

MOTIF DAN KEPUASAN MENGAKSES INFORMASI PELATIHAN KERJA PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @uptblksurabaya

¹Vico Abirama Audhiza, ²Dewi Sri Andika Rusmana, ³ Muchamad Rizqi

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

abirama.vico34@gmail.com

Abstract

This study examines the influence of motives for using the Instagram account @uptblksurabaya on follower satisfaction in receiving job training information. With the advancement of communication technology, social media, especially Instagram, has become a significant source of information for the public. This research employs a quantitative approach with data collection methods through questionnaires distributed to 100 active followers of the Instagram account. The tests used in this study include validity and reliability tests. For data analysis, simple linear regression and coefficient of determination tests were applied. The analysis results indicate a significant positive relationship between user motives in seeking training information and the level of satisfaction experienced. The simple linear regression test shows that user motives contribute 32.6% to the satisfaction with the information received. These findings demonstrate that followers are more likely to feel satisfied when the information obtained is relevant and credible. This study is expected to provide insights for Instagram account managers to enhance the quality of information presented and strengthen interactions with followers.

Keywords: Instagram, Satisfaction, Job training information, User motives.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh motif penggunaan akun Instagram @uptblksurabaya terhadap kepuasan pengikut dalam menerima informasi pelatihan kerja. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, media sosial, terutama Instagram, telah menjadi sumber informasi yang signifikan bagi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 pengikut aktif akun Instagram tersebut. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji, seperti uji validitas data dan uji reliabilitas. Sedangkan untuk analisis data, pengujiannya menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara motif pengguna dalam mencari informasi pelatihan dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa motif pengguna berkontribusi sebesar 32,6% terhadap kepuasan informasi yang diterima. Temuan ini memperlihatkan bahwa pengikut lebih cenderung merasa puas ketika informasi yang diperoleh relevan dan kredibel. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola akun Instagram dalam meningkatkan kualitas informasi yang disajikan serta memperkuat interaksi dengan pengikut.

Kata kunci: Instagram, Kepuasan, Informasi pelatihan kerja, Motif pengguna.

Pendahuluan

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan informasi pada saat ini. Perkembangan media sosial saat ini membuat masyarakat semakin dipermudah dalam mengakses sebuah informasi. Media dibutuhkan oleh masyarakat sebagai alat pemuas kebutuhan sebagai sumber informasi, hiburan, maupun pendidikan. Perkembangan teknologi komunikasi di bidang elektronika, telah memunculkan teknologi internet yang memungkinkan dunia menjadi tanpa batas. Perkembangan dan kemajuan teknologi dan informasi kini kian meluas dan cepat. Beberapa layanan seperti *e-mail*, internet, media sosial, *tele-conference* dan *net-meeting*, adalah salah satu pembuktian bahwa perkembangan teknologi dan informasi semakin cepat dan luas. Internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka (Prasetyo, 2019).

Instagram merupakan platform digital yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu *burbn, inc*, sampai akhirnya diakuisisi oleh *facebook* pada tahun 2012. Instagram merupakan salah satu media sosial berbentuk sebuah aplikasi dari *smartphone* sebagai sarana penyebaran informasi berupa gambar atau video. Kehadiran Instagram di tengah-tengah masyarakat membuat kita tidak perlu menunggu berhari-hari atau berjam-jam untuk sebuah informasi melalui televisi, ataupun surat kabar. Orang – orang indonesia lebih cenderung menggunakan Instagram sebagai media untuk mendapatkan informasi karena adanya kemudahan dalam mengakses. Dengan Instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui *website*, karena semua berita yang diingkan bisa didapatkan melalui satu *platform* yaitu Instagram.

HRD seringkali menetapkan standar kualifikasi yang sangat tinggi bagi calon karyawan yang mencakup gelar tinggi, pengalaman kerja, mempunyai *hard skill*, *soft skill*, dan sertifikasi khusus. Dalam kualifikasi di perusahaan, lulusan sarjana maupun sma / smk *hard skill* memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu 50% sedangkan *soft skill* sebesar 15%. Sehingga hal tersebut memperlihatkan bahwa *hard skill* sangat dibutuhkan untuk mendapatkan pekerjaan. Pada dasarnya, *hard skill* adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk sebuah pekerjaan. Hal ini biasanya tertulis di kolom persyaratan di sebuah lowongan pekerjaan. Dengan adanya fenomena tersebut pentingnya mengikuti pelatihan kerja untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pencari kerja. Lembaga UPT BLK menyediakan akun Instagram untuk memberikan berbagai program pelatihan, supaya membantu orang mendapatkan keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja. Maka dari itu terdapat alasan seseorang mengikuti akun Instagram @uptblksurabaya untuk menerima informasi mengenai pelatihan kerja. Dengan menerima informasi mengenai pelatihan kerja, *followers* akun @uptblksurabaya bisa mendaftarkan dirinya untuk mengikuti pelatihan dan mengasah skill mereka.

Dari fenomena di atas menggambarkan bahwa terdapat analisis *uses and gratification* yang dimana perilaku audien menggunakan media sosial dibimbing oleh pencapaian tujuan dan kebutuhan tertentu. Instagram salah satu contoh media sosial dengan memiliki tampilan serta penggunaan yang mudah bagi semua kalangan. Dengan hadirnya Instagram dapat memudahkan kita untuk mencari informasi atau berita mengenai pelatihan kerja. Di setiap daerah khususnya Surabaya, lembaga swasta maupun negeri yang memberikan pelayanan informasi seputar pelatihan kerja pasti memiliki akun instagram, contohnya seperti akun instagram @bdisurabaya dan @uptblksurabaya. Selain itu, mengetahui motif di balik penggunaan media sosial Instagram oleh para pengikut untuk mencari informasi pelatihan kerja, serta tingkat kepuasan mereka terhadap informasi yang diterima, dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola akun instagram @uptblksurabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh motif terhadap kepuasan pengikut dalam menerima informasi pelatihan kerja. Penelitian terkait motif dan kepuasan ini

sebelumnya pernah dilakukan oleh (Fauzana, 2020) dengan fokus pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat melalui sosial media Facebook. Keterbaruan penelitian ini terdapat di objek sosial medianya yakni menggunakan Instagram dan pemenuhan informasinya yang berfokus pada informasi pelatihan kerja.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berarti mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada *followers* Instagram @uptblksurabaya. Lalu untuk teknik analisis datanya menggunakan analisis statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* aktif Instagram @uptblksurabaya per tanggal 16 Oktober 2024 dengan jumlah *followers* aktif 1.128. populasi sendiri memiliki pengertian semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana menjadi tergantung kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian (Nurulita et al., 2023).

Teknik penarikan sample pada penelitian ini menggunakan purposive sampling, yakni dengan melakukan evaluasi terhadap populasi yang digunakan serta membuang yang tidak sesuai untuk dijadikan sampel. Untuk pengukuran samplenya, peneliti menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh dengan taraf kesalahan 10%. Sedangkan untuk teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang dibagikan ke pengikut aktif @uptblksurabaya dan skala pengukurnya menggunakan skala Guttman yang dimana skala pengukuran dengan tipe jawaban yang tegas yaitu “Ya-tidak, benar-salah, pernah-tidak pernah, positif-negatif, dan lain – lain”. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji, seperti uji validitas data dan uji reliabilitas. Sedangkan untuk analisis data, pengujianya menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji koefisien determinasi (Sugiyono, 2010).

Hasil dan Pembahasan

Dari penelitian ini peneliti mendapatkan konklusi yang membuktikan bahwasanya teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Elihu Katz ternyata terbukti benar. Hal ini bisa dikatakan terbukti benar dengan melalui beberapa uji yang peneliti sudah lakukan. Pertama pada uji linearitas, dalam penelitian ini mendapatkan bahwasannya ada nilai signifikan yang dihasilkan yaitu 0,00 % dimana dalam hal ini nilai 0,00% lebih kecil dari 0,05% sehingga dapat dikatakan bahwasannya uji linearitas dari penelitian ini adanya pengaruh dalam variabel X “motif pengikut akun Instagram @uptblksurabaya” terhadap variabel Y “kepuasan dalam menerima informasi”. Dapat disimpulkan bahwa adanya motif pengikut akun Instagram @uptblksurabaya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mereka dalam menerima informasi pelatihan kerja, selain itu terdapat variabel motif pengikut terbukti memberikan kontribusi yang nyata dalam menentukan kepuasan mereka terhadap informasi yang diterima melalui akun Instagram @uptblksurabaya.

Kedua dilihat dari hasil Uji T yang telah dilakukan oleh peneliti dimana peneliti mendapatkan T hitung sebesar 6,892% dan apabila dihitung dengan taraf 10% menggunakan rumus $df=n$ menghasilkan $df= 100-2 = 98$. Maka nilai T tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,984, maka dari itu 6,892 lebih besar dari 1,984 sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa adanya pengaruh variabel motif pengikut akun Instagram @uptblksurabaya (X) terhadap kepuasan dalam menerima informasi variabel (Y). Dan yang terakhir dari hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil R square 0,326 yang akan menjadi acuan untuk melihat seberapa besar efeknya R square pada penelitian ini.

Penelitian ini mendapatkan R square dengan nilai nilai 0,326 atau 32,6 % maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terbentuknya variabel independen (bebas) memiliki pengaruh sebesar 32,6% terhadap variabel dependen (terikat). Artinya motif dari pengikut akun instagram @uptblksurabaya dalam kepuasan menerima informasi terkait pelatihan kerja ini dibuktikan pada indikator motif identitas pribadi yang mendapatkan presentase paling besar diantara indikator lainnya pada variabel X. Dalam informasi pelatihan yang diberikan @uptblksurabaya, bahwa informasi yang dibagikan valid dan kredibel dengan memiliki nilai paling besar pada variabel bebas (motif pengikut akun Instagram @uptblksurabaya) yakni 96,3%. Dengan begitu artinya terdapat pengaruh motif *followers* aktif @uptblksurabaya dalam menerima informasi pelatihan kerja. Dari hasil temuan pembahasan diatas, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif sejalan dengan teori *uses and gratification* menurut Elihu Katz. Elihu Katz mengatakan bahwasannya khalayak tidak lagi memiliki pengaruh terhadap media, tetapi sebaliknya media yang memiliki pengaruh terhadap khalayaknya. Selain itu juga terdapat lima asumsi pada teori *uses and gratification* sehingga hal tersebut berbanding lurus dengan penelitian ini.

Peneliti akan menjawab lima asumsi Elihu Katz, yang pertama pada asumsi khalayak aktif dan penggunaan media mereka berfokus pada tujuan. Hasil analisis pembahasan diatas menunjukkan bahwa responden yang ingin diteliti memiliki kriteria yakni *followers* aktif Instagram @uptblksurabaya. Bisa dikatakan *followers* aktif karena mereka saling berinteraksi di kolom komentar, memberikan like pada postingan, dan memiliki tujuan mencari informasi tentang pelatihan kerja. Hal tersebut dapat dikaitkan pada indikator motif informasi dalam pertanyaan "Saya menggunakan informasi yang disediakan oleh @uptblksurabaya sebagai referensi/acuan dalam mencari pelatihan kerja."

Pada asumsi kedua, Inisiatif untuk menghubungkan kepuasan kebutuhan dengan pemilihan media tertentu dimiliki oleh anggota penonton. Hasil analisis pembahasan diatas menunjukkan bahwa mereka secara sadar memilih media tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Hal tersebut dapat dikaitkan pada indikator motif hiburan dalam pertanyaan "Setelah mengakses instagram @uptblksurabaya saya dapat memuaskan rasa ingin tahu tentang apa saja macam – macam pelatihan kerja."

Pada asumsi ketiga, Media bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memenuhi kebutuhan. Hasil dari analisis pembahasan diatas terbukti bahwa dalam persaingan media lain dalam menyajikan informasi mengenai pelatihan kerja, responden lebih memilih uptblksurabaya karena kepercayaan mereka akan informasi yang diberikan pada *followers* nya. Hal tersebut dapat dikaitkan pada indikator persaingan dalam pertanyaan "Informasi yang disampaikan di instagram @uptblksurabaya bisa dikatakan terpercaya sebab uptblk surabaya berada dibawah naungan dinas tenaga kerja dan transimgrasi prov jatim."

Pada asumsi keempat, Individu memiliki kesadaran yang cukup tentang penggunaan media mereka, minat, dan motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat tentang penggunaan tersebut kepada peneliti. Hasil dari analisis pembahasan diatas menunjukkan bahwa banyak pengikut mampu menjelaskan alasan mereka mengikuti Instagram @uptblksurabaya dan bagaimana mereka memanfaatkan informasi yang diberikan. Hal tersebut dapat dikaitkan pada indikator khalayak aktif dalam pertanyaan "Saya mengikuti akun instagram @uptblksurabaya bertujuan untuk mengasah skill dengan cara mengikuti pelatihan kerja."

Pada asumsi kelima, penilaian tentang konten media hanya bisa dilakukan oleh penonton. Hasil dari analisis pembahasan diatas menunjukkan bahwa pengikut memberikan *feedback* berupa like dan komentar pada konten yang diunggah. Analisis data menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mereka terhadap informasi yang diterima juga dipengaruhi oleh kualitas konten yang disajikan. Hal ini menegaskan bahwa pengguna memiliki penilaian subjektif terhadap konten yang mereka konsumsi. Hal tersebut dapat dikaitkan pada indikator

fitur aplikasi dalam pertanyaan "Konten *reels* @uptblksurabaya mengenai informasi pelatihan kerja memiliki daya tarik bagi saya." Dari penelitian ini, peneliti mendapatkan konklusi yang membuktikan bahwasanya asumsi teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Elihu Katz ternyata terbukti benar.

Penutup

penelitian yang berjudul "Motif dan Kepuasan Mengakses Informasi Pelatihan Kerja Pada Pengikut Akun Instagram @uptblksurabaya" yang mendapatkan jumlah responden 100 *followers* aktif Instagram @uptblksurabaya dan berdasarkan pada hasil uji statistik yang telah dipaparkan mengenai judul tersebut didapati kesimpulan bahwa sebagian besar *followers* seringkali mencari informasi pelatihan kerja di akun Instagram @uptblksurabaya, karena *followers* aktif menganggap Instagram @uptblksurabaya merupakan sumber informasi yang valid dan kredibel. Pada penelitian ini peneliti menyadari masih banyak kekeliruan dan keterbatasan berdasarkan temuan penelitian. Namun, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pembacanya. Saran untuk peneliti selanjutnya, dapat menambahkan indikator dari referensi lainnya yang berhubungan erat dengan pengaruh motif terhadap kepuasan di media sosial lainnya. Kemudian untuk pengujinya dapat ditambahkan uji lainnya seperti uji autokorelasi untuk melihat korelasi antara variabel X dengan variabel Y.

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Bella Sofyana, R., Rizqi, M., & Sudaryanto, E. (2019). *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Kucingkita.Sub Sebagai Media Promosi*. Dm, 957–963.
- Berliana, N. (2021). Landasan Teori ادبیات. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 18.
- Fauzana, N. A. (2020). *MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL MASYARAKAT (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Terhadap Akun Facebook @ infocegatansolo pada Masyarakat Solo-Raya)*. 26.
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unj Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Common*, 5(1), 67–76. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4033>
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v29i3.1226>
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repository.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku+Ajar+Komunikasi+Bisnis+\(ABKA+3208-+2+SKS\).pdf?sequence=1](https://repository.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku+Ajar+Komunikasi+Bisnis+(ABKA+3208-+2+SKS).pdf?sequence=1)
- Hidayati, N., Andayani, Y., & Junaidi, E. (2021). Pengaruh Persepsi Guru Tentang TIK Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran IPA SMA/MA Se-Kecamatan Gerung. *Chemistry Education Practice*, 4(1), 84. <https://doi.org/10.29303/cep.v4i1.2233>
- I Nurdianawati. (2021). Uji Instrumen. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1(69), 5–24.
- Irawati. (2023). Gambaran Tingkat Pengetahuan Perawat Tentang Mobilisasi Dini Pada Pasien Post Operasi. *Doctoral Dissertation, STIKES Suaka Insan Banjarmasin* , 32–49.
- Masyarakat, K., Bank, P., & Indonesia, S. (2023). *Issn : 3025-9495*. 3(1).
- Muhammad Zaki, & Dewi Maya Sari. (2021). Upaya Meningkatkan Keterampilan Teknik Dasar Shooting Dalam Permainan Sepak Bola Melalui Penerapan Gaya Mengajar Drill Dan Pendekatan Bermain Pada Siswa Kelas Iv-A SD Yayasan Pendidikan Nurul Hasanah

Tahun Ajaran 2020/2021. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 2(1), 40–45.
<https://doi.org/10.55081/jumper.v2i1.504>

Muhartini, A. A., Sahroni, O., Rahmawati, S. D., Febrianti, T., & Mahuda, I. (2021). Analisis Sugiyono. (2016). Jenis Penelitian Kuantitatif Deskriptif dalam Metode Penelitian. *Konstruksi Dan Properti Yang Dibutuhkan Industri Jasa Konstruksi Bidang Pelaksanaan Di DIY*, 64–76.