

PENGARUH MEDIA SOSIAL TWITTER @LOWKERPKU TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LOWONGAN KERJA BAGI FOLLOWERS

Oleh : Burhanuddin

Pembimbing : Rummyeni, S.Sos, M.Sc

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Universitas Riau

E-mail: burhanuddin_3tkj1@yahoo.com

Abstract

As rapid technological development today, the human need for technology is growing, one of which is Internet technology, among amenity provided by the Internet is the ease of finding a job information. There were so many internet sites and social media that provide information about the job. One of the social media that provide job information is a social media twitter @LowkerPKU. Internet and social media are used to share information, job, looking for a way replace the previous job information. The follower of @LowkerPKU account can read the timeline @LowkerPKU to looking for job information. In Uses and Gratification theory of media users play an active role in selecting and using media. Media users are trying to find the best source in an attempt to meet their needs. The purpose of this study is to determine, whether there is an influence of social media twitter @LowkerPKU towards fulfillment of job information for followers.

The method used in this study is a quantitative method of explanation. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The number of samples for this study were 99 respondents. Sampling using random sampling techniques. To determine how much influence these two variables, the researchers used a simple linear regression analysis. Questionnaire for data processing, carried out using the program Statistics Product And Service Solutions (SPSS) version of Windows 17.

Results of research on the influence of social media twitter @LowkerPKU towards fulfillment of job information for followers regression coefficient values obtained in this study is $Y = 0.884 + 0.733 X$ with significance level 0,000 that smaller than $\alpha = 0.05$. This means that there is the influence of social media twitter @LowKerPKU towards fulfillment of job information for followers of 46.5% and in the category of influential medium. The percentages indicate that the job information needs can be fulfilled respondents. Thus H_0 is rejected and H_a accepted.

Keywords : Media Social, Twitter, Infromation Needed, Job Vacancy

PENDAHULUAN

Dewasa ini internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan (Ardianto dkk, 2005: 150-151)

Jika membicarakan internet, maka pemikiran kita terbawa ke arah media sosial yang sedang marak digunakan saat ini termasuk di negara Indonesia. Menurut Mayfield dari iCrossing. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. (Jasmadi, 2007: 16-17).

Blumer dan Katz menjelaskan bagaimana asumsi dasar dari teori *uses and gratification* yaitu pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif lain untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007: 191). Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana informasi dari media tersebut akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007: 192). Dengan adanya kebutuhan-kebutuhan dari diri khalayak, membuat khalayak menjadi

aktif dalam menggunakan media. Khalayak menjadi produktif dalam mengkonsumsi media. Sehingga khalayak akan memilih media yang diinginkannya untuk memenuhi kebutuhan informasinya yang dalam penelitian ini informasi yang dibutuhkan yaitu informasi lowongan kerja.

Semakin banyaknya lulusan sarjana maupun SMA/SMK di Indonesia tentu akan berpengaruh dengan tingkat pencarian lowongan kerja, tak terkecuali daerah Pekanbaru. Dahulu informasi lowongan kerja tersedia pada media cetak seperti surat kabar yang mengkhususkan beberapa halaman untuk iklan informasi lowongan kerja, dan setiap mencari lowongan kerja orang-orang membeli banyak koran hanya untuk membuka halaman bagian lowongan kerja dan membaca setiap baris iklan lowongan kerja, pencarian informasi lowongan kerja seperti di atas pada saat sekarang ini kurang efektif dan efisien. Namun, sekarang ini ketersediaan informasi lowongan kerja juga dapat ditemukan secara *online*.

Salah satu akun *Twitter* yang memberi informasi bermanfaat adalah akun @LowkerPKU yaitu akun *Twitter* yang berisi informasi seputar lowongan kerja berdomisili di Pekanbaru. Para pengikut atau *follower* dari akun @LowkerPKU dapat membaca *timeline* @LowkerPKU untuk mencari lowongan kerja. @LowkerPKU meng-*update timeline* secara berkala berisi informasi lowongan kerja terbaru dari setiap perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan kerja. Informasi lowongan kerja di @LowkerPKU sebagian besar sekitar Pekanbaru.

Tweet yang diposting oleh akun @LowkerPKU berisi *link* yang berisi informasi lengkap mengenai persyaratan yang dibutuhkan untuk melamar kerja dan juga meneruskan pada situs sumber lowongan kerja. Akun @LowkerPKU sendiri sudah memiliki *followers* sebanyak 16.878 (Periode 25 Juni 2014), dan ini merupakan jumlah *follower* terbanyak dibandingkan dengan akun *twitter* lainnya yang sejenis.

Selanjutnya dalam melakukan penelitian ini diperlukan penelitian-penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Rachmat Abdul Fickry tahun 2012 mengenai Hubungan antara Pemberitaan Okezone.com dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Untirta Reguler 2010/2011). Secara garis besar, hasil penelitian ini menyatakan pemberitaan Okezone.com tersebut memberikan hubungan yang cukup berarti pada pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa sebesar 24,6%. Penelitian yang juga sama relevannya dengan penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Ardi Pramudito dengan judul Hubungan Antara Proses Pencarian Informasi di Akun *Twitter* @gigsplay dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan kuat antara proses pencarian informasi di akun *Twitter* @gigsplay dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang dan penelitian-penelitian terdahulu tersebut maka, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial *Twitter* @LowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi *Followers*”

TINJUAN PUSTAKA

Media Sosial

Definisi situs jejaring sosial menurut Boyd & Ellison adalah layanan berbasis *web* yang mengizinkan individu untuk mengkonstruksi profil/semi publik di dalam sistem terikat, menghubungkan sekelompok pengguna yang saling berbagi koneksi dan melintasi koneksi-koneksi dan lainnya dalam sebuah sistem. Jenis dan tata cara koneksi ini mungkin beragam satu sama lainnya. Keunikan jejaring sosial adalah bukan karena semata-mata media ini mampu membuat individu bertemu orang yang tidak dikenal, namun karena media ini dapat dapat membuat para penggunanya terhubung dan memperhatikan jaringan sosial mereka. Pada sebagian situs jejaring sosial besar, para anggotanya tidak menggunakan jaringan untuk bertemu dengan orang baru, namun untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang memang telah menjadi bagian dari perpanjangan jejaring sosial mereka (Boyd & Ellison, 2007)

Media jejaring sosial sendiri termasuk kategori media baru (*new media*). Media baru secara umum mengacu pada penggunaan internet, terutama penggunaan publik seperti berita *online*, iklan, penyiaran, aplikasi *broadcasting* (misalnya mengunduh

musik), forum dan aktivitas diskusi, *world wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu (McQuail, 2005: 136)

Situs jejaring sosial memiliki beragam fitur teknis, namun pada umumnya mereka membuat dan memperlihatkan profil penggunaannya serta daftar teman yang juga merupakan pengguna dalam sistem tersebut. Profil merupakan halaman yang unik dimana pengguna dapat menampilkan sosok mereka. Umumnya, profil disusun berdasarkan pertanyaan yang mengacu pada usia, lokasi, minat serta bagian 'tentang saya'. Beberapa situs juga mengizinkan penggunaannya mengupload foto profil, konten multimedia (video) serta modifikasi tampilan profil, status serta aplikasi untuk membuat profil mereka tampil semenarik mungkin (Boyd & Ellison, 2007)

Twitter

Ide *twitter* berawal dari sebuah sesi *brainstorming* pada sebuah rapat yang diselenggarakan oleh anggota dewan perusahaan Podcasting Odeo dalam rangka menampilkan ide kreatif untuk mengembangkan produk-produk yang akan dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Pada pertemuan itu, Jack Dorsey memperkenalkan sebuah gagasan untuk menggunakan layanan SMA agar dapat berkomunikasi dengan sekelompok kecil. Konsep tersebut didapatkan setelah mempelajari sebuah layanan SMS berbasis kelompok yang dikembangkan oleh TXTMob (Elcom, 2010:02).

Penyampaian pesan dalam *twitter* umumnya tidak mengharapkan

balasan atau respon dari pengguna lainnya, namun hal ini lambat laun berganti menjadi situs "tanya-jawab" bagi penggunaannya melalui sistem *retweet* (RT). Untuk urusan sosial, *twitter* mampu memberikan informasi cepat mengenai keberadaan orang lain atau kegiatan apa yang sedang kita lakukan. Untuk urusan bisnis, *twitter* bisa dijadikan alat untuk mengumumkan kabar terbaru atau posting blog terbaru dari sebuah perusahaan bahkan bisa digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen. *Twitter* saat ini juga memudahkan kolaborasi internal dan komunikasi dalam sebuah kelompok.

Kebutuhan Informasi

Istilah kebutuhan informasi memiliki beberapa definisi yang berbeda. Definisi-definisi kebutuhan informasi yang berbeda ini digunakan sesuai dengan konteksnya masing-masing. Katz, Blumer, dan Gurevitch (dalam Rakhmat, 2005:205), *uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barang kali termasuk juga yang tidak kita inginkan.

Belkin (dalam Ishak, 2006:91) menyatakan bahwa kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam tingkat pengetahuannya tentang situasi atau topik tertentu dan berkeinginan mengatasi kekurangan tersebut. Terdapat banyak alasan mengapa

seseorang mencari, mengakses, mendapatkan, lalu menggunakan informasi yang mereka peroleh. Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang membutuhkan informasi dalam subjek tertentu. Nicholas dalam bukunya tentang menilai kebutuhan informasi menguraikan beberapa faktor tersebut, antara lain faktor pekerjaan seseorang, kultur budaya, kepribadian, tingkat pendidikan, jenis kelamin, usia, ketersediaan waktu luang, masalah akses, sumber informasi, dan jumlah informasi yang tersedia.

Seseorang bisa dikatakan membutuhkan informasi ketika ia menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki dirinya masih kurang mencukupi untuk memecahkan suatu masalah tertentu dalam dirinya. Dengan sendirinya kebutuhan akan informasi akhirnya akan melahirkan permintaan akan informasi yang diinginkan oleh pemakai informasi. Sebab, permintaan dan kebutuhan sangat berkaitan erat, karena apa yang diminta oleh seseorang tentu merupakan apa yang dibutuhkan oleh orang tersebut. Dalam tahap ini pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka dimulai dan pengguna mulai berinteraksi dengan saluran-saluran dan sistem informasi yang ada (Nicholas, 2000:25)

Lowongan Kerja

Saat ini sering kita dengar banyak orang yang menganggur atau tidak punya pekerjaan yang berarti dia tidak mempunyai pendapatan. Ada pula orang yang sudah bekerja tetapi di PHK artinya orang tersebut harus keluar atau berhenti bekerja karena perusahaan tempat ia bekerja bangkrut

atau karena sebab lainnya. Banyak pula orang yang melamar pekerjaan tetapi lapangan pekerjaan sedikit sehingga terpaksa harus menganggur. Memperhatikan kenyataan-kenyataan di atas, pengertian lapangan pekerjaan erat kaitannya dengan tempat di mana seseorang bekerja.

Lowongan pekerjaan dapat didefinisikan sebagai peluang untuk kerja di kantor dengan menjadi pegawai baik negeri sipil (PNS) atau karyawan swasta. Definisi lowongan pekerjaan yang lebih luas dapat diartikan sebagai peluang yang kosong alias belum terisi, dalam hal ini peluang untuk bekerja.

Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* digambarkan sebagai *a dramatic break whit effects tradition of the past*, suatu loncatan dramatis dari teori jarum hipodermik. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap khalayak, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Khalayak dianggap aktif untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul istilah *uses* dan *gratification* (Rakhmad, 2005: 65)

Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana informasi dari media tersebut akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007: 192). Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian,

dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial. Sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu.

Kerangka Pemikiran

Untuk menjelaskan permasalahan peneliti, penulis menerangkan dalam kerangka pemikiran, yang didalamnya terdapat teori *uses and gratification*, bahwa teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Dalam penelitian ini melihat seseorang memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan individu, dimana individu memilih akun *twitter* @LowkerPKU untuk memenuhi kebutuhan informasinya mengenai lowongan kerja.

Variabel X yang terdiri dari media sosial *Twitter* dengan indikator (*update status, re-tweet, direct message, dan mention*) berkaitan dengan variabel Y yaitu kebutuhan informasi dengan indikator (demografis, konteks, frekuensi, kemungkinan, dan kepentingan). Penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial *twitter* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para *followers*. Khususnya pada akun *twitter* @LowkerPKU.

Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih perlu diuji terlebih dahulu dan karenanya masih

bersifat sementara atau dugaan. Menurut Webster, hipotesis adalah teori, proposisi yang belum terbukti, diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta yang menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen (Bungin, 2006: 28). Hipotesis dalam suatu penelitian memiliki peranan penting, dimana hipotesis membantu menentukan arah penelitian yang tidak jelas arahnya.

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan kedalam bentuk,

- a. H_0 (*The Null Hypothesis*)
Tidak terdapat pengaruh antara media sosial *twitter* @LowkerPKU terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi *followers*.
- b. H_a (*The Alternative Hypothesis*)
Terdapat pengaruh antara media sosial *twitter* @LowkerPKU terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi *followers*.

METODE PENELITIAN

Desian Penelitian

Metode yang digunakan untuk judul 'Pengaruh Media Sosial *Twitter* @LowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi *Followers*' ini adalah riset kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik (Sugiyono, 2010: 7).

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk

menjelaskan suatu generalisasi sampai terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbandingan, atau pengaruh suatu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur, mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2005:38).

Lokasi dan Jadwal Penelitian

Sesuai dengan judul yang telah penulis kemukakan, maka pelaksanaan penelitian ini tidak dibatasi pada satu wilayah saja, karena *followers* akun *twitter* @LowkerPKU yang merupakan responden dalam penelitian ini berada pada wilayah yang berbeda-beda. Penelitian ini menggunakan media sosial *Twitter* dengan akun @LowkerPKU.

Jadwal penelitian yang dilaksanakan peneliti merupakan proses pengumpulan data, pengolahan dan penyuntingan data, yang dilaksanakan dari bulan November 2014 hingga Januari 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun *twitter* @LowkerPKU. Berdasarkan data yang penulis temukan dalam akun @LowkerPKU, *followers* @LowkerPKU berjumlah 16.878 (pada periode 25 Juni 2014).

Untuk teknik *sampling* yang digunakan, peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik *random sampling* yaitu mencakup orang-orang yang terdapat pada populasi tersebut, sehingga setiap anggota populasi memiliki hak yang sama untuk dijadikan responden dalam penelitian

ini. Selanjutnya dalam penyebaran kuesioner kepada responden, peneliti mengirimkan *mention* terlebih dahulu kepada *followers* akun *twitter* @LowkerPKU.

Dalam menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus perhitungan Slovin. Penulis menggunakan rumus ini karena populasi yang diketahui jumlahnya (Kriyantono, 2008: 164).

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Bungin, 2006: 41). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari para *followers* akun *twitter* @LowkerPKU melalui penyebaran kuesioner.

Data Sekunder

Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan yang didokumentasikan oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan (Ruslan, 2004: 138). Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari internet, buku dan data-data pendukung lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan kuesioner yang sudah dipersiapkan kepada *followers* akun *twitter* @LowkerPKU yang dijadikan sampel penelitian. Kuesioner disebarkan kepada responden dengan mengirimkan *mention* terlebih dahulu kepada responden yang merupakan *followers* akun *twitter* @LowkerPKU. Selanjutnya peneliti mengirimkan link google docs yang

berisikan kuesioner penelitian untuk dijawab para responden. Bagi responden yang dapat ditemui maka peneliti langsung memberikan kuesioner kepada responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mendapatkan data penulis menggunakan kuesioner yang telah disampaikan secara *online* mengirimkan *link google docs* yang berisikan kuesioner penelitian untuk dijawab para responden. Sementara itu penyebaran *link* untuk menyebarkan kuesioner adalah melalui akun @LowkerPKU kepada responden sebanyak 99 orang *followers*.

Karakteristi Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden terbanyak adalah laki-laki

dengan jumlah 53 orang atau 53,5 %. Dari segi usia responden terbanyak pada usia antara 20 – 24 tahun sebanyak 88 orang atau 88,9 %. Selanjutnya berdasarkan kurun waktu menjadi *follower* aku *twitter* @LowkerPKU terbanyak pada waktu > 1 tahun telah menjadi *follower* @LowkerPKU sebanyak 81 responden atau 81,8 %. Kemudian berdasarkan durasi mengakses *twitter* responden terbanyak pada durasi 10-20 menit dalam sehari sebanyak 71 responden atau 71,6%.

Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden melalui pengisian kuesioner.

Tabel 1
Rekapitulasi Tanggapan Rasponden

No	Item Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total Skor
Indikator : media sosial <i>twitter</i>							
1	Akun <i>twitter</i> @LowkerPKU melakukan <i>update status</i> seputar informasi lowongan kerja setiap hari	15 (15,2%)	81 (81,8%)	3 (3,0%)	-	-	99 (100%)
2	Akun @LowkerPKU meng- <i>update status</i> seputar informasi lowongan kerja disertai <i>link</i> yang berisi informasi lengkap mengenai persyaratan yang dibutuhkan untuk melamar kerja	25 (25,3%)	72 (72,7%)	1 (1,0%)	1 (1,0%)	-	99 (100%)

3	Saya melakukan <i>re-tweet</i> terhadap informasi lowongan kerja yang penting bagi saya	28 (28,3%)	65 (65,7%)	6 (6,1%)	-	-	99 (100%)
4	Saya melakukan <i>direct message</i> atau pesan pribadi kepada admin untuk bertanya mengenai informasi lowongan kerja @LowkerPKU selalu	31 (31,3%)	64 (64,6%)	4 (4,0%)	-	-	99 (100%)
5	membalas <i>direct message</i> atau pesan pribadi saya mengenai informasi lowongan kerja yang saya butuhkan	16 (16,2%)	29 (29,3%)	54 (54,5%)	-	-	99 (100%)
6	Saya melakukan <i>mention</i> kepada @LowkerPKU mengenai informasi lowongan kerja yang kurang lengkap	7 (7,1%)	48 (48,5%)	44 (44,4%)	-	-	99 (100%)
7	@LowkerPKU selalu membalas <i>mention</i> atau percakapan dari <i>follower</i> mengenai informasi lowongan kerja	2 (2,0%)	45 (45,5%)	49 (49,5%)	1 (1,0)	2 (2,0%)	99 (100%)
Indikator : Kebutuhan Informasi		SS	S	KS	TS	KS	Total skor
8	Akun @LowkerPKU memberikan informasi lowongan kerja sesuai dengan tingkat pendidikan dan usia saya.	28 (28,3%)	65 (65,7%)	6 (6,1%)	-	-	99 (100%)
9	Informasi lowongan kerja yang <i>dishare</i> admin melalui <i>update status</i> akun <i>twitter</i> @LowkerPKU sesuai dengan lokasi yang saya inginkan.	31 (31,3%)	64 (64,6%)	4 (4,0%)	-	-	99 (100%)
10	Saya mencari informasi lowongan kerja di @LowkerPKU berdasarkan dorongan dari keluarga saya untuk mencari kerja.	16 (16,2%)	29 (29,3%)	54 (54,5%)	-	-	99 (100%)

11	Saya mencari informasi lowongan kerja di @LowkerPKU berdasarkan dorongan dari teman saya yang sudah bekerja.	7 (7,1%)	48 (48,5%)	44 (44,4%)	-	-	99 (100%)
12	Saya sering mengakses @LowkerPKU dalam mencari informasi lowongan kerja yang dibutuhkan	13 (13,1%)	50 (50,5%)	20 (20,2%)	15 (15,2%)	1 (1,0%)	99 (100%)
13	Dengan melihat <i>update status</i> dan <i>re-tweet</i> @LowkerPKU menimbulkan niat saya untuk mencari pekerjaan dikarenakan informasi yang diberikan lengkap	2 (2,0%)	45 (45,5%)	49 (49,5%)	1 (1,0%)	2 (2,0%)	99 (100%)
14	Saya merencanakan mencari informasi lowongan kerja di @LowkerPKU dan saya menemukan informasi yang saya butuhkan tersebut	2 (2,0%)	36 (36,4%)	54 (54,5%)	7 (7,1%)	-	99 (100%)
15	Informasi lowongan kerja yang di <i>share</i> melalui <i>update status</i> sangat penting dan saya butuhkan	32 (32,3%)	28 (28,3%)	37 (37,4%)	2 (2,0%)	-	99 (100%)

Sumber : Data olahan peneliti, 2015

Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan dominan pada kategori setuju dari responden terhadap indikator-indikator pada variabel penelitian.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Uji Validitas

Uji validitas yang menggunakan SPSS Windows versi 17

pada tabel dengan nama item-total statistik. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari corrected item-total correlation koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian (Nugroho, 2005). Oleh karena itu, masing-masing butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari corrected item-total correlation minimal sebesar 0,30. Dari pengujian validitas dengan pengujian

SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha-Nya memiliki nilai lebih besar dari 0,6 (Azwar, 2004:158).

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variabel X (Media Sosial <i>Twitter</i>)	7	0,800	Reliabel
Variabel Y (Kebutuhan Informasi)	8	0,858	Reliabel

Sumber : Data olahan peneliti, 2015

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara media sosial twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana, dengan rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek variabel Kebutuhan Informasi

X = subjek variabel Media Sosial Twitter

a = konstanta (harga Y bila X = 0)

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel bebas (X) yang didasarkan pada hubungan variabel terikat (Y)

n = jumlah sampel

Tabel 3
Rekapitulasi Perhitungan Statistik

No	Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	T Tabel	Signifikansi
1.	Konstanta (a)	0,884	9,183	2,626	0,000
2.	<i>Twitter</i>	0,733			

Sumber : Data olahan peneliti, 2015

Berdasarkan tabel 3 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 0,884 + 0,733 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 0,884 dan koefisien variabel twitter sebesar 0,733. Sementara itu t hitung 9,183 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,626, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh antara media sosial twitter @LowkerPKU terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi followers.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi (R²) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005:125). Untuk menganalisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "Model Summary".

Tabel 4
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.460	.210

Sumber : Data olahan peneliti, 2015

Tabel "Model Summary" tersebut memperlihatkan bahwa nilai R = 0,682 dan koefisien determinasi (Rsquare) adalah sebesar 0,465 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,682 x 0,682. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel twitter terhadap kebutuhan informasi adalah sebesar 46,5 % dengan kategori sedang. Sementara sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa twitter berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Untuk tiap-tiap item pada masing masing indikator secara keseluruhan memang sama-sama dominan menyatakan setuju, namun ada pernyataan pada indikator yang terdapat variabel dependen kurang setuju pada variabel independen. Hal inilah yang kemudian melalui perhitungan statistik diperoleh pengaruh yang tidak besar yaitu hanya berpengaruh sebesar 46,5% yang tergolong berpengaruh sedang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Uses and Gratification,

teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Seperti yang kita ketahui semakin banyaknya lulusan sarjana maupun SMA/SMK di Indonesia tentu akan berpengaruh dengan tingkat pencarian lowongan pekerjaan, tak terkecuali daerah Pekanbaru. Dengan persaingan pencariannya lowongan pekerjaan, mereka tentu menyeleksi akun twitter apa saja yang kiranya dapat berguna dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Kedua penelitian terdahulu seakan memperkuat hasil dari penelitian ini. Pembedanya hanyalah ruang lingkup penelitian dan media yang diteliti sehingga untuk penelitian sejenis ini mendapatkan hasil yang beragam. Seperti halnya penelitian hubungan antara pemberitaan okezone.com dan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa (studi kasus terhadap mahasiswa ilmu komunikasi fisip untirta reguler 2010/2011) dan hubungan antara proses pencarian informasi di akun twitter @gigsplay dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka jelas terlihat bahwa tidak hanya terdapat hubungan melainkan terdapat pengaruh pada media sosial twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh media sosial

twitter @LowkerPKU terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 17 *for windows*, menunjukkan hasil sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 0,884 + 0,733X$. bilangan konstanta sebesar 0,884 dan koefisien variabel *twitter* sebesar 0,733. Sementara itu t hitung 9,183 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,626 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh antara media sosial *twitter* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Maka artinya bahwa H_a diterima H_0 ditolak.
- b. Berdasarkan tabel "Model Summary" memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,682$ dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,465 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,682 \times 0,682$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel media sosial *twitter* terhadap kebutuhan informasi adalah sebesar 46,5%. Sementara sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya media sosial *twitter* memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, dan besarnya pengaruh dengan kategori sedang sebesar 46,5%.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Admin @LowkerPKU diharapkan terus melakukan pemberian informasi yang bermanfaat berupa informasi lowongan kerja dan lebih memahami kebutuhan *followers* dengan menjawab setiap pertanyaan *followers* mengenai informasi lowongan kerja yang diberikan melalui *mention* dan *direct message* yang dikirimkan *followers*.
- b. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi terkait pengaruh media sosial *twitter*, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti objek yang sama, yaitu mengenai pengaruh media sosial *twitter* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi agar dapat melakukan penelitian di luar faktor yang telah disajikan dalam penelitian ini. Sehingga hasil dari penelitian nantinya akan

lebih melengkapi dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi V. Cetakan Keduabelas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Penelitian Data Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Boyd, Ellison. 2007. *Social Network Sites: Defination, History, and scholarship*. Jurnal.
- Fakhrurroja, Munandar. & Hanif. 2009. *Twitter: Ngoceh Dapet Duit*. Yogyakarta: Great Publisher
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ishak. 2006. *Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK-UI dalam Memenuhi Tugas Journal reading*. Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi. Vol.2 No.2
- Jasmadi. 2007. *Membangun Komunitas Online Praktis Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Jue, Arthur L. Jackie Alcalde Marr dan Mary Ellen Kassotakis. 2010. *Media Sosial at WorkI: How Networking Tools Propel Organization Performance*. San Francisco: Jossey-Bass a Wiley Imprint.
- Kaplan, Andreas M dan Michael Haenlein. 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges*

- and Opportunities Of Social Media.* Jakarta: Kompas Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset komunikasi.* Jakarta: Kencana.
- Madcoms, 2010. *Facebook, Twitter, Plurk, Dalam Satu Gengaman.* Yogyakarta: Andi
- McQuail, 2005. *Teori Komunikasi Massa, Terjemahan: Putri Iva Izzati.* Jakarta: Salemba Humanika
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS.* Yogyakarta: Andi.
- Ridwan, 2004. *Statiska untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta.* Bandung: Alfabeta.
- Saepudin, Encang. 2009. *Perilaku Pencarian dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi (bagian 1).* Jurnal
- Sarwono, Jonathan dan K Prihartanto. 2012. *Perdagangan online: Bisnis Internet.* Jakarta : Kompas Gramedia
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr. 2007. *Teori komunikasi Sejarah, Metode Terapan di dalam Media Massa.* Edisi Ketujuh. Jakarta: Kencana
- Silalahi. 2003. *Metode Penelitian dan Studi Kasus.* Sidoarjo: Citra Media
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web.* New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sudjana, 2003. *Metode Statistiska.* Bandung: Tarsito
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, Sony. 2004. *Metode Riset SDM.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social media marketing Book.* Canada: O'Relly Media. Inc.
- Sumber Lain**
- Harisanty, Dessy. 2007. *Kebutuhan Informasi siswa SMA dan Ketersediaan Sumber Informasi pada Perpustakaan SMA di Surabaya.*
<http://palimpsest.fisip.unair.ac.id/images/pdf/Dessy.pdf>, 5 Juni 2014
- Johnson dan Yang, 2009, *Uses and Gratification of Twitter: An Examination of Uses Motives and Satisfaction of Twitter Use,* New York: Syracuse University,
<http://umdrive.memphis.edu>, 3 Juni 2014
- Social Media Guys. 2010. *The Complete Guide to Social Media (E-book:*
<http://code.pediapress.com/>.
Creative Commons Atributions- Share Alike.
- Yulianah. 2009. *Kebutuhan Informai Pemustaka.*
<http://www.digilib.ui.ac.id/opac/themes/libri2> 12 Juni 2014
<http://ilmupengetahuan.org/sejarah-perkembangan-internet/> akses 24 Mei 2014
<http://www.gajimu.com/main/pekerjaan-yanglayak/perlakuan-adil-saat-bekerja/>