

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh antara terpaan media akun Instagram *employer branding* @lifeatbca terhadap minat melamar pekerjaan di BCA oleh *followers*. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif signifikan antara terpaan media akun Instagram *employer branding* @lifeatbca terhadap minat melamar pekerjaan di BCA oleh *followers*. Artinya bahwa semakin sering *followers* Instagram @lifeatbca diterpa konten-konten dari akun @lifeatbca, maka akan semakin tinggi minat melamar pekerjaan di BCA yang dimiliki oleh *followers* @lifeatbca. Hubungan pengaruh antara terpaan akun Instagram @lifeatbca dan minat melamar pekerjaan di BCA dapat dilihat melalui hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian ini yang menunjukkan angka koefisien regresi sebesar 0,878. Maka artinya hubungan pengaruh antara terpaan akun Instagram @lifeatbca terhadap minat melamar pekerjaan memiliki hubungan pengaruh yang sangat kuat. Pengaruh yang diberikan sebesar 77,1% sehingga dapat diasumsikan bahwa sebesar 22,9% sisanya merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini juga memberikan hasil pengaruh yang signifikan antara terpaan akun Instagram @lifeatbca terhadap minat melamar pekerjaan di BCA oleh *followers*.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial Instagram melalui akun @lifeatbca sebagai akun *employer branding* oleh BCA memberikan pengaruh melalui terpaan konten-konten yang disajikan terhadap minat melamar pekerjaan oleh *followers*

akun tersebut. Konten yang disajikan pada akun Instagram @lifeatbca berupa terpaan informasi yang ditujukan bagi para pengikutnya sehingga dapat memberikan dampak pengaruh pada minat melamar pekerjaan pada *followers* yang melihat konten tersebut.

B. Saran

1. Saran Akademis

- a. Penelitian ini berfokus pada konten yang disajikan pada bulan November 2022 – Mei 2023 yang termasuk dalam irisan kuartal 4 tahun 2022, kuartal 1 dan 2 tahun 2023. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mengambil objek penelitian berupa konten dalam satu kuartal saja sehingga tidak terbagi menjadi irisan beberapa kuartal yang akan memudahkan peneliti selanjutnya untuk menganalisis.
- b. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya menggunakan 100 responden sebagai sampel. Maka, untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil jumlah sampel yang lebih banyak yakni dengan menggunakan *margin of error* sebesar 5% ke bawah sehingga jumlah responden yang didapatkan lebih representatif dari segi kuantitas.

2. Saran Praktis

- a. Penelitian ini adalah salah satu bentuk evaluasi yang dilakukan pada akun Instagram *employer branding* @lifeatbca sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan saran kepada PT Bank Central Asia untuk kedepannya dapat menjadi bahan pertimbangan strategi pengadaan konten

dan untuk melihat demografi *followers* yang tertarik dengan konten-konten yang disajikan.

- b. Penelitian ini berfokus pada terpaan media akun Instagram *employer branding* untuk menjadi variabel bebas dalam penelitian. Penggunaan media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi seputar *branding* pekerja dapat digunakan juga untuk perusahaan lain yang belum menerapkannya. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil penelitian ini bahwa dengan menggunakan akun Instagram *employer branding* yang terpisah dengan akun bisnis perusahaan dapat menjadi *platform* yang membuat *followers* lebih mudah untuk mencari informasi perusahaan terlepas dari produk maupun jasa yang ditawarkan atau dapat dikatakan lebih berfokus pada lowongan pekerjaan dan suasana pekerja saat bekerja di perusahaan.

C. Batasan Penelitian

1. Penelitian ini akan lebih bernilai dan memiliki pembahasan yang lebih dalam apabila menggunakan metode penelitian kualitatif dan dapat menggali informasi terkait strategi *Employer Value Proposition* dari pihak internal perusahaan.
2. Pemilihan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini kurang sesuai untuk menunjukkan interpretasi persepsi responden dengan menggunakan skala Likert, akan lebih baik jika menggunakan skala Guttman.
3. Penelitian ini akan mendapatkan perspektif yang lebih luas dari responden jika menggunakan jawaban terbuka pada kuesioner penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, Z., Hafiar, H., & Sani, A. (2020, April). Pelaksanaan Employer Branding PT. Arya Noble. *Communication*, 11(1), 48-68.
- Ardianto, Elvinaro, Komala, E., & Karlina, S. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights*. DataReportal. Retrieved May 25, 2023, from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, T. C., & Prasetya, A. (2017, September). Penerapan Strategi Employer Branding dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement (Studi Pada PT Bank Central Asia Tbk). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(5), 143-151. <https://media.neliti.com/media/publications/188774-ID-penerapan-strategi-employer-branding-dan.pdf>.
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munawwaroh, P. R. (2018). Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata ke Siak Sri Indrapura.
- PT Bank Central Asia Tbk. (2023). *Laporan Tahunan 2022: Resilience, Regaining Momentum*. Retrieved from bca.co.id: <https://www.bca.co.id/>

[/media/Feature/Report/File/S8/Laporan-Tahunan/20230216-bca-ar-2022-indonesia.pdf.](#)

Schumann, M., & Sartain, L. (2010). *Brand for Talent: 8 Langkah Jitu Menciptakan Brand untuk Memikat SDM yang Tepat pada Saat yang Tepat* (Widyarso & A. Rosyid, Trans.). Jakarta: PPM.

Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sulaeman. (2022, August 9). BCA Butuh Lebih dari 2.000 Karyawan IT, Terbuka untuk Fresh Graduate. *merdeka.com*.
<https://www.merdeka.com/perbankan/bca-butuh-lebih-dari-2000-karyawan-it-terbuka-untuk-fresh-graduate.html>.

Talention. (2020). *Build, Measure, and Improver Your Employer Branding*. Germany: Talention.

Ubaidillah, M., & Widiarti, P. W. (2022). Pengaruh Terpan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Akun Media Sosial Instagram @promodazzle. *Lektur Jurnal Ilmu Komunikasi*, 273-284.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya, Heribertus Glorie Agnus Dei mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya mengenai “Pengaruh Terpaan Media Akun Instagram *Employer Branding @lifeatbca* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan oleh *Followers @lifeatbca*”. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan mata kuliah skripsi saya. Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Semua informasi yang terkandung di dalam angket ini dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian. Saya akan sangat menghargai kesediaan waktu dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan kepada saya. Terimakasih atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara.

Pertanyaan Penyaring

1. Apakah Anda mengikuti akun Instagram *employer branding @lifeatbca* dari tahun 2021? (Ya/Tidak)
2. (Ya/Tidak)

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia:
 - a. 17 - 20 tahun
 - b. 21 - 24 tahun
 - c. 25 - 28 tahun
 - d. 29 - 32 tahun
 - e. 33 - 35 tahun

3. Pendidikan terakhir:
 - a. SMA/SMK
 - b. Diploma
 - c. Sarjana (S1)
 - d. Magister (S2)/Doktoral (S3)

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat menggambarkan diri Anda dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban.

Keterangan:

SS = Sangat Sering (Skor 5)

S = Sering (Skor 4)

K= Kadang-kadang (Skor 3)

J = Jarang (Skor 2)

SJ = Sangat Jarang (Skor 1)

Terpaan Akun Instagram @lifeatbca (Variabel X)

Pernyataan	Jawaban Responden
Frekuensi	
Saya sering membuka profil akun Instagram <i>employer branding @lifeatbca</i> untuk melihat konten yang diunggah dalam 6 bulan terakhir.	1. Sangat sering (> 30 kali) 2. Sering (20-30 kali) 3. Kadang-kadang (10-20 kali) 4. Jarang (5-10 kali) 5. Sangat jarang (< 5 kali)
Saya sering melihat konten yang disajikan oleh akun Instagram <i>employer branding @lifeatbca</i> yang muncul pada halaman <i>timeline</i> Instagram.	1. Sangat sering (> 30 kali) 2. Sering (20-30 kali) 3. Kadang-kadang (10-20 kali) 4. Jarang (5-10 kali) 5. Sangat jarang (< 5 kali)
Saya sering mengecek unggahan konten terbaru dari akun Instagram <i>employer branding @lifeatbca</i> untuk mendapatkan informasi <i>up-to-date</i> dari BCA.	1. Sangat sering (> 30 kali) 2. Sering (20-30 kali) 3. Kadang-kadang (10-20 kali) 4. Jarang (5-10 kali) 5. Sangat jarang (< 5 kali)
Durasi	
Saya sering mengakses akun Instagram <i>employer</i>	1. Sangat sering (> 5 kali)

<i>branding @lifeatbca</i> dalam sehari.	2. Sering (4 kali) 3. Kadang-kadang (3 kali) 4. Jarang (2 kali) 5. Sangat jarang (< 2 kali)
Saya selalu membaca seluruh informasi yang tertera pada konten yang diunggah pada akun Instagram <i>employer branding @lifeatbca</i> (poster, <i>caption</i> , <i>subtitle</i> pada reels)	1. Selalu 2. Sering 3. Kadang-kadang 4. Jarang 5. Tidak pernah
Atensi	
Saya tertarik pada informasi yang disampaikan melalui unggahan konten di Instagram @lifeatbca.	1. Sangat tertarik 2. Tertarik 3. Netral 4. Tidak tertarik 5. Sangat tidak tertarik
Saya memahami informasi yang disampaikan melalui unggahan konten di Instagram @lifeatbca.	1. Sangat paham 2. Paham 3. Netral 4. Tidak paham 5. Sangat tidak paham
Saya sering menerima informasi lowongan pekerjaan dalam unggahan konten di Instagram <i>employer branding @lifeatbca</i> dalam 6 bulan terakhir.	1. Sangat sering (> 30 kali) 2. Sering (20-30 kali) 3. Kadang-kadang (10-20 kali) 4. Jarang (5-10 kali) 5. Sangat jarang (< 5 kali)

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat menggambarkan diri Anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

N = Netral (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Minat Melamar Pekerjaan (Variabel Y)

Pernyataan	Jawaban Responden
------------	-------------------

<i>Awareness</i>	
Saya mendapatkan informasi lowongan pekerjaan di BCA melalui unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya mendapatkan informasi selain lowongan pekerjaan melalui unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca (seputar <i>tips and tricks</i> , informasi webinar, pengalaman pekerja, <i>work life balance</i> , dan sebagainya).	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya mengetahui suasana bekerja di BCA melalui unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
<i>Interest</i>	
Saya tertarik pada konten lowongan pekerjaan di BCA melalui unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya tertarik untuk mencari informasi lowongan pekerjaan melalui akun Instagram melalui akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya tertarik untuk mengenal suasana bekerja di BCA melalui unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
<i>Desire</i>	
Saya merasa terbantu untuk mendaftar bekerja di BCA karena adanya unggahan konten pada akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya memiliki minat untuk melamar pekerjaan di	1. Sangat setuju

BCA karena adanya unggahan konten terkait suasana bekerja pada akun Instagram @lifeatbca.	2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya yakin untuk melamar pekerjaan di BCA karena adanya unggahan konten terkait <i>tips and tricks</i> pada akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Action	
Saya memberikan <i>likes</i> pada unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya menggunakan fitur <i>saved</i> untuk menyimpan informasi pada unggahan konten di akun Instagram @lifeatbca yang sesuai dengan minat saya.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya menekan <i>link</i> yang tersedia di bio Instagram @lifeatbca untuk melamar pekerjaan di BCA.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju
Saya melamar pekerjaan di BCA karena ketertarikan yang muncul dari unggahan konten yang disajikan pada akun Instagram @lifeatbca.	1. Sangat setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak setuju 5. Sangat tidak setuju

Lampiran 2. Perhitungan SPSS Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Terpaan Media

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Terpaan Media
X1	Pearson Correlation	1	.200	.216	.044	.308	.117	-.040	.326	.400*
	Sig. (2-tailed)		.289	.251	.816	.098	.539	.834	.078	.029
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.200	1	.609**	.441*	.573**	.683**	.574**	.270	.764**
	Sig. (2-tailed)	.289		.000	.015	.001	.000	.001	.148	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.216	.609**	1	.284	.281	.609**	.365*	.275	.638**
	Sig. (2-tailed)	.251	.000		.129	.133	.000	.047	.141	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.044	.441*	.284	1	.487**	.441*	.484**	.598**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.816	.015	.129		.006	.015	.007	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.308	.573**	.281	.487**	1	.396*	.623**	.427*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.098	.001	.133	.006		.030	.000	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.117	.683**	.609**	.441*	.396*	1	.659**	.509**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.539	.000	.000	.015	.030		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	-.040	.574**	.365*	.484**	.623**	.659**	1	.407*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.834	.001	.047	.007	.000	.000		.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.326	.270	.275	.598**	.427*	.509**	.407*	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.078	.148	.141	.000	.019	.004	.026		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Terpaan Media	Pearson Correlation	.400*	.764**	.638**	.716**	.747**	.780**	.734**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



2. Uji Validitas Variabel Minat Melamar Pekerjaan

		Correlations													Minat Melamar Pekerjaan
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	
Y1	Pearson Correlation	1	.327	.241	.326	.537**	.140	.440*	.182	.298	.476**	.540**	.318	.151	.507**
	Sig. (2-tailed)		.078	.200	.079	.002	.461	.015	.336	.109	.008	.002	.087	.425	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.327	1	.191	.457*	.136	.429*	.349	.686**	.152	.377*	.111	.585**	.387*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.078		.312	.011	.475	.018	.059	.000	.422	.040	.559	.001	.035	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.241	.191	1	.598**	.266	.368*	.465**	.357	.595**	.309	.613**	.468**	.481**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.200	.312		.000	.155	.045	.010	.053	.001	.097	.000	.009	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.326	.457*	.598**	1	.430*	.622**	.453*	.617**	.614**	.778**	.622**	.626**	.401*	.808**
	Sig. (2-tailed)	.079	.011	.000		.018	.000	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.537**	.136	.266	.430*	1	.349	.426*	.201	.330	.558**	.681**	.121	-.042	.506**
	Sig. (2-tailed)	.002	.475	.155	.018		.059	.019	.286	.075	.001	.000	.526	.826	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.140	.429*	.368*	.622**	.349	1	.785**	.797**	.645**	.508**	.592**	.678**	.423*	.805**
	Sig. (2-tailed)	.461	.018	.045	.000	.059		.000	.000	.000	.004	.001	.000	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.440*	.349	.465**	.453*	.426*	.785**	1	.581**	.783**	.452*	.710**	.553**	.503**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.015	.059	.010	.012	.019	.000		.001	.000	.012	.000	.002	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.182	.686**	.357	.617**	.201	.797**	.581**	1	.475**	.444*	.410*	.633**	.624**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.336	.000	.053	.000	.286	.000	.001		.008	.014	.024	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.298	.152	.595**	.614**	.330	.645**	.783**	.475**	1	.563**	.717**	.544**	.658**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.109	.422	.001	.000	.075	.000	.000	.008		.001	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.476**	.377*	.309	.778**	.558**	.508**	.452*	.444*	.563**	1	.739**	.507**	.272	.741**
	Sig. (2-tailed)	.008	.040	.097	.000	.001	.004	.012	.014	.001		.000	.004	.146	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.540**	.111	.613**	.622**	.681**	.592**	.710**	.410*	.717**	.739**	1	.450*	.366*	.805**
	Sig. (2-tailed)	.002	.559	.000	.000	.000	.001	.000	.024	.000	.000		.013	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.318	.585**	.468**	.626**	.121	.678**	.553**	.633**	.544**	.507**	.450*	1	.661**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.087	.001	.009	.000	.526	.000	.002	.000	.002	.004	.013		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.151	.387*	.481**	.401*	-.042	.423*	.503**	.624**	.658**	.272	.366*	.661**	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.425	.035	.007	.028	.826	.020	.005	.000	.000	.146	.047	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Minat Melamar Pekerjaan	Pearson Correlation	.507**	.559**	.643**	.808**	.506**	.805**	.814**	.769**	.808**	.741**	.805**	.794**	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	31

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 3. Perhitungan SPSS Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Media

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

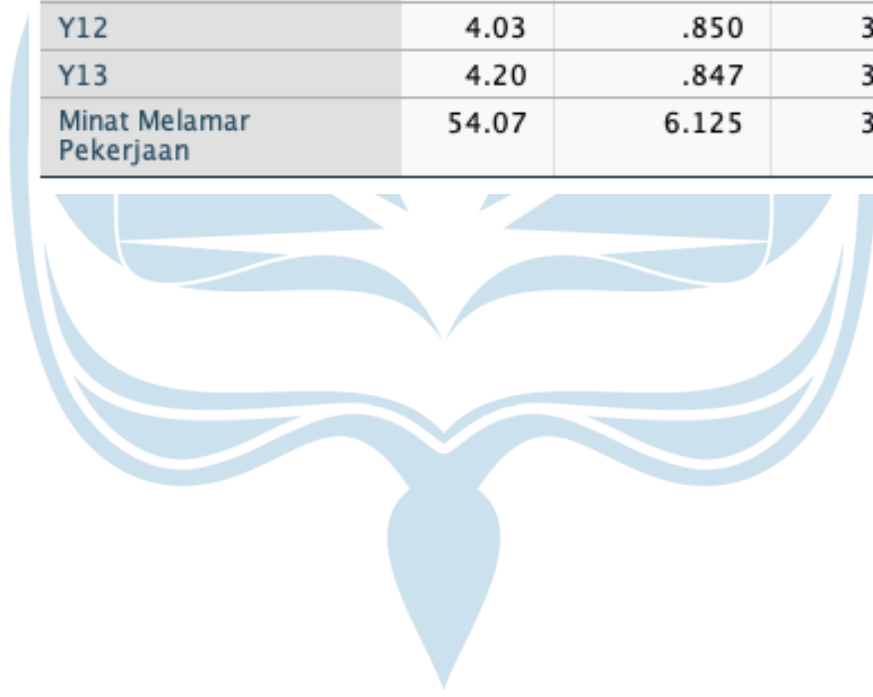
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.20	.484	30
Y2	4.20	.610	30
Y3	4.17	.592	30
Y4	4.23	.568	30
Y5	4.27	.583	30
Y6	4.10	.712	30
Y7	4.17	.648	30
Y8	4.23	.626	30
Y9	4.03	.669	30
Y10	4.13	.629	30
Y11	4.10	.712	30
Y12	4.03	.850	30
Y13	4.20	.847	30
Minat Melamar Pekerjaan	54.07	6.125	30



2. Uji Reliabilitas Variabel Minat Melamar Pekerjaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.33	.479	30
Y2	4.20	.484	30
Y3	4.20	.610	30
Y4	4.17	.592	30
Y5	4.23	.568	30
Y6	4.27	.583	30
Y7	4.10	.712	30
Y8	4.17	.648	30
Y9	4.23	.626	30
Y10	4.03	.669	30
Y11	4.13	.629	30
Y12	4.10	.712	30
Y13	4.03	.850	30
Y14	4.20	.847	30
Minat Melamar Pekerjaan	58.40	6.246	30

Lampiran 4. Perhitungan SPSS Uji Tabulasi Silang

1. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Terpaan Media

Jenis Kelamin * Terpaan Media Crosstabulation

Count		Terpaan Media				Total
		Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	2	10	43	56
	Perempuan	1	1	11	31	44
Total		2	3	21	74	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	.900 ^a	3	.825
Likelihood Ratio	.899	3	.826
Linear-by-Linear Association	.219	1	.639
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .88.

2. Tabulasi Silang Usia dan Terpaan Media

Usia * Terpaan Media Crosstabulation

Count		Terpaan Media				Total
		Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi	
Usia	17-20 tahun	0	0	2	13	15
	21-24 tahun	1	2	8	30	41
	25-28 tahun	0	1	6	18	25
	29-32 tahun	1	0	4	8	13
	33-35 tahun	0	0	1	5	6
Total		2	3	21	74	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.552 ^a	12	.886
Likelihood Ratio	7.497	12	.823
Linear-by-Linear Association	.567	1	.452
N of Valid Cases	100		

a. 14 cells (70.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

3. Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dan Terpaan Media

Pendidikan Terakhir * Terpaan Media Crosstabulation

Count

		Terpaan Media				Total
		Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi	
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	0	0	5	16	21
	Diploma	0	1	0	18	19
	Sarjana (S1)	1	2	13	32	48
	Magister (S2) / Doktoral (S3)	1	0	3	8	12
Total		2	3	21	74	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.300 ^a	9	.256
Likelihood Ratio	15.768	9	.072
Linear-by-Linear Association	2.806	1	.094
N of Valid Cases	100		

a. 11 cells (68.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

4. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Minat Melamar Pekerjaan

Jenis Kelamin * Minat Melamar Kerja Crosstabulation

Count

		Minat Melamar Kerja				Total
		Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	6	2	47	56
	Perempuan	1	3	7	33	44
Total		2	9	9	80	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.858 ^a	3	.183
Likelihood Ratio	4.981	3	.173
Linear-by-Linear Association	.169	1	.681
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .88.

5. Tabulasi Silang Usia dan Minat Melamar Pekerjaan

Usia * Minat Melamar Kerja Crosstabulation

Count

		Minat Melamar Kerja				Total
		Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi	
Usia	17-20 tahun	0	0	2	13	15
	21-24 tahun	1	3	4	33	41
	25-28 tahun	0	4	2	19	25
	29-32 tahun	1	2	1	9	13
	33-35 tahun	0	0	0	6	6
Total		2	9	9	80	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.589 ^a	12	.738
Likelihood Ratio	10.637	12	.560
Linear-by-Linear Association	.621	1	.431
N of Valid Cases	100		

a. 16 cells (80.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

6. Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dan Minat Melamar Pekerjaan

Pendidikan Terakhir * Minat Melamar Kerja Crosstabulation

Count

		Minat Melamar Kerja				Total
		Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi	
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	0	0	3	18	21
	Diploma	0	1	0	18	19
	Sarjana (S1)	1	7	6	34	48
	Magister (S2) / Doktoral (S3)	1	1	0	10	12
Total		2	9	9	80	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.279 ^a	9	.198
Likelihood Ratio	16.292	9	.061
Linear-by-Linear Association	3.622	1	.057
N of Valid Cases	100		

a. 12 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Lampiran 5. Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan Media ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.771	.769	4.908

- a. Predictors: (Constant), Terpaan Media

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7968.281	1	7968.281	330.787	.000 ^b
	Residual	2360.709	98	24.089		
	Total	10328.990	99			

- a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja
 b. Predictors: (Constant), Terpaan Media

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.959	2.713		2.196	.030
	Terpaan Media	1.468	.081	.878	18.188	.000

- a. Dependent Variable: Minat Melamar Kerja