dampaknya?
8. Apakah anda merekomendasikan akun Instagram @baristajob.jogja sebagai media untuk menyebarluaskan informasi lowongan pekerjaan kepada perusahaan F&B yang lain khususnya daerah Yogyakarta?

3. Narasumber: Fincal Aditya (Pengikut akun @baristajob.jogja sekaligus Barista di Tilasawa Coffee) dan Nisa Sabrina (Pengikut akun @baristajob.jogja sekaligus Barista di Mayoni Coffee).

A. Identitas Narasumber

1. Nama lengkap, alamat, TTL, domisili, keseharian dan hobi
2. Sudah berapa lama menggeluti dunia Industri F&B, khususnya posisi Barista?

3. Apa alasan anda hingga saat ini tetap bertahan di dunia F&, khususnya posisi Barista?
4. Posisi dan peran yang anda isi di tempat kerja saat ini?

B. Media Pemenuhan Informasi

1. Apakah anda menggunakan media sosial Instagram selama berkarir menjadi barista?
2. Apakah anda menggunakan Instagram sebagai wadah untuk anda belajar dan menambah wawasan anda sebagai Barista?
3. Apakah anda memanfaatkan media sosial Instagram dalam mencari referensi lowongan pekerjaan?
4. Apakah anda mengetahui akun Instagram @baristajob.jogja adalah sebuah wadah informasi lowongan pekerjaan di Industri F&B?
5. Jenis informasi yang seperti apa saja yang sudah anda dapatkan selama mengikuti akun Instagram @baristajob.jogja ?
6. Menurut anda apakah informasi terkait postingan lowongan pekerjaan pada akun tersebut sudah lengkap?
7. Apakah akun tersebut sudah memberikan informasi yang lengkap dan memudahkan anda seputar lowongan pekerjaan di bidang F&B, karier dan event seputar dunia F&B?

C. Media Placement

1. Menurut anda apakah penggunaan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi terkait lowongan pekerjaan sudah tepat?

2. Apakah anda mengikuti akun Instagram @baristajob.jogja dengan motif tertentu, selain informasi lowongan pekerjaan ?
3. Menurut anda apakah akun @baristajob.jogja cukup membantu bagi para pencari lowongan pekerjaan di bidang F&B ?
4. Apakah metode/cara penyampaian informasi lowongan pekerjaan dalam setiap postingan akun @baristajob.jogja sudah tepat dan lengkap?
5. Apakah anda pernah mendapatkan pekerjaan dari postingan lowongan pekerjaan yang di posting akun Instagram @baristajob.jogja?
6. Apakah anda merekomendasikan akun Instagram @baristajob.jogja kepada teman sesama Barista anda atau para pencari lowongan pekerjaan di Industri F&B diluar sana?
7. Apakah anda memiliki harapan tersendiri pada akun tersebut?

Lampiran 7- Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA I

Pewawancara : Johan Aris Sitorus

Narasumber : Inggit Mutia Mutmainah

Informan 1

Tanggal Wawancara : 20 November 2022

Tempat/Waktu : Via wawancara secara langsung di Agoge Coffee
Yogyakarta

Identitas Informan:

Nama : Inggit Mutia Mutmainah

Umur : 24 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : 6 April 1998

Tempat Tinggal : Jl. Cangkringan, Area Sawah, Bimomartani,
Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah
Istimewa Yogyakarta.

Johan : “Halo mba Inggit, sebelumnya perkenalan dulu ya mba saya Johan Aris mahasiswa Mercu Buana Yogyakarta yang kebetulan hari ini ingin

mewawancarai mba terkait dengan judul penelitian yang sudah saya sampaikan kemarin mbak”.

Inggit : “Oiya, Mas Johan salam kenal yaa”

Johan : “Sebelumnya mba terima kasih untuk kesempatannya ya mba untuk meluangkan waktu mba juga hari ini”.

Inggit : “Iya ngga papa mas aman aja selagi saya bisa bantu hehe”.

Johan : “Baik mba langsung dimulai saja ya mba, yang pertama terkait identitas mba karna untuk keperluan data wawancara sebelumnya mohon maaf kalau boleh tau nama lengkap mba dan tanggal dan tempat lahir mba dimana ya mba?”.

Inggit : “Nama lengkap saya Inggit Mutia Mutmainah, biasa sehari-harinya dipanggil Inggit mas, kalo untuk lahir kebetulan saya lahir di Sukabumi, 6 April 1998”.

Johan : “Baik mba, untuk alamat mba?”.

Inggit : “Alamatnya di Bimomartani, Ngemplak, Kabupatennya Sleman”.

Johan : “Untuk keseharian sekarang sedang sibuk apa kak?”.

Inggit : “Kebetulan lagi sibuk ngurusin bisnis aja si mas sebagai konten kreator ya sambal kulineran, ngopi sama sepedaan paling mas”.

Johan : “Terkait akun baristajob mba, sudah berapa lama aktifnya akun ini mba?”.

Inggit : “Kalo akun ini mulainya tu.. sekitar Desember 2018 mas itu awal mulainya akun ini”.

Johan : “Untuk di akun ini mba posisinya vrarti sebagai apa mba? Founder atau bagaimana?”.

Inggit : “Iya saya foundernya mas”.

Johan : “Untuk akun ini mba, ada berapa orang yang terlibat?”

Inggit : “Untuk saat ini masih berdua mas saya sama suami saya”.

Johan : “Alasan atau ee.. latar belakang mba untuk membentuk akun ini awalnya gimana mba?”.

Inggit : “Awalnya tu buat ini mas nyari karyawan juga buat coffeshop saya tempat dulu kerja, nah itu awal mulanya si mas”.

Johan : “Komunikasi sama klien biasanya lewat apa mba?”.

Inggit : “Semua komunikasi lewat WA mas”.

Johan : “Untuk tahapan atau proses komunikasi mba, sama klien biasanya bagaimana mba cara komunikasinya waktu mba baru menerima kaya pesanan gitu mba dari kliennya?”.

Inggit : “Awalnya tu nanti aktifasi dulu mas melalui repost dulu snapgram atau postingan dari akun coffeeshop, nah baru nanti pihak manajemen coffeshop menghubungi baristajob jogja melalui WA lewat kontak yang sudah tertera di Instagram @baristajob.jogja”.

Johan : “Emm untuk sejauh ini mba ada kendala tersendiri nggak mba maksudnya dari segi klien atau dari pengikut akun kaya ada yang ribet atau kendala yang bagaimana mba?”.

Inggit : “Untuk kendala si paling dari pihak klien paling ini sih mas, kadang kurang lengkap aja kalau kasih informasi. Padahal kan informasi yang lengkap penting ya biar efektif juga nanti informasinya”.

Johan : “oke oke mba, eemm untuk pengelolaan akun sendiri mba ada pembagian *jobdesk* kah atau bagaimana mba?”.

Inggit : “Emm, kalo untuk posting iklan loker biasanya saya sendiri mas yang *handle*, tapi kalo paid promote untuk video *reels* ada satu orang yang membantu”.

Johan : “Kalo respon dari pengikut mba biasanya seperti apa saja mba macam-macam responnya?”.

Inggit : “Kasus paling banyak si ini ya mas kadang beberapa masih pada nggak paham sama konteks postingannya, mereka kurang mau baca detail-detail postingannya sebagai contoh harusnya kan menghubungi pihak penyedia lokernya tapi malah kebanyakan jadi menghubungi ke WA kami jadinya kan lumayan yaa buat kerjaan lagi haha.”.

Johan : “iya juga ya mba hehehe, eemm untuk jadwal mengunggah atau memposting informasi lokernya mba, biasanya ada jadwal tertentu atau random aja gitu uploadnya mba?”.

Inggit : “Ada jadwalnya mas, kalo posting biasanya di jam kerja ya mulai dari jam 07.00 pagi sampai jam 22.00 malam mas, karena menyesuaikan dengan waktu istirahat juga.”.

Johan : “Nah untuk awal mulanya akun ini jadi penyedia jasa mba penyebaran informasi loker mba, awalnya dulu bagaimana mba prosesnya hingga jadi akun sebesar sekarang?”.

Inggit : “Kalo dulu ini awalnya paling cuma repost-repost aja mas, karena kan saya kebetulan dulu barista juga jadi awalnya repost gratis selama 8 bulan dulu mas, tapi kok makin banyak dan overload jadi ya mulailah dibuat ada tarifnya”.

Johan : “Jadi lumayan juga ya mba prosesnya jadi akun sebesar sekarang”.

Inggit : “Iya begitu lah mas, untuk zaman teknologi sekarang kan apa-apa sudah pakai media sosial ya jadi ya dimanfaatkan aja selagi halal mas hehehe alhamdulillah jadi rejekinya di akun ini”.

Johan : “Iya mba hehe, untuk motivasinya sendiri mba waktu mengembangkan akun ini sebenarnya latar belakangnya apa mba?”.

Inggit : “Untuk motivasi si lebih untuk membantu aja ya mas baik dari penyedia lowongan maupun para pencari lowongan pekerjaan apalagi di jogja juga makin banyak coffeshop dan industri fnb juga berkembang banget di jogja ya jadi itu si latar belakangnya mas”.

Johan : “Okeii, untuk jenis kontennya sendiri mba ada beberapa jenis mba?”.

Inggit : “Jenis postingannya info loker ya mas baik di snapgram atau feeds sama video promo di reels kalo untuk sekarang mas”.

Johan : “Untuk kerjasama awal mba, bagaimana proses dan sistem kerjasama awal yang terjadi pada klien, mulai dari harga, ketentuan sampai prosedur yang harus dilewati?”.

Inggit : “Seperti biasa ya mas menghubungi admin melalui WA baru nanti kan ada proses komunikasi dari klien dengan admin seperti penawaran jasanya bagaimana penjelasan proses iklannya nanti bagaimana, nah nanti klien tinggal memilih mau pakai jasa yang mana begitu mas. Untuk penawaran konten dan harganya untuk Iklan LOKER PER JOB 50k untuk sekali posting, kirim poster dan caption Paid Promote REELS IG & TIKTOK 200k untuk sekali posting dan tim Barista Job yang shoot, pihak cafe menyediakan produk minimal 2 porsi.

Johan : “Baik mba, untuk aturan mba adakah aturan khusus untuk klien?”.

Inggit : “Ngga ada si mas yang penting sesuai alur dan sesuai ketentuan yang berlaku aja mulai dari pemberian informasi terkait lowongan sampai pembayaran nanti ada aturannya sendiri mas”.

Johan : “Oke mba. Untuk keuntungannya sendiri mba di pihak klien kira-kira apa yang didapat mbak, sebagai bentuk dari penggunaan jasa di akun @baristajob.jogja?”.

Inggit : “Keuntungannya tentu dari segi kemudahan ya mas jadi lebih cepat dan efektif dalam menyebarkan informasi terkait lowongan, dan tentunya juga mendapatkan karyawan yang sesuai kriteria dan *segmented* tidak tercampur dengan loker lain”.

Johan : “Baik mbaa, yang terakhir mba.. harapan untuk akun ini kedepannya bagaimana mbak dalam bentuk kerjasama dengan sebuah klien atau perusahaan?”.

Inggit : “Harapannya tentu semoga makin bisa dipercaya ya dan semoga lancer-lancar aja kedepannya karena memang niat awalnya membantu ya para penyedia dan pencari lowongan juga jadi semoga makin jadi manfaat untuk orang banyak”.

Johan : “Aminn mbak semoga selalu diberkati ya mbak, sebelumnya terima kasih juga mbak untuk kesempatan dan waktunya pada wawancara kali ini. Semoga akunnya makin rame dan cuan hehe”.

Inggit : “Iya sama-sama Mas Johan, makasih juga ya sudah dijadiin bahan penelitian akun ini semoga bermanfaat juga”.

Johan : “Baik siap mba, sekali lagi terima kasih banyak ya mba”.

TRANSKIP WAWANCARA II

Pewawancara : Johan Aris

Narasumber : Chendri Yunan

Informan 2

Tanggal Wawancara : 10 November 2022

Tempat/Waktu : Mayoni Cofee, Condongcatur, Depok, Sleman, DIY
pada pukul 16.00

Identitas Informan

Nama : Chendri Yunan

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat Tanggal Lahir : 12 Oktober 2000

Tempat Tinggal : Jl. Kaliurang KM 14,5 Candirejo, Sardonoharjo, Kec.
Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta.

Johan : “Haloo Selamat Sore Mas Chendri”

Chendri : “Halo sore juga Mas Johan”

Johan : “Sebelumnya terima kasih ya mas untuk waktu dan kesempatannya pada wawancara kali ini”.

Chendri : “Siap mas jo”.

Johan : “Baik, langsung dimulai saja ya mas, emm kalo boleh tau sudah berapa lama mas menggeluti industri FnB ini?”.

Chendri : “Di dunia FnB sendiri saya sudah menjalankan dari 2019 sampai saat ini mas brarti sudah 3 tahunan ya mas kurang lebih”.

Johan : “Selama tiga tahun itu maksudnya sebagai barista kaka tau sebagai manajer seperti sekarang?”.

Chendri : “Emm dua tahun pertamas ebagai barista cuman di tahun berikutnya diberikan kesempatan untuk menjadi pengelola salah satu coffeeshop yang ada di Jogja”.

Johan : “Apa alasan anda hingga saat ini masih bertahan di bidang atau industry FnB ini?”.

Chendri : “Alasannya satu karena saya melihat perkembangan dari animo *customer* yaitu khususnya dari mahasiswa jogja yaa, dan pengunjung pariwisata jogja sangat tinggi dan ya itu si yang membuat saya bertahan karena antusias yang banyak dari masyarakat jogja yang sekarang lebih membiasakan ngopi sebagai bentuk aktifitas sehari-hari”.

Johan : “Berarti lebih ke peluang bisnis sebenarnya ya mas”.

Chendri : “Ya bisa disebut seperti itu mas”.

Johan : “Selanjutnya untuk posisi pada pekerjaan saat ini mungkin dapat disebutkan mas nama coffeshopnya yang ada jalani sekarang dan sebagai apa mas?”.

Chendri : “Okee nama coffeeshopnya itu Jore Coffee mas bertempat di daerah Kaliurang dan posisi saya saat ini sebagai manajer operasional di Jore Coffee.

Johan : “Okee untuk pertanyaan selanjutnya mas apakah tempat usaha anda saat ini menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi atau kegiatan operasional perusahaan atau sebagainya?”

Chendri : “Oh ya mas, Jore Coffee itu ada Instagram sendiri ada tim peengelolaanya juga ada tim marketing digitalnya sendiri itu sebagai bentuk dari media promosi ya mas agar orang-orang itu tau juga ya atau aware lah sama produk-produk Jore. Dan untuk kegiatan operasional perusahaan itu mungkin kita ee ga sebanyak kegiatan promosi yak paling beberapa kegiatan aja paling sekilas aja karna fokusnya buat media promosi si mas”.

Johan : “Berarti bisa diartikan pondasi utamanya itu Instagram ya untuk Jore sendiri”.

Chendri : “Yah Betul mas”.

Johan : “Yang selanjutnya mas apakah posisi anda pada saat ini mempunyai peran penting untuk mengendalikan alur komunikasi yang terjadi di media sosial Instagram perusahaan, kaya contohnya Mas Chendri juga membalas komentar atau hal-hal yang terkait dengan Instagram Jore apakah ada andil juga?”.

Chendri : “Kalo bagian itu sudah ada adminnya sendiri ya mas, nah kalo saya baru turun kalo missal ada kritik atau saran dari customer saya ada lah tanggung jawab untuk memberikan klarifikasi atau bentuk penyampaian yang lain”. Dan untuk hasil report per bulan juga ada hasil engagement perbulan berapa yang masuk hasil insight yang masuk seperti itu”.

Johan : “Berarti alur komunikasinya dari tim marketing ya tadi, tim marketing diteruskan ke mas untuk solusi atau jalan keluar selanjutnya ya”.

Chendri : “Ya betul mas”.

Johan : “Melihat posisi mas sebagai manajer, apakah anda juga ada peran penting dalam proses penyeleksian karyawan mas? Hingga proses pelatihan karyawan tersebut hingga siap ntuk bekerja?”

Chendri : “Tentu ada ya mas, kita juga menggunakan akun instagram ya sebagai media promote ya untuk pencarian karyawan, juga setiap tempat juga mempunyai klasifikasi tersendiri ya dalam mencari karyawan”.

Johan : “Untuk klasifikasinya sendiri mas seperti apa yang cocok dan seperti apa yang anda butuhkan dalam perekrutan karyawan baru?”.

Chendri : “Kalo di Jore standarnya minimal sudah ada pengalaman kerja ya minimal satu tahun, dan waktunya fleksibel dalam artian bisa menyesuaikan dengan shift yang sudah kita tentukan, begitu”.

Johan : “Untuk pertimbangan calon karyawan mas yang akan direkrut ee mas chendri juga menyesuaikan ngga dengan tipe pelanggan Jore itu sendiri? Dalam artian seperti karyawan yang cekatan atau baik dalam hal hospitality?”.

Chendri : ”Oke, sebenarnya Jore Coffee itu basicnya untuk wisatawan ya, bukan kaya yang di tengah kota yang notabenenya sebagai tempat nongkrong anak muda, jadi bisa dibilang 70 persen customer Jore itu wisatawan ya yang lagi berlibur di jogja terutama di daerah Kaliurang ya.. Jadi sedikit tricky juga untuk memilih karyawan yak arena sekmen pelanggan jore juga bervariasi ada juga keluarga, anak-anak jadi yang kita butuhkan ya yang pertama sabar yaa yang kedua cekatan yang ketigaa ramah yaa.. ya kita gimana caranya lah orang yang kerja di Jore itu semua bisa komunikasi dengan customer dengan baik ya”.

Johan : “Sebelumnya mas chendri mungkin sudah tidak asing ya sama akun baristajob.jogja dan dalam perekrutan karyawan kan menggunakann akun ini juga ya mas, bisa dijelaskan mas alurnya bagaimana?”.

Chendri : “Oke jadi prosesnya itu kita pertama personal chat dulu ya sama adminnya, abis itu kita buat poster, isinya yaa kebutuhan karyawan kita, klasifikasi karyawan yang dibutuhkan bagaimana dan lain-lain, lalu abis itu payment terus langsung diupload sii nah abis itu langsung tuh mas banyak yang apply lewat kontak yang tertera di poster tersebut”.

Johan : “Biasanya lewat email ya mas tempat apply cv nya?”.

Chendri : “Iya betul mas lewat email”.

Johan : “Oke, berarti bener bener memanfaatkan sekali yan mas pelayanan jasa dari akun baristajob ini”.

Chendri : “Iya mas Namanya sekarang kan apa apa media sosial yaa, jadi lebih efektif juga si mas penyebaran informasinya”.

Johan : “Selain lewat penggunaan jasa mas apakah untuk penyebaran informasi loker ini juga memanfaatkan akun Instagram Jore sendiri mas?”

Chendri : “Iya itu juga ya, cuman kita memakai akun baristajob.jogja karena kita merasa *engagement* dan *insight* dari akun tersebut kan lebih besar ya mas jadi kebanyakan yang *apply* juga Taunya dari akun baristajob.jogja”.

Johan : “Emm menurut mas brarti akun baristajob.jogja ini wadah yang tepat ya sebagai media penyebaran informasi terkait lowongan pekerjaan?”.

Chendri : “Iya karena nyatanya ya dibandingkan dengan kita yang posting informasi tersebut di akun Jore dengan akun baristajob.jogja perbandingannya lumayan jauh ya dari segi orang yang apply cvnya bisa dihitung jari, sedangkan kalo lewat akun barista ini bisa ratusan bahkan ribuan cv yang apply ke jore. Jadi untuk efisiensi juga ya mas, mempersingkat waktu.”.

Johan : “Oke, tapi sebenarnya kan banyak juga ya mas akun serupa kaya jogjaparttime, jogjalowker dll kan banyak ya akun akun sejenis, alasan mas

memilih akun barista ni karna memang biar fokus langsung menasar ke pencari pekerjaan di bidang FnB atau bagaimana mas, menurut pandangan mas bagaimana?”.

Chendri : “Karna akun baristajob.jogja ini menurut saya cukup menarik ya dari segi postingannya, followernya juga banyak dan lebih terpercaya aja gitu mas. Instagramnya juga aktif ya jadi orang malah cenderung lebih nungguin informasi dari akun ini”.

Johan : “Okee, setelah posting ni mas di akun baristajob apakah jadi dapat nih karyawan yang sesuai dengan yang perusahaan anda butuhkan?”.

Chendri : “Hmm ya mungkin ga 100 persen sesuai keinginan kita ya, karna kan kita ga bisa mengontrol juga ni orang-orang yang masuk. Cuma kita juga tetep menyaring ya, tapi so far si ada beberapa orang yang menurut kita sudah memenuhi kriteria ya dan waktu tahapan interview juga sebagian besar tau info lokernya ya dari akun baristajob.jogja”.

Johan : “Menurut masnya ni setelah menggunakan jasa akun ini apakah *worth it* ni mas antara mungkin biaya yang sudah mas keluarkan dengan pelayanan yang diterima? Atau dampaknya bagaimana?”.

Chendri : “Okeii emm kalo missal dibilang *worth it* sangat *worth it* ya, respon dari adminnya juga cepet yaa jadi kita juga ga ribet karena adminnya juga sangat informatif ya dalam menjelaskan rulesnya dan lain lainnya.”.

Johan : “Okeii yang terakhir mas, masnya ni merekomendasikan ngga akun baristajob.jogja ni sebagai media informasi penyebaran informasi lowongan pekerjaan khususnya di bidang FnB kepada pihak-pihak lain terutama yang berada di dunia FnB juga dan khususnya di daerah Jogja?”.

Chendri : “Iya merekomendasikan sekali ya mas karena ya itu banyak orang-orang yang mendapatkan lowker ya dari akun baristajob.jogja ya dan setiap hari juga

update banget akunnya ngga sekedar info lowker kadang juga akunnya update tentang tempat ngopi atau kafe-kafe dijogja yang bisa dijadikan referensi juga ya untuk para followersnya, jadi dari pengalaman saya sangat worth it si menggunakan jasa di akun tersebut”.

Johan : “Oke baik mas itu saja saya kira sudah cukup, sebelumnya terima kasih ya mas untuk kesempatan dan waktu untuk berkenan wawancara pada sore hari ini”.

Chendri : “Sama-sama Mas Johan”.

TRANSKIP WAWANCARA III

Pewawancara : Johan Aris

Narasumber : Jason Gregorious Calvin Andrian Lopy

Informan 3

Tanggal Wawancara : 14 November 2022

Tempat/Waktu : D'Konkrit Coffee n Eatery, pada pukul 20.00 WIB

Identitas Informan

Nama : Jason Gregorious Calvin Andrian Lopy

Umur : 27 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat Tanggal Lahir : 17 Mei 1995

Tempat Tinggal : Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta

Johan : “Halo.. Selamat Malam Mas Lopy”

Lopy : “Malam mas jo”.

Johan : “Apa kabar mas?”.

Lopy : “Baik mas, Puji Tuhan sehat”.

Johan : “Baik mas langsung dimulai saja ya mas masuk ke topik wawancara”.

Lopy : “Oke siap mas”.

Johan : “Okee sebelumnya sudah berapa lama mas di industry FnB ini?”.

Lopy : “Klo di Industri FnB sendiri itu saya sudah lima tahun kurang lebih”

Johan : “Dan posisinya beda-beda ya mas?”

Lopy : “Ya selama lima tahun itu beda-beda posisinya”.

Johan : “Oke kalo boleh tau alasan mas hingga saat ini masih bertahan di dunia FnB apa nih mas?”

Lopy : “Mungkin karna dulu waktu sekolah saya kebetulan dulu sekolah kejuruan ya perhotelan lebih spesifiknya di FnB jadi saya lebih tertarik aja si mas di industry ini”.

Johan : “Jadi fokusnya dulu dari SMK memang sudah di FnB atau di pertengahan sempat mencoba di bidang lain?”.

Lopy : “Ada, jadi nggak pure 5 tahun ini di FnB”.

Johan : “Kalo boleh tau ee bidang sebelumnya bidang apa mas?”.

Lopy : “Kalo di hotel dulu kan saya awal kerja di restoran ya di bidang pelayanan sebagai waiters. Setelah itu saya bekerja di Hotel Ambarukmo itu ee.. selama 2 setengah tahun divisinya beda-beda ada di bidang House Keeping, Front Office, FnB. Setelah itu sempat di fotografi terus balik lagi ke FnB lebih di coffeshop si”.

Johan : “Brarti setelah itu fokus di bidang FnB ya mas?”.

Lopy : “Iya sekarang di FnB”.

Johan : “Eee untuk tempat yang sekarang ini mas posisinya sebagai apa mas?”.

Lopy : “Posisinya sekarang saya di D’Konkrit” sebagai Manager Operasional”.

Johan : “Sudah berapa lama mas di posisi ini?”.

Lopy : “Saya sudah kurang lebih satu tahun si mas”.

Johan : “Dulu masuk langsung mengisi posisi manager atau bagaimana mas?”.

Lopy : “Enggak, dulu awalnya saya di posisi kitchen tapi di beri kepercayaan di posisi manager sampai sekarang”.

Johan : “Emm untuk penggunaan ini mas media sosial apakah D’Konkrot menggunakan media sosial sebagai media promosi atau sebagai kegiatan operasional perusahaan saja mas? Maksudnya ee tempat usaha anda sekarang ini menggunakan media sosial Instagram buat menjangkau customer?”

Lopy : “Tentu ya mas ada beberapa kami memakai Instagram ada juga memakai tiktok, kita juga pakai fitur adds dan media partner dengan beberapa media lainnya”.

Johan : “Di media promosi itu tadi mas apakah dengan posisi mas yang sekarang ini juga bertanggung jawab untuk mengendalikan media sosial itu tadi?”

Lopy : “Bertanggungjawab tetapi tidak sepenuhnya yak arena ada partner untuk konten itu sendiri”.

Johan : “Ohh berarti ada ya tim nya untuk konten”.

Lopy : “Iya ada timnya untuk konten”.

Johan : “Kalo misal kaitannya dengan media sosial mas apakah mas juga ada andil untu merespon para customer di ig D’Konkrit atau bagaimana?”

Lopy : “Kalo itu lebih ke tim konten ya mas, ya mungkin paling di briefing dari segi konten atau bahasa yang digunakan akan seperti apa”.

Johan : “Oh berarti mas lebih memantau aja ya mas?”.

Lopy : “Yaa memantau”.

Johan : “Okee, untuk kaitannya dengan karyawan nih mas pasti ada hubungannya kan menurut mas bagaimana si proses menyeleksi karyawan yang sesuai dengan kriteria D’Konkrit itu sendiri?”.

Lopy : “Kalo untuk kriteria tersendiri mungkin kita tetep tidak memungkiri membutuhkan pegawai yang mahasiswa yaa karena di D’Konkrit itu sendiri gada divisi marketing jadi ya marketingnya melalui pegawai disini juga secara tidak langsung ya”.

Johan : “Jadi untuk menjangkau customer juga ya mas terutama di kalangan mahasiswa”.

Lopy : “Ya, betul mas”.

Johan : “Emma ada ngga mas klasifikasi khusus yang cocok untuk kriteria dari D’Konkrit?”

Lopy : “Kalo untuk klasifikasi yang jelas kita cari yang bener-bener berminat ya di dunia FnB ini terutama di D’Konkrit ya selanjutnya mungkin dibawah umur 24 tahun yak arena masih usia produktif disamping itu juga mungkin relasinya juga luas yaa karna kalo udah diatas 24 mungkin ngga terlalu produktif”.

Johan : “Fokusnya udah beda ya mas”.

Lopy : “Ya, betul mas”.

Johan : “Okee terus ada ngga mas yang menjadi bahan pertimbangan antara pelanggan dengan calon karyawan baru ini mas? Kaya kemarin kan baru sempat hiring ya, apakah mas butuh karyawan yang seperti bisa langsung ramah ke customer atau servisnya bagus?”.

Lopy : “Kalo servis kita ga menuntut ya dari pihak D’Konkrit karena kita terbuka juga untuk yang masih fresh atau baru mau memulai di dunia kerja, yang

penting attitudenya bagus hospitalitynya bagus dia komunikasinya juga bagus, seperti itu”.

Johan : “Berarti itu sudah cukup ya mas sebagai modal dasar untuk menyeleksi karyawan ya”.

Lopy : “Ya yang penting dia niat kerja juga mas”.

Johan : “Okee sebelumnya mas apakah mas lopy sudah mengetahui terkait akun Instagram *baristajob.jogja?*”.

Lopy : “Oh iya sudah-sudah”.

Johan : “Sebelumnya kan mas lopy sudah pernah menggunakan jasanya ya mas, jadi alurnya bagaimana itu mas ketika menjalin kerjasama dengan akun tersebut?”.

Lopy : “Jadi alurnya saya menyeleksi dulu ya dengan media sosial yang berhubungan dengan *publish job vacancy*, ada *baristajob* ada yang lain juga..nah waktu saya menyeleksi itu cuman saya lebih memilih akun barista karena lebih *segmented* followersnya juga banyak, akhirnya saya hubungi CP nya melalui WA yang saya dapat di Instagram kontaknya dan saya menanyakan bagaimana cara bekerjasama untuk menggunakan jasa postingnya, ternyata kontennya dibuatkan dari pihak sana juga bisa dari kita sendiri juga bisa dan untuk *fee* nya itu mereka per konten itu kurang lebih 50-100 ribu. Sehabis itu sudah *approve* kontennya kaya gimana isinya apa aja mereka yang buat semuanya”.

Johan : “Berarti dari pihak mas cuma memberikan informasi saja ya mas dari segi kriteria karyawan, *contact person* dan penyusunan dari mereka ya”.

Lopy : “Ya betul mas”.

Johan : “Ya, selanjutnya mas di bagian *media placement* apakah mas juga memanfaatkan media sosial D’Konkrit dalam melakukan perekrutan karyawan?”.

Lopy : “Media sosial baristajob tadi?”

Johan : “Bukan mas, ig dari D’Konkritnya sendiri, misalnya mas posting info lowker di ig D’Konkrit atau mas Cuma menggunakan jasa di akun baristajob.jogja?”.

Lopy : “Untuk di ig D’Konkrit paling lewat *story* aja si mas, jadi tidak di *post* di *feed*”.

Johan : “Brarti Cuma di akun barista job aja ya mas untuk dari segi feeds dan lain-lain”.

Lopy : “Iyaa”.

Johan : “Sebelumnya mas sudah berapa nih tahu kalo akun baristajob ini sebagai wadah informasi terkait lowongan pekerjaan di bidang FnB?”

Lopy : “Sebenarnya sudah lama si mungkin dari tahun 2018 atau 2019”.

Johan : “Boleh di ceritakan sedikit mas terkait apa yang mas ketahui dari akun ini? Dari segi keunggulan atau hal-hal yang positif dari akun ini?”.

Lopy : “Mungkin yang pertama dari nama instagramnya itu sendiri yaa akun baristajob.jogja karena banyak ya mahasiswa yang di jogja ini kan dari luar jogja ya dan mereka keinginan untuk jadi barista tu besar, jadi orang orang yang mau cari kerja terutama dibidang FnB tu lebih mudah ya mencari informasi seputar lowker ini. Dari segi akunnya juga aktif ya dan followersnya juga sudah banyak dari segi konten juga isinya sesuai ya dengan konteks yang diminta sama klien terutama di lowker bagian FnB ya, awarenessnya orang-orang juga banyak”.

Johan : “Ada ngga mas kira-kira dampak yang terasa nih ketika pertama kali bekerja sama atau menggunakan jasa posting di akun ig baristajob.jogja?”.

Lopy : “Manfaatnya saya jadi lebih dipermudah ya dalam mencari karyawan baru yang kita butuhkan seperti spesifikasi yang dibutuhkan, secara ga langsung

juga disatu sisi mempromosikan D’Konkrit itu sendiri ya karena dari saya bekerja sama dengan akun tersebut nama D’Konkrit makin dikenal di kalangan mahasiswa jogja”.

Johan : “Kalangan mahasiswa di dunia FnB sama dikalangan barista juga ya”.

Lopy : “Ya bener mas”.

Johan : “Selanjutnya mas bagaimana efektifitas dari penggunaan jasa di akun baristajob.jogja?”.

Lopy : “Efeknya banyak ya feedbacknya, terutama dari yang apply ke D’Konkrit jadi banyak sekali jadi efektif ya daripada lewat mulut ke mulut dan yang apply juga random ya jadi lebih memperluas relasi aja si mungkin dari kampus lain dll karena basicnya kan lokasi kami di seturan ya yang tadinya hanya anak anak UPN, Mercu, Amikom bisa memperluas di Kawasan yang lain”.

Johan : “Okeii setelah proses perekrutan kemarin mas apakah mas mendapatkan karyawan yang sesuai klasifikasi dari yang mas inginkan?”.

Lopy : “Dapat yang sesuai yaa setelah beberapa proses filter surat lamarannya”.

Johan : “Menurut mas lopy sendiri terkait dengan penggunaan jasa di akun baristajob.jogja ini dengan biaya yang sudah dikeluarkan apakah *worth it* mas dengan *feedback* yang mas dapatkan?”.

Lopy : “Worth it sekali ya menurut saya harganya masih terjangkau, *awareness* yang kita dapatkan juga diluar dari yang kita bayangkan”.

Johan : “Okeii, mungkin yang terakhir mas dengan posisi yang sekarang apakah mas lopy merekomendasikan akun ini untuk dalam proses pencarian karyawan untuk perusahaan diluar sana?”

Lopy : “Ya tentu sangat merekomendasikan yak arena dari biaya dan feedback yang didapatkan sangat menguntungkan pihak coffeshop yang sedang membutuhkan karyawan baru”.

Johan : “Baik saya akhiri ya mas sesi wawancara hari ini, saya kira sudah cukup. Terima kasih untuk waktu dan kesempatannya mas disela waktu kesibukan mas masih menyempatkan waktu untuk wawancara kali ini”.

Lopy : “Baik, sama sama Mas Johan, senang bisa membantu”.

TRANSKIP WAWANCARA IV

Pewawancara : Johan Aris Sitorus

Narasumber : Fincal Aditya

Informan 4

Tanggal Wawancara : 12 November 2022

Tempat/Waktu : Tilasawa Coffee Roaster

Identitas Informan

Nama : Fincal Aditya

Umur : 24 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat Tanggal Lahir : Rantauparapat, 5 Februari 1998

Tempat Tinggal : Jl. Ploso Kuning II, Manukan, Condongcatur, Depok,
Sleman, DIY

Johan : “Halo Mas Fincal, apa kabar?”.

Fincal : “Baik mas, alhamdulillah”.

Johan : “Baik mas langsung saja ya mas langsung saja sesi wawancaranya”.

Fincal : “Siap mas”.

Johan : “Sebelumnya sudah berapa lama ya mas terjun atau bekerja di bidang FnB ini?
Khususnya di posisi sekarang ya di posisi barista?”.

Fincal : “Kurang lebih udah 2 setengah tahun ya mas, di posisi barista baru sekitar setahun”.

Johan : “Oh berarti berapa kali pindah-pindah posisi juga ya mas”.

Fincal : “Iya mas”.

Johan : “Kalau bokeh tau ni mas apa alasan anda tetap bertaha di dunia FnB khususnya dengan profesi sebagai barista?”.

Fincal : “Alasannya karna suka aja si mas dengan kerjaan ini ya lebih tepatnya seneng ketemu banyak orang juga seneng bersosialisasi dengan customer juga”.

Johan : “Brarti mas suka kerjaan yang ngga monoton a bisa dibilang”.

Fincal : “Iya mas”.

Johan : “Terus posisi di tempat kerja yang sekarang posisinya sebagai barista doang atau merangkap dengan pekerjaan yang lain mungkin?”.

Fincal : “Kalo aku sekarng posisinya juga sebagi head bar di Tilasawa ini”.

Johan : “Kalo headbar ini brarti ngurusin keperluan anak-anak bar juga ya?”.

Fincal : “Iya ngurus jadwal, ngurus gaji juga”.

Johan : “Okei kita lanjut ya mas, sebelumnya mas manfaatin juga nggak ya kaya Instagram ini khususnya buat cari informasi seputar dunia FnB?”.

Fincal : “Kalo buat sekarang pasti pake yaa, sebelum jadi barista juga pake mas”.

Johan : “Okeii untuk sekarang mas, apakah mas juga menggunakan media tersebut sebagai wadah untuk menambah wawasan kaya referensi juga untuk keperluan pekerjaan mas sebagai barista?”.

Fincal : “Kalo dari ig sangat berpengaruh juga ya dalam menambah wawasan, karena aku bisa jadi eksplor juga terkait dengan hal-hal seputar FnB atau lebih spesifik ke kopi ya”.

Johan : “Sebelumnya mas sudah tahu mas dari akun baristajob.jogja?”.

Fincal : “Ya, saya sudah mengetahui mas”.

Johan : “Mas setuju juga ngga akun baristajob.jogja ini menjadi wadah untuk informasi lowongan pekerjaan di bidang FnB khususnya?”.

Fincal : “Emm kalo itu saya mengakui yaa untuk di bidang FnB akun ini jauh lebih lengkap dan lebih segmented aja si mas”.

Johan : “Okeii.. untuk jenis informasi mas selama mas mengikuti akun tersebut jenis informasi apa saja yang mas dapatkan?”.

Fincal : “Ya.. seputar lowongan pekerjaan yaa seperti barista, kitchen, server, waitress seperti itu si mas pokoknya yang di bidang FnB”.

Johan : “Okeii, selanjutnya mas menurut anda apakah informasi terkait postingan yang di unggah di akun baristajo.jogja ini relate sama pekerjaan anda saat ini?”.

Fincal : “Kalo buat aku sendiri informasinya relate ya apalag informasinya juga lengkap buat kita yang memang sedang cari kerjaan terutama yaa dipermudah dengan adanya beberapa informasi dari akun baristajob ini”.

Johan : “Jadi beberapa informasinya juga lengkap ya mas terkait klasifikasi dan pengiriman email dll”.

Fincal : “Iya betul mas”.

Johan : “Okeii kita masuk ke pertanyaan bagian *media placement* ya mas, ee.. menurut mas apakah penggunaan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi terkait lowongan pekerjaan sudah tepat?”.

Fincal : “Kalo untuk jaman sekarang sudah pasti tepat ya mas karena jaman sekarang semua serba medsos dan orang juga cenderung tau informasi apalagi tentang lowongan pekerjaan ya dari media sosial terutama Instagram”.

Johan : “Okeiii, selanjutnya apakah mas juga mengikuti akun baristajob.jogja dengan motif tertentu sebelumnya? Selain informasi lowongan pekerjaan?”.

Fincal : “Kalo buat akun ini aku itu follow kemarin karena lagi butuh kerjaan aja si mas sama nambah wawasan juga karna kan ada beberapa ya tips-tips buat CV buat melamar pekerjaan dan lain-lain”.

Johan : “Menurut mas akun ini juga membantu ngga bagi para pencari lowongan pekerjaan terutama mahasiswa ya yang pengen mencari pekerjaan sampingan terutama di bidang FnB?”.

Fincal : “Sudah cukup membantu yaa menurut saya karena informasinya kan lengkap ya dan beberapa posisi juga ada ya ngga barista doang, jadi cukup membantu si”.

Johan : “Baik, untuk pertanyaan selanjutnya mas apakah metode atau cara penyampaian informasi lowongan pekerjaan di setiap postingan akun tersebut sudah tepat dan memnuhi informasi?”.

Fincal : “Sudah tepat ya beberapa informasi kan dalam bentuk poster ya dan isinya juga lengkap jadi sudah sangat tepat dan lengkap informasinya jadi sangat membantu juga para pencari lowongan pekerjaan”.

Johan : “Dari masnya apakah pernah mendapatkan pekerjaan dari postingan yang diunggah di akun baristajob.jogja?”.

Fincal : “Ya sudah pernah mas tapi ditempat kerja sebelumnya, dulu saya kerja di resto kebetulan say amendapatkan lowongan pekerjaan tersebut dari akun baristajob.jogja ini”.

Johan : “Okeii selanjutnya mas apakah mas juga merekomendasikan akun ini kepada orang-orang yang minat untuk mencari pekerjaan khususnya di bidang FnB?”.\

Fincal : “Ya sangat merekomendasikan ya mas karena sangat membantu sekali informasi-informasi di akun tersebut”.

Johan : “Okei untuk yang terakhir mas apakah mas punya harapan tersendiri untuk akun baristajob.jogja ini?”.

Fincal : “Emm kalo bisa lebih menjangkau info pekerjaan dari profesi yang lain ya khususnya yang di jogja lebih di perbanyak lagi”.

Johan : “Baik, saya kira sudah cukup mas sebelumnya terima kasih atas kesempatan dan waktunya untuk wawancara pada kali ini”.

Fincal : “Baik sama-sama mas”.

TRANSKIP WAWANCARA V

Pewawancara : Johan Aris Sitorus

Narasumber : Nisa Dwi Sabrina

Informan 5

Tanggal Wawancara : 15 November 2022

Tempat/Waktu : Mayoni Cofee, pada pukul 17.00 WIB

Identitas Informan

Nama : Nisa Dwi Sabrina

Umur : 21 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 18 Februari 2001

Tempat Tinggal : Gg. Puluhdadi, Seturan, Caturtunggal. Depok, Sleman,
DIY

Johan : “Haloo.. Selamat Sore Mbak Nisa”.

Nisa : “Halo sore juga Mas Jo”.

Johan : “Sebelumnya terima kasih ya mbak untuk kesempatan dan waktunya pada sore hari ini”.

Nisa : “Sama-sama mas jo”.

Johan : “Oke langsung aja ya ke sesi wawancaranya.. emm sebelumnya sekarang lagi sibuk apa nih kak untuk kesehariannya?”.

Nisa : “Untuk sekarang aku part time sebagai barista di Mayoni Coffee dan aku juga kalo libur dari tempat kerjaku biasanya aku ngonten juga hehe”.

Johan : “Oh jadi sebagai konten creator juga ya mba”.

Nisa : “Iya bisa dibilang begitu mas hehe, kebetulan aku juga aktif di ig sama tiktok”.

Johan : “Eee sebelumnya sudah berapa lama ya kak di industry FnB ini? Lebih spesifiknya untuk posisi barista?”.

Nisa : “Sebelumnya aku di Bandar Lampung juga jadi barista hampir 2 tahunan, terus 6 bulan berhenti fokus di konten itu, nah terus pindah ke Jogja aku nyoba lagi nih jadi barista dan sampai sekarang baru jalan 4 bulanan, dan kebetulan mayoni tempat pertamaku kerja di Jogja”.

Johan : “Brati kakak ni part time sama ngonten juga ya”.

Nisa : “Iya benerr”.

Johan : “Emm brarti di posisi kakak ini sekarang di posisi barista ni kerjaannya apa aja nih kak?”.

Nisa : “Paling selain di bar aku bantu-bantu juga si buat konten buat di taruh di ig mayoni juga”.

Johan : “Oh oke oke, emm kita mulai yak e bagian wawancara terkait bagian pemenuhan kebutuhan informasi. Pertama apakah mbak nisa sudah menggunakan ig sebelum atau sesudah menjadi barista?”.

Nisa : “Kebetulan aku udah aktif lama banget di Instagram ya, tapi lebih ke konten outfit aja si. Kalo buat konten barista lebih aktif kaya update pas aku lagi ngeshift gitu atau misal tempat ngopinya gimana dan lain lainnya lah”.

Johan : “Okeii, selanjutnya nih apakah mbak nisa ni menggunakan Instagram sebagai wadah atau media untuk belajar juga tentang kaitannya dengan profesi mbak sebagai barista?”.

Nisa : “Iya si sejauh ini kaya misal cara buat latte atau settingan mesin, V60 dan lain-lain”.

Johan : “Okei dari selama di jogja ini mbak juga mencari info lowongan pekerjaan juga lewat Instagram?”.

Nisa : “Iyaa aku kan tergolong baru juga ya di Jogja belum banyak temen juga jadi aku nyari info lowker juga dari Instagram kaya hiring-hiring barista”.

Johan : “Oke brati sebelum itu mba nisa juga udah tau ya kalo di Jogja itu ada nama akun Instagram baristajob.jogja?”

Nisa : “Iya benerrr, dari sebelum ke Jogja pun aku nyari gitu kan akun barista job kebetulan nemu akun baristajob.jogja dan kebetulan aktif juga akunnya”.

Johan : “Emm okei, jenis informasi apa kak yang udah didapatkan selama mengikuti akun baristajob.jogja ini?”.

Nisa : “Paling ga hanya seputar hiring barista si, setauku akun ini juga dia ee aktif di ini ya kaya update tempat, rekomendasi coffeshop di Jogja gitu. Kebetulan aku suka ngopi juga jadi ngerasa terbantu banget buat nyari tempat-tempat ngopi gitu”.

Johan : “Jadi relate juga ya kak dengan hobi kakak juga yang suka ngopi dan ngonten juga”.

Nisa : “Iya bener mas”.

Johan : “Oke selannjutnya menurut mbak informasi yang ada di akun baristajob.jogja apakah udah lengkap mungkin dari segi poster dan lain-lain?”.

- Nisa : “Iya udah lengkap si menurutku, dia juga setiap unggah postingan info lowker juga sekalian tag ig coffeshop yang lagi hiring jadi kita bisa cari tahu langsung juga, ada email buat kirim kirim cv juga”.
- Johan : “Emm apakah akun ini juga udah lengkap dan memudahkan para pencari lowongan pekerjaan khususnya di bidang FnB khususnya di Jogja?”.
- Nisa : “Iya betul sii lengkap banget mas dan memudahkan banget orang yang lagi kerja terutama di bidang FnB”.
- Johan : “Okeee, untuk selanjutnya masuk ke pertanyaan seputar media placementnya ya kak.. Menurut kaka sendiri apakah penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi terkait lowongan pekerjaan sudah tepat?”.
- Nisa : “Menurutku iya si, karena sekarang semua orang kan pake Instagram ya.. tinggal cari apa langsung ketemu infonya jadi yaa tepat aja gitu karena orang semua nyari info apa apa lewat ig”.
- Johan : “Selain buat nyari lowker ada motif tertentu juga ngga dari ngikutin akun baristajob.jogja ini?”.
- Nisa : “Ya tadi karna rekomendasi tempat coffeshop dari mereka juga kali yaa jadi lebih dapet info lebih aja dari mengikuti akun tersebut”.
- Johan : “Emm menurut kaka nih apakah dengan adanya akun ini juga membantu para pencari lowker khususnya dibidang FnB di wilayah Jogja?”.
- Nisa : “Eee yaa membantuu yaa karena kan jadi lebih gampang kita cari info apalagi udah ada akunnya jadi lebih segmented aja”.
- Johan : “Oke untuk selanjutnya kak, apakah menurut kakak metode atau cara penyampaian informasi terkait lowker di akun tersbeut sudah tepat?”.
- Nisa : “Menurutku udah lengkap banget yaaa karena udah ditulis juga klasifikasinya gimana, jam kerjanya juga dll”.

Johan : “Okeii.. untuk kakak juga apakah merekomendasikan akun ini sebagai akun yang memberikan informasi lowker khususnya di bidang FnB khususnya di wilayah Jogja?”.

Nisa : “Iya bener bangeettt aku selalu rekomendasiin karena kan akun ini update terus yaa aktif juga setiapp harinyaa jadi yaa memang ngebantu banget bagi orang yang mau cari lowker khususnya di bidang FnB dan di kawasan Jogja juga”.

Johan : “Oke yang terakhir ni kaka da harapan tersendiri nggak buat akun baristajob ini kedepannya?”.

Nisa : “Eee mungkin paling tetep si ku rekomendasiin yaa sebenarnya udah bagus Cuma mungkin dari segi konten si lebih dikembangkan lagi biar jadi lebih menarik lagi dan bisa jadi mungkin ditambah dari profesi-profesi yang lain juga”.

Johan : “Baik kak saya kira cukup, terima kasih ya kak untuk kesempatan dan waktunya untuk wawancara pada sore hari ini”.

Nisa : “Iya sama sama Mas Jo”.