

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan temuan data dan pembahasan di atas bahwa pengaruh dari hubungan variabel X (kualitas pesan konten akun Instagram @alfakarir.official) dengan konten yang dipilih adalah informasi lowongan kerja 'management trainee' dan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja) menunjukkan hasil koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 32,3%, sedangkan sisanya 67,7% pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,568, sehingga berdasarkan tabel pedoman, hubungan variabel X (kualitas pesan konten) dan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) masuk ke dalam tingkat kategori hubungan sedang, artinya tidak berada pada kategori yang kuat dan tidak juga ada pada kategori lemah. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), menunjukkan bahwa variabel kualitas pesan konten akun Instagram @alfakarir.official (X) berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja (Y). Melalui persamaan uji regresi sederhana menunjukkan nilai bahwa hubungan tersebut mengarah ke arah positif, dimana semakin baik kualitas pesan konten pada akun Instagram @alfakarir.official maka semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi pengikut akun tersebut.

B. Saran

1. Saran Akademis

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat saran yang dapat diberikan peneliti. Pada penelitian ini pengaruh variabel X hanya sebesar 0,323 atau

32,3% dan sisanya 67,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Maka dari itu, peneliti selanjutnya dapat memberikan sudut pandang yang berbeda untuk melihat 67,7% pengaruh ini. Pada teori kualitas pesan milik S.M Siahaan terdapat indikator-indikator yang memiliki makna serupa antara indikator satu dengan yang lainnya, sehingga peneliti selanjutnya dapat mencari teori untuk menjelaskan variabel X yang tidak memberikan makna ganda. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat membahas dari sudut pandang perusahaan karena penelitian saat ini hanya pada sudut pandang audiens (pengikut akun Instagram @alfakarir.official)

2. Saran Praktis

Diharapkan penelitian ini menjadi bukti bahwa ada pengaruh kualitas suatu konten di media sosial Instagram dapat memenuhi kebutuhan informasi. Berdasarkan hasil nilai *mean analysis* pada variabel X, pernyataan “konten lowongan kerja ‘*management trainee*’ menggunakan gambar yang menarik” mendapatkan nilai sebesar 3,28, paling rendah dibandingkan dengan pernyataan lain. Maka peneliti menyarankan untuk meninjau kembali penggunaan gambar pada konten info lowongan kerja selanjutnya, agar lebih maksimal.

C. Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa batasan menurut pengalaman langsung peneliti, yaitu: pertama, saat penelitian, peneliti berrfokus pada satu variabel saja yaitu kualitas pesan konten. Hal ini dapat dikatakan terbatas karena walaupun memiliki pengaruh, peneliti menemukan hasil bahwa terdapat 67,7% variabel lain yang dapat memberi pengaruh terhadap variabel

pemenuhan kebutuhan informasi. Kedua, peneliti memiliki keterbatasan dalam menentukan teori yang paling sesuai untuk menjelaskan variabel pemenuhan kebutuhan informasi, sehingga peneliti selanjutnya dapat mencari teori lain yang dapat menjelaskan variabel pemenuhan kebutuhan informasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Agencylist. (n.d). How to Calculate Instagram Engagement Rate. Diakses pada 12 Oktober 2023, melalui <https://agencylist.org/blog/how-to-calculate-instagram-engagement-rate>
- Ahdiat, Adi. (2023, Februari 20). Ada 8,4 Juta Pengangguran di RI, Mayoritas Optimistis Cari Kerja. Diakses pada 1 September 2023, melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/20/ada-84-juta-pengangguran-di-ri-mayoritas-optimistis-cari-kerja>
- Alamsyah, A. (2021). Model Komunikasi Jejaring Sosial dan Media Massa dalam Konteks Pesan Publik. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 9(1), 12-27.
- Alfamart. (n.d). Profil Perusahaan. Diakses pada 3 November 2023, melalui <https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/profil-kami>
- Alfamidiku. (2023). Laba bersih MIDI Q1 tahun 2023 tumbuh 31,83%. Diakses pada 28 September 2023, melalui <https://alfamidiku.com/berita/perusahaan/laba-bersih-midi-q1-tahun-2023-tumbuh-3183>
- Alfamidiku. (n.d). Profil Perusahaan. Diakses pada 26 September 2023, melalui <https://alfamidiku.com/menu-korporasi>
- Al-Qudah, O. J. M. S. L. (2020). The effect of brands' social network content quality and interactivity on purchase intention: Evidence from Jordan. *Management Science Letters*, 10(13), 3135-3142.
- Andi, Dimas. (2023, Januari 1). Aprindo Optimistis Pertumbuhan Kinerja Ritel Akan Lebih Baik pada 2023. Diakses pada 20 September 2023, melalui <https://industri.kontan.co.id/news/aprindo-optimistis-pertumbuhan-kinerja-ritel-akan-lebih-baik-pada-2023>
- Annur, Cindy Mutia. (2023, Mei 4). Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia. Diakses pada 19 September 2023, melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>
- Antara News. (2022, Juni 10). Pengguna internet Indonesia naik dari tahun ke tahun. Diakses pada 19 September 2023, melalui <https://www.antaraneews.com/berita/2930745/pengguna-internet-indonesia->

[naik-dari-tahun-ke-tahun#:~:text=APJII%20menemukan%20alasan%20masyarakat%20menggukakan,\(92%2C21%20persen\).](#)

APJII. (2023, Maret 10). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Diakses pada 14 September 2023, melalui <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

Baran, Stanley J., Davis, Dennis K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future. SIXTH EDITION*. Boston: Cengage Learning

Biagi, Shirley. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika

BPS. (2023, Mei 5). Februari 2023: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,45 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 2,94 juta rupiah per bulan. Diakses pada 31 Agustus 2023, melalui <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/2001/februari-2023--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-45-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-2-94-juta-rupiah-per-bulan.html>

Brubaker, P. J., & Wilson, C. (2018). Let's give them something to talk about: Global brands' use of visual content to drive engagement and build relationships. *Public Relations Review*, 44(3), 342–352.

Bungin, Burhan. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group

Carlson, J., Rahman, M., Voola, R. and De Vries, N. (2018), "Customer engagement behaviours in social media: capturing innovation opportunities", *Journal of Services Marketing*, Vol. 32 No. 1, pp. 83-94. <https://doi.org/10.1108/JSM-02-2017-0059>

Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *eProceedings of Management*, 7(1).

Doyle, Orla. (n.d). The Advantages of Using Social Media to Recruit. Diakses pada 5 November 2023, melalui <https://www.occupop.com/blog/the-advantages-of-using-social-media-to-recruit>

- Erfianah, M. E., & Huda, Anam Miftakhul. (2022). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LOKER_KOTASURABAYA DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LOWONGAN PEKERJAAN DI SURABAYA. *Jurnal Commercium*, 5(2), 189-199.
- Fatmawati, E. (2015). Kebutuhan informasi pemustaka dalam teori dan praktek. *Info Persadha*, 13(1), 2-13.
- Faturrahman, M. (2016). Model-model perilaku pencarian informasi. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 1(1), 74-91.
- Feather, Jhon and Struges, Paul. (2003). *International Encyclopedia of Information and Library Science*, 2nd e. New York: Routledge, 2003
- Hardiantoro, Alinda., Pratiwi, Inten Esti. (2023, Mei 30). Ramai soal Karyawan Penyandang Disabilitas Alfamart, Ini Penjelasan Manajemen. Diakses pada 3 November 2023, melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2023/05/30/153000065/ramai-soal-karyawan-penyandang-disabilitas-alfamart-ini-penjelasan>.
- Hertanto, Eko. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. Diakses pada 1 November 2023, melalui https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LIMA_SKALA_DENGAN_MODIFIKASI_SKALA_LIKERT_EMPAT_SKALA
- Hulukati, Wenny., Djibran, Moh.Rizki. (2018). ANALISIS TUGAS PERKEMBANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73-114.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Jaya, I Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Kamila, N. (2023). Pengaruh Postingan Instagram @kejadiansmg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).

- Karim, R. (2021). Definisi Operasional: Tujuan, Manfaat dan Cara Membuat. Diakses pada 17 September, melalui https://penerbitbukudeepublish.com/definisioperasional/#1_Sugiono
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kokemuller, Neil. (2022, Juni 21). What Is a Retail Management Trainee?. Diakses pada 6 November 2023, melalui <https://work.chron.com/retail-management-trainee-22085.html>
- Kurniawan, Agung Widhi., Puspaningtyas, Zarah. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Liputan6. (2023, Juli 31). Rekrut Penyandang Disabilitas Sejak 2019, Kini Alfamidi Memiliki 255 Karyawan Difabel. Diakses pada 11 September 2023, melalui <https://www.liputan6.com/disabilitas/read/5357639/rekrut-penyandang-disabilitas-sejak-2019-kini-alfamidi-memiliki-255-karyawan-difabel?page=3>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Pemerintah Kota Semarang. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *Alacrity: Journal of Education*, 1(2), 20-29.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa: Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mowbray, J. A., & Hall, H. (2020). Using social media during job search: The case of 16–24 year olds in Scotland. *Journal of Information Science*, 016555152092765. doi:10.1177/0165551520927657
- Mulyana, Deddy. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Pala, R. (2020). Eksistensi Media Tradisional Pakkacaping sebagai Media Penyampaian Informasi Publik di Kota Parepare. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 518678.
- Prajarto, Y. N., Tania, S., IP, S., Purwaningtyas, M. P. F., & IP, S. (2019). Preferensi informasi dan perilaku bermedia warganet di akun Instagram media informasi selebritas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 191-208.

- Priasmoro, Muhammad Radityo. (2022, Februari 9). Menkominfo: Disrupsi Media, Konsumsi Cetak Turun 50 Persen 1 Dekade Ini. Diakses pada 14 September, melalui <https://www.liputan6.com/news/read/4882493/menkominfo-disrupsi-media-konsumsi-cetak-turun-50-persen-1-dekade-ini?page=2>
- Purborini, P. S., & Basid, R. A. (2022). Pengaruh Employer Branding terhadap Intensi Melamar Pekerjaan di Perusahaan BUMN dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 103-114.
- Putri, Adel Andila. (2023, Februari 19). Minimarket Dengan Gerai Terbanyak di Indonesia. Diakses pada 11 September 2023, melalui <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/minimarket-dengan-gerai-terbanyak-di-indonesia-twOVn>
- Putri, N. N. (2022, August). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram@infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 533-537).
- R, Anissa Ismi. (2022, Juli 18). Instagram Business : Fitur dan Cara Penggunaannya. Diakses pada 11 September 2023, melalui <https://socialmediamarketer.id/instagram/fitur-instagram-business-dan-cara-penggunaannya/>
- Revou. (n.d). Apa itu Engagement Rate?. Diakses pada 15 September 2023, melalui <https://revou.co/kosakata/engagement-rate#:~:text=Kualitas%20konten%20adalah%20faktor%20paling,menginspirasi%2C%20edukatif%2C%20atau%20persuasif>
- Riani, N. (2017). Model perilaku pencarian informasi guna memenuhi kebutuhan informasi (studi literatur). *Publication Library and Information Science*, 1(2), 14-20.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237.
- Risalah, Dian Fath. (2023, Mei 17). Sepanjang 2022, Alfamart Catatkan Laba Bersih Rp 2,85 Triliun. Diakses pada 3 November 2023, melalui

<https://ekonomi.republika.co.id/berita/rut9ca349/sepanjang-2022-alfamart-catatkan-laba-bersih-rp-285-triliun>

- Rumyeni, R., & Burhanuddin, B. (2015). *Pengaruh Media Sosial Twitter@ Lowkerpku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Saputra, M. I., & Hartanto, E. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI COVID-19 PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM@ kemenkes_ri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 107-114.
- Senjaya, W. F., Karnalim, O., Handoyo, E. D., Santoso, S., Tan, R., Wijanto, M. C., & Edi, D. (2019). Peran infografis sebagai penunjang dalam proses pembelajaran siswa. *Abdimas Altruus: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 55-62.
- Shaid, Nur Jamal. (2022, November 12). Bisnis Retail: Pengertian, Cara Kerja, Fungsi, Jenis, dan Contohnya. Diakses pada 4 Oktober 2023, melalui <https://money.kompas.com/read/2022/03/14/232646226/bisnis-retail-pengertian-cara-kerja-fungsi-jenis-dan-contohnya?page=all>
- Silvia, I., Perwirawati, E., Kom, M. I., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). *Manajemen Media Massa*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Simbolon, Theresia Gracia. (2023, Februari 28). Terdapat 59.276 Lowongan Kerja di Indonesia pada 2022. Diakses pada 1 September 2023, melalui <https://dataindonesia.id/tenaga-kerja/detail/terdapat-59276-lowongan-kerja-di-indonesia-pada-2022>
- Statista. (2023, April 24). Retail trade in Indonesia - statistics & facts. Diakses pada 4 September 2023, melalui <https://www.statista.com/topics/8000/retail-trade-in-indonesia/#topicOverview>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sutisna & Susan, Marcellia. (2020). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Syahrum & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

- Tawaf, T., & Alimin, K. (2012). Kebutuhan informasi manusia: Sebuah pendekatan kepustakaan. *Kutubkhanah*, 15(1), 50-59.
- Theodora, Agnes. (2021, Oktober 20). Lowongan Bertambah, Sebagian Kelompok Masih Sulit Akses Pekerjaan. Diakses pada 25 September 2023, melalui <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/10/20/lowongan-bertambah-sebagian-kelompok-masih-sulit-akses-pekerjaan>
- Timorria, Iim Fathimah. (2023, Maret 2). Gerai Bertambah, Laba Bersih Pengelola Alfamidi (MIDI) Naik 47,9 Persen. Diakses pada 4 September 2023, melalui <https://market.bisnis.com/read/20230302/192/1633500/gerai-bertambah-laba-bersih-pengelola-alfamidi-midi-naik-479-persen>.
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 2, pp. 311-317).
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- We Are Social. (2023). SPECIAL REPORT: DIGITAL 2023. Diakses pada 10 September 2023, melalui <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Windiana, Alta. (n.d). Mengenal Management Trainee: Program Idaman Para Fresh Graduate!. Diakses pada 3 November 2023, melalui <https://id.prosple.com/career-planning/mengenal-management-trainee-program-idaman-para-fresh-graduate>
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier sederhana. *Regresi Linier Sederhana*, 13.

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Ida Ayu Tri Laksmissta mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk penyusunan Tugas Akhir/Skripsi tentang **“Pengaruh Kualitas Pesan Konten Akun Instagram @alfakarir.official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja (Studi Eksplanatif pada Followers Instagram @alfakarir.official)”**. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan. Maka dari itu, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner dengan sebaik-baiknya sesuai dengan jawaban yang mewakili diri Saudara/i.

Seluruh informasi yang Saudara/i berikan dalam kuesioner ini dijamin kerahasiaannya dan hanya bertujuan untuk penelitian. Atas perhatian dan ketersediaan Saudara/i sebagai partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Pertanyaan Penyaring

1. Apakah Anda tertarik dengan lowongan kerja *Management Trainee*?
 - Ya
 - Tidak
2. Apakah Anda sedang mencari pekerjaan *Management Trainee* di Alfa Group?
 - Ya
 - Tidak
3. Apakah Anda berencana bekerja sebagai *Management Trainee* di Alfa Group?
 - Ya
 - Tidak

Identitas Responden

1. Nama
2. Usia Responden
 - 20 tahun
 - 21 tahun
 - 22 tahun

- 23 tahun
- 24 tahun
- 25 tahun

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Anda dengan keterangan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju dengan skor 4

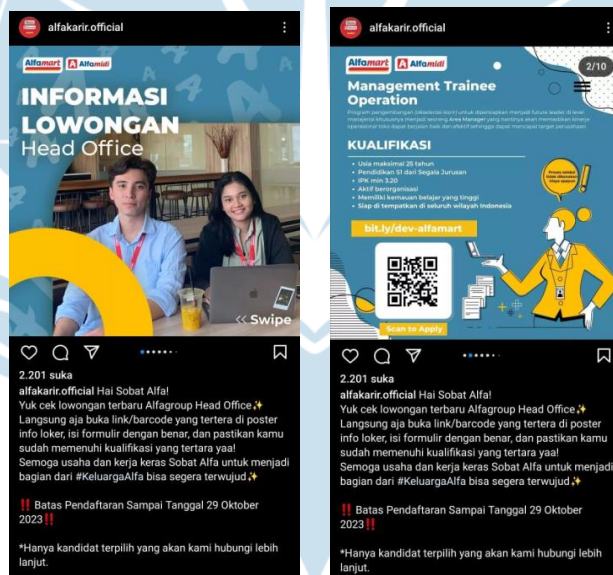
S = Setuju dengan skor 3

TS = Tidak Setuju dengan skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

Kualitas Pesan Konten ‘Management Trainee’

Jawablah pertanyaan berikut setelah memperhatikan konten di bawah



Clear
Konten lowongan kerja ‘management trainee’ mudah dipahami
<ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS
Konten lowongan kerja ‘management trainee’ menggunakan bahasa yang jelas
<ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S

- TS
- STS

Konten lowongan kerja '*management trainee*' menggunakan kalimat yang jelas

- SS
- S
- TS
- STS

Konten lowongan kerja '*management trainee*' menggunakan *font* tulisan yang jelas

- SS
- S
- TS
- STS

Correct

Konten lowongan kerja '*management trainee*' berdasarkan fakta

- SS
- S
- TS
- STS

Konten lowongan kerja '*management trainee*' terdapat link pendaftaran

- SS
- S
- TS
- STS

Konten lowongan kerja '*management trainee*' sangat meyakinkan

- SS
- S
- TS
- STS

Concise

Konten lowongan kerja '*management trainee*' menggunakan kalimat ringkas

- SS
- S
- TS
- STS

Konten lowongan kerja '*management trainee*' mudah dimengerti

- SS
- S
- TS

<ul style="list-style-type: none"> ○ STS
<p>Comprehensive</p>
<p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' disampaikan dengan detail</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS <p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' dilengkapi kualifikasi lamaran kerja</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS
<p>Concrete</p>
<p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' nyata</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS <p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' dapat dipertanggungjawabkan</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS
<p>Complete</p>
<p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' disampaikan dengan lengkap</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS
<p>Convincing</p>
<p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' memiliki gambar yang menarik</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS <p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' menggunakan warna yang menarik</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S

<ul style="list-style-type: none"> ○ TS ○ STS
<i>Courtesy</i>
<p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' menggunakan bahasa yang sopan</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS <p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' menggunakan bahasa formal</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS
<i>Consistent</i>
<p>Konten lowongan kerja '<i>management trainee</i>' disampaikan dengan konsisten</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja

<i>Current Need Approach</i>
<p>Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '<i>management trainee</i>' terbaru di Instagram @alfakarir.official</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS <p>Responden mengakses informasi lowongan kerja '<i>management trainee</i>' secara konstan di Instagram @alfakarir.official</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS ○ S ○ TS ○ STS <p>Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '<i>management trainee</i>' sesuai dengan kebutuhan di Instagram @alfakarir.official</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SS

- S
- TS
- STS

Everyday Need Approach

Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '*management trainee*' dengan cepat di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '*management trainee*' dengan mudah di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mengakses informasi lowongan kerja '*management trainee*' di Instagram @alfakarir.official secara rutin

- SS
- S
- TS
- STS

Exhaustic Need Approach

Responden memiliki ketergantungan pada informasi lowongan kerja '*management trainee*' di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '*management trainee*' dengan spesifik di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '*management trainee*' dengan detail di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '*management trainee*' yang relevan di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Catching Up Need Approach

Responden mendapatkan informasi lowongan kerja '*management trainee*' dengan ringkas di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mendapatkan sumber terpercaya dari informasi lowongan kerja '*management trainee*' di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Responden mendapatkan gambaran lengkap dari informasi lowongan kerja '*management trainee*' di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Informasi dapat menambah pengetahuan Responden terkait lowongan kerja '*management trainee*' di Instagram @alfakarir.official

- SS
- S
- TS
- STS

Lampiran hasil uji validitas variabel X

		Correlations																			TotalX
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	
X1	Pearson Correlation	1	.535**	.473**	.267	.473**	.342	.413	.401	.267	.247	.472**	.339	.401	.261	.184	.140	.331	.339	.401	.545**
	Sig. (1-tailed)		.001	.004	.077	.004	.032	.012	.014	.077	.094	.004	.033	.014	.082	.165	.230	.037	.033	.014	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.535**	1	.535**	.200	.802**	.302	.471**	.333	.333	.298	.283	.535**	.467**	.427**	.106	.366	.566**	.535**	.467**	.644**
	Sig. (1-tailed)	.001		.001	.145	.000	.053	.004	.036	.036	.055	.065	.001	.005	.009	.289	.023	.001	.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.473**	.535**	1	.267	.732**	.413	.530**	.401	.535**	.709	.520	.464**	.401	.595	.347	.175	.378	.598	.802**	.746**
	Sig. (1-tailed)	.004	.001		.077	.000	.012	.001	.014	.001	.000	.002	.005	.014	.000	.030	.178	.020	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.267	.200	.267	1	.401	.452**	.471**	.733**	.600	.537**	.283	.401	.333	.427**	.424**	.680	.424**	.267	.467**	.664**
	Sig. (1-tailed)	.077	.145	.077		.014	.006	.004	.000	.000	.001	.065	.014	.036	.009	.010	.000	.010	.077	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.473**	.802**	.732**	.401	1	.262	.530**	.535**	.535**	.470**	.378	.464**	.535**	.473**	.241	.385	.520	.732**	.688	.766**
	Sig. (1-tailed)	.004	.000	.000	.014		.081	.001	.001	.001	.004	.020	.005	.001	.004	.100	.018	.002	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.342	.302	.413	.452**	.262	1	.223	.302	.302	.468**	.373	.262	.000	.267	.256	.278	.213	.262	.452**	.483**
	Sig. (1-tailed)	.032	.053	.012	.006	.081		.118	.053	.053	.005	.021	.081	.500	.077	.086	.070	.129	.081	.006	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.413	.471**	.530	.471**	.530**	.223	1	.605**	.471**	.526	.476**	.800**	.874**	.767**	.485**	.405	.476**	.530**	.605**	.813**
	Sig. (1-tailed)	.012	.004	.001	.004	.001	.118		.000	.004	.001	.004	.000	.000	.000	.003	.013	.004	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.401	.333	.401	.733**	.535**	.302	.605**	1	.600**	.537**	.424**	.401	.600**	.549**	.424**	.576**	.424**	.401	.467**	.743**
	Sig. (1-tailed)	.014	.036	.014	.000	.001	.053	.000		.000	.001	.010	.014	.000	.001	.010	.000	.010	.014	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.267	.333	.535**	.600	.535**	.302	.471**	.600**	1	.656**	.283	.535**	.467**	.549**	.530**	.471**	.566**	.535**	.600**	.753**
	Sig. (1-tailed)	.077	.036	.001	.000	.001	.053	.004	.000		.000	.065	.001	.005	.001	.001	.004	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.247	.298	.709	.537**	.470**	.468**	.526	.537**	.656**	1	.422	.590**	.298	.680	.620	.453	.548	.470	.776**	.792**
	Sig. (1-tailed)	.094	.055	.000	.001	.004	.005	.001	.001		.000	.010	.000	.055	.000	.000	.006	.001	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.472**	.283	.520**	.283	.378	.373	.476**	.424**	.283	.422	1	.236	.283	.604**	.300	.185	.250	.236	.283	.550**
	Sig. (1-tailed)	.004	.065	.002	.065	.020	.021	.004	.010	.065	.010		.104	.065	.000	.054	.164	.091	.104	.065	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.339	.535**	.464**	.401	.464**	.262	.800**	.401	.535**	.590**	.236	1	.668**	.595**	.453**	.385	.661**	.598**	.668**	.766**
	Sig. (1-tailed)	.033	.001	.005	.014	.005	.081	.000	.014		.001	.000	.104	.000	.000	.006	.018	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.401	.467**	.401	.333	.535**	.000	.874**	.600**	.467**	.298	.283	.668**	1	.549**	.318	.262	.424**	.535**	.467**	.674**
	Sig. (1-tailed)	.014	.005	.014	.036	.001	.500	.000	.000		.005	.055	.065	.000	.001	.043	.081	.010	.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.261	.427**	.595**	.427**	.473**	.267	.767**	.549**	.549**	.680	.604**	.595**	.549**	1	.588**	.495**	.474**	.473**	.549**	.793**
	Sig. (1-tailed)	.082	.009	.000	.009	.004	.077	.000	.001		.001	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.004	.004	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.184	.106	.347	.424**	.241	.256	.485**	.424**	.530**	.620**	.300	.453**	.318	.588**	1	.388	.412	.347	.424**	.614**
	Sig. (1-tailed)	.165	.289	.030	.010	.100	.086	.003	.010		.001	.000	.054	.006	.043	.000	.017	.012	.030	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.140	.366	.175	.680**	.385	.276	.405	.576**	.471**	.453**	.185	.385	.262	.495**	.388	1	.296	.175	.366	.586**
	Sig. (1-tailed)	.230	.023	.178	.000	.018	.070	.013	.000		.004	.006	.164	.018	.081	.003	.017	.056	.178	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X17	Pearson Correlation	.331	.566**	.378	.424**	.520**	.213	.476**	.424**	.566**	.548**	.250	.661**	.424**	.412	.296	1	.520**	.424**	.676**	.676**
	Sig. (1-tailed)	.037	.001	.020	.010	.002	.129	.004	.010		.001	.001	.091	.000	.010	.004	.012	.056	.002	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X18	Pearson Correlation	.339	.535**	.598**	.267	.732**	.262	.530**	.401	.535**	.470**	.236	.598**	.535**	.473**	.347	.175	.520**	1	.668**	.697**
	Sig. (1-tailed)	.033	.001	.000	.077	.000	.081	.001	.014		.001	.004	.104	.000	.001	.004	.030	.178	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X19	Pearson Correlation	.401	.467**	.802**	.467**	.668**	.452**	.605**	.467**	.600**	.776**	.283	.668**	.467**	.549**	.424**	.366	.424**	.668**	1	.803**
	Sig. (1-tailed)	.014	.005	.000	.005	.000	.006	.000	.005		.000	.000	.065	.000	.005	.001	.010	.023	.010	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX	Pearson Correlation	.545**	.644**	.746**	.664**	.766**	.483**	.813**	.743**	.753**	.792**	.550**	.766**	.674**	.793**	.614**	.586**	.676**	.697**	.803**	1
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).



Hasil uji reliabilitas variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	19

Lampiran hasil uji validitas variabel Y

		Correlations														
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	.591**	.524**	.683**	.479**	.220	.034	.431**	.431**	.478**	.368*	.528**	.379*	.379*	.616**
	Sig. (1-tailed)		.000	.001	.000	.004	.121	.429	.009	.009	.004	.023	.001	.020	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.591**	1	.620**	.780**	.352*	.545**	.363*	.563**	.385*	.427**	.427**	.394*	.400*	.504**	.713**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.028	.001	.024	.001	.018	.009	.009	.016	.014	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.524**	.620**	1	.630**	.644**	.401*	.196	.667**	.467**	.518**	.518**	.680**	.528**	.645**	.762**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000		.000	.000	.014	.150	.000	.005	.002	.002	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.683**	.780**	.630**	1	.585**	.475**	.288	.730**	.531**	.478**	.589**	.637**	.379*	.494**	.794**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.061	.000	.001	.004	.000	.000	.020	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.479**	.352*	.644**	.585**	1	.458**	.305	.663**	.464**	.515**	.515**	.774**	.433**	.548**	.737**
	Sig. (1-tailed)	.004	.028	.000	.000		.005	.051	.000	.005	.002	.002	.000	.008	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.220	.545**	.401*	.475**	.458**	1	.633**	.719**	.719**	.443**	.709**	.601**	.391*	.670**	.783**
	Sig. (1-tailed)	.121	.001	.014	.004	.005		.000	.000	.000	.007	.000	.000	.016	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.034	.363*	.196	.288	.305	.633**	1	.399*	.240	.266	.532**	.270	.260	.260	.509**
	Sig. (1-tailed)	.429	.024	.150	.061	.051	.000		.014	.101	.078	.001	.075	.082	.082	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.431**	.563**	.667**	.730**	.663**	.719**	.399*	1	.813**	.485**	.693**	.750**	.473**	.691**	.874**
	Sig. (1-tailed)	.009	.001	.000	.000	.000	.000	.014		.000	.003	.000	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.431**	.385*	.467**	.531**	.464**	.719**	.240	.813**	1	.485**	.693**	.648**	.473**	.691**	.772**
	Sig. (1-tailed)	.009	.018	.005	.001	.005	.000	.101	.000		.003	.000	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.478**	.427**	.518**	.478**	.515**	.443**	.266	.485**	.485**	1	.538**	.605**	.525**	.404*	.681**
	Sig. (1-tailed)	.004	.009	.002	.004	.002	.007	.078	.003	.003		.001	.000	.001	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.368*	.427**	.518**	.589**	.515**	.709**	.532**	.693**	.693**	.538**	1	.718**	.646**	.767**	.836**
	Sig. (1-tailed)	.023	.009	.002	.000	.002	.000	.001	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.528**	.394*	.680**	.637**	.774**	.601**	.270	.750**	.648**	.605**	.718**	1	.603**	.722**	.848**
	Sig. (1-tailed)	.001	.016	.000	.000	.000	.000	.075	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.379*	.400*	.528**	.379*	.433**	.391*	.260	.473**	.473**	.525**	.646**	.603**	1	.746**	.680**
	Sig. (1-tailed)	.020	.014	.001	.020	.008	.016	.082	.004	.004	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.379*	.504**	.645**	.494**	.548**	.670**	.260	.691**	.691**	.404*	.767**	.722**	.746**	1	.810**
	Sig. (1-tailed)	.020	.002	.000	.003	.001	.000	.082	.000	.000	.013	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalY	Pearson Correlation	.616**	.713**	.762**	.794**	.737**	.783**	.509**	.874**	.772**	.681**	.836**	.848**	.680**	.810**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Hasil uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	14

Skripsi_Ida Ayu Tri Laksmissta_200907483

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	4%
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
3	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Politeknik Pariwisata Bali Student Paper	1%
5	proceedings.unisba.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
8	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
9	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%

10	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
12	ahyad.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	<1 %
13	Catharina Esmi Triningsih, Agung Nugrohadhi. "Evaluasi Pemanfaatan Koleksi E-book dan E-journal Terhadap Kinerja Studi Mahasiswa UAJY Selama Masa Pandemi Covid (2020-2021)", Al-Ma mun Jurnal Kajian Kepustakawanan dan Informasi, 2022 Publication	<1 %
14	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1 %
15	journal.piksi.ac.id Internet Source	<1 %
16	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.unej.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
19	ilhamhavifi12.wordpress.com Internet Source	<1 %

20	www.powtoon.com Internet Source	<1 %
21	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
22	d3stikombanyuwangi.blogspot.com Internet Source	<1 %
23	jurnal.iain-bone.ac.id Internet Source	<1 %
24	Submitted to Sogang University Student Paper	<1 %
25	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
27	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
28	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off Exclude matches < 25 words
Exclude bibliography On