

SKRIPSI
PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE ADVERTISING DAPAT
MEMPENGARAHUI PENCARIAN KERJA PARA KARYAWAN DAERAH
JAKARTA BARAT



DIAJUKAN OLEH:

NAMA:DANIEL ARIE POLIM

NIM :115170269

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STDUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DANS BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

SKRIPSI
PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE ADVERTISING DAPAT
MEMPENGARAHUI PENCARIAN KERJA PARA KARYAWAN DAERAH
JAKARTA BARAT



DIAJUKAN OLEH:

NAMA:DANIEL ARIE POLIM

NIM :115170269

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STDUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DANS BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : DANIEL ARIE POLIM
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170269
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Alamat : [REDACTED]
Telp. : [REDACTED]
HP. : [REDACTED]

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 06-07-2021



DANIEL ARIE POLIM

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DANIEL ARIE POLIM
N. P. M. : 115170269
PROGRAM/JURUSAN : SI MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA
JUDUL SKRIPSI : PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN
ONLINE ADVERTISING DAPAT MEMPENGARUHI
PENCARIAN KERJA PARA KARYAWAN
DAERAH JAKARTA BARAT

Jakarta, 13-06-2021

Pembimbing,


CAROL D. KADANG

HALAMA PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DANIEL ARIE POLIM
N. P. M. : 115170269
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : SUMBER DAYA MANUSIA.
JUDUL SKRIPSI : PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN
ONLINE ADVERTISING DAPAT MEMPENGARUHI
PENCARIAN KERJA PARA KARYAWAN DI
DAERAH JAKARTA BARAT.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Kompherensif tanggal 23/Jul/ 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji :- ANDI WIJAYA, SE., MM
2. Anggota Penguji :- CAROL DANIEL KADANG, SE, MM
- Dr. COKKI, SE., MM

Jakarta, 27-07- 2021

Pembimbing,


(CAROL DANIEL KADANG)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA

DANIEL ARIE POLIM (115170269)

xv + 81 Pages, 2021, 16 Tables, 8 Picture, 5 Attachment

*DEVELOPMENT OF SOCIAL MEDIA AND ONLINE ADVERTISING CAN AFFECT
JOB SEQUENCES OF EMPLOYEES IN WEST JAKARTA*

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Abstract: This study aims to determine the effect of social media and online advertising on employee job search in the West Jakarta area. The research design used is causal by using quantitative methods and questionnaires in the form of google form. This research uses smartPLS software in processing research data. The results obtained can be concluded that social media and online advertising have a positive and significant influence on employee search in the West Jakarta area.

References 34 (1997-2020)

Carol Daniel Kadang, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

DANIEL ARIE POLIM (115170269)

xv + 81 Halaman, 2021, 16 Tabel, 8 Gambar, 4 Lampiran

**PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE ADVERTISING DAPAT
MEMPENGARUHI PENCARIAN KERJA PARA KARYAWAN DAERAH
JAKARTA BARAT**

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan online advertising terhadap pencarian kerja karyawan di daerah Jakarta Barat. Desain penelitian yang digunakan adalah kausal dengan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner dalam bentuk *google form*. Penelitian ini menggunakan *software smartPLS* dalam mengolah data penelitian. Hasil penelitian yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa media sosial dan online advertising memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pencarian karyawan di daerah Jakarta Barat.

Daftar acuan 34 (1997-2020)

Carol Daniel Kadang, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

***EDUCATION IS THE MOST POWERFUL WEAPON WHICH YOU
CAN USE TO CHANGE THE WORD***

-NELSON MANDELA-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya yang sederhana dan masih jauh dari kata sempurna ini dengan bangga saya persembahkan untuk:

Saya sendiri,

Keluarga tercinta yang selalu mendukung,

Seluruh rekan perjuangan dan teman yang mendukung,

Seluruh pengajar dan pembimbing yang saya hormati.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala bantuan berkat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya dan menyertai saya dalam penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, pembelajaran, serta semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu dan berjalan dengan baik, walau skripsi ini masih jauh dari kata sempurna tapi skripsi ini saya persembahkan dan berterima kasih kepada :

1. Bapak Carol Daniel Kadang S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan untuk membimbing dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M., selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

6. Ibu Ida Puspitowati, S.E., M.E. dan Ibu Lidyawati Soelaiman, S.T., M.M., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Bapak Andi Wijaya, SE., MM dan Bapak Dr. Cokki, SE., MM. Selaku Dosen Penguji yang telah menguji dengan baik dan memberikan masukan dan saran dalam perbaikan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan praktek selama masa perkuliahan.
9. Tentunya tidak lupa untuk orang tua saya Papa Abianto dan juga Mama Haryani, yang selalu memberikan semangat, dukungan moril, materil dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
10. Saudara kandung yaitu Januar Arie Polim dan juga Noviana serta suami David yang selalu memberikan dukungan, saran, dan doa untuk penulis.
11. Ferry, Ferdinand, Samuel, Ega, Aldric, Daniel Sade, Reyner, Valdo dan pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena segala kritik dan saran yang diberikan pembaca akan sangat membantu penulis sebagai pengalaman untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 6 Juli 2021

Penulis,

Daniel Arie Polim

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	3
3. Batasan Masalah.....	4
4. Rumusan Masalah	4
B. Tujuan dan Manfaat	5
1. Tujuan	5
2. Manfaat	6
BAB II LANTASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori	7
1. Pencarian Kerja	7
2. Media Sosial.....	8

3. Online Advertising	11
B. Definisi Konseptuan Variabel	12
1. Pencarian Kerja	12
2. Media Sosial.....	13
3. Online Advertising.....	14
C. Kaitan Antar Variabel	15
1. Media Sosial terhadap Pencarian Kerja	15
2. Online Advertising terhadap Pencarian Kerja.....	16
D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Desain Penelitian.....	19
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	20
a. Populasi	20
b. Teknik Pemilihan Sampel	20
c. Ukuran Sampel.....	21
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	21
1. Operasionalisasi Variabel	21
a. Media Sosial.....	22
b. Online Advertising	23
c. Pencarian Kerja	25
2. Instrumen	27
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	33
E. Analisis Data	34
1. Uji Model Pengukuran (Outer Model Analysis).....	35
2. Uji Model Struktural (Inner Model Analysis).....	35
a. Koefisien Determinan (R^2).....	35
b. Cross-Validated Redundancy (Q^2).....	36
c. Effect Size (f^2).....	36
d. Goodness of Fit (GoF)	36
3. Uji Hipotesis	37
F. Asumsi Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN	39
1. Jenis Kelamin	39
2. Usia	40

3. Masa Kerja	41
4. Sedang mencari Pekerjaan	42
5. Sudah bekerja didalam perusahaan	43
B. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	43
1. Media Sosial.....	44
2. Online Advertising.....	45
3. Pencarian Kerja	47
C. HASIL UJI ASUMSI ANALISIS DATA.....	49
D. HASIL ANALISIS DATA.....	50
1. Koefisien Determinan (R ²).....	50
2. Cross-Validated Redundancy (Q ²)	50
3. Effect Size (f ²)	51
4. Goodness of Fit (GoF)	51
5. Pengujian Hipotesis.....	52
E. PEMBAHASAN	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. KESIMPULAN.....	58
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	59
1. Keterbatasan.....	59
2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	80
TURNITIN	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Independen – Media Sosial.....	22
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Independen – Onine Advertising.....	23
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Dependen – Pencarian Kerja.....	25
Tabel 3.4. Skor Skala Likert Lima Poin.....	27
Tabel 3.5. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	29
Tabel 3.6. Hasil Outer Loading.....	30
Tabel 3.7. Hasil Cross Loading.....	32
Tabel 3.8. Hasil Analisis Fornell-Larcker Criterion	33
Tabel 4.1 Tanggapan responden dari variabel Media Sosial	44
Tabel 4.2 Tanggapan responden dari variabel Online Advertising.....	45
Tabel 4.3 Tanggapan responden dari variabel Pencarian kerja.....	47
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas Media Sosial dan Online Advertising terhadap Pencarian Kerja	49
Tabel 4.5 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.6 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	51
Tabel 4.7 <i>Effect Size</i> (f^2).....	51
Tabel 4.8 Pengujian Bootstrapping	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 3.1. Hasil Outer Loading	31
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Usia.....	40
Gambar 4.3 Masa Kerja	41
Gambar 4.4 Sedang mencari pekerjaan atau tidak	42
Gambar 4.5 sudah bekerja disuatu perusahaan atau tidak.....	43
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Path Analysis dan T-statistics	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner.....	66
Lampiran 2: Hasil Data Demografi Responden	68
Lampiran 3 : Hasil Data Kuesioner.....	69
Lampiran 4 : Hasil Analisis Data	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini zaman yang modern ini media sosial adalah salah satu alat yang sangat diperlukan oleh individu saat ini. Karena semua bisa kita akses melalui satu gengaman saja. Seperti contoh bisa bertelefon dengan jarak jauh via suara ataupun via gambar / video, lalu kita bisa mengakses berbagai informasi dan berita terutama untuk pekerjaan atau perusahaan yang sedang mencari pekerja untuk bekerja di perusahaannya. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana perkembangan. Media Sosial sendiri dapat mempengaruhi dalam pencarian kerja. Apakah mempersulit atau mempermudah pada pekerja yang ingin bekerja. Karena pada saat ini kita bisa mengakses layanan pencari informasi untuk mendapatkan informasi apa saja. Peneliti juga akan membandingkan pada zaman yang dimana Media Sosial belum terlalu berkembang dan bagaimana mereka para pekerja harus mencari kerja sesuai yang mereka minati atau mereka ahlikan. Lalu sebaliknya penliti juga ingin tau apakah perusahaan lebih mudah mendapatkan calon para pekerja atau lebih rumit mendapatkan pekerja yang di inginkan. Semua dapat di pengaruhi oleh satu hal maka dari itu Media Sosial mungkin menjadi salah satu hal yang sangat mempengaruhi individu untuk mencari kerjaan. Maka dari itu proposal ini peneliti buat untuk mencari, menganalisis, meninjau, serta mengevaluasi hasil dari para individu bagaimana Media Sosial dapat mempengaruhi dalam pencarian kerja.

Pencarian kerja sendiri memiliki arti sebagai proses yang mempertemukan antara pekerja dengan pekerjaan yang sesuai dengannya. Pada saat ini masyarakat di Indonesia masih memakai cara atau tradisi kuno dengan mencari pekerjaan dengan melamar ke berbagai perusahaan, padahal internet dan media sosial saat ini sangat berkembang pesat dengan banyaknya iklan online di berbagai *platform*. Pencarian kerja pada saat ini bisa dimudahkan dengan iklan online yang berada di

media sosial. Dapat dibuktikan dengan banyaknya perusahaan yang mulai menambahkan divisi untuk *online advertising* didalam perusahaan.

Online advertising atau iklan yang ada didalam internet memberikan banyak tujuan dan manfaat. Iklan online dapat di definisikan sebagai segala bentuk promosi ide, barang atau jasa secara *non-personal* oleh suatu sponsor dari perusahaan tertentu (Kotler dan Armstrong, 2012). Tetapi masih banyaknya individu yang masih meragukan media sosial untuk memberikan iklan.

Menurut Chaffey (2018), mengungkapkan bahwa Indonesia adalah salah satu dari 10 negara pengguna media sosial terbesar di dunia. Tetapi dengan demikian didalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa Indonesia lebih banyak menggunakan Media Sosial yang di buat oleh luar negeri ketimbang Media Sosial yang dihasilkan oleh perusahaan Indonesia.

Media sosial pada saat ini dapat menjadi fenomena yang mentransformasikan interaksi dan komunikasi yang ada diseluruh dunia (Edosomwan et al: 2011). Oleh karena itu Pencarian kerja menggunakan Media Sosial dan Internet di Indonesia lebih banyak buatan oleh perusahaan asing. Itulah mengapa sekarang dengan kecanggihan teknologi dapat mempermudah individu dalam mendapatkan sebuah pekerjaan.

Padahal jika kita liat dari Segi potensi masyarakat, Indonesia termasuk negara yang memiliki tingkat pemakaian atau pengguna media sosial dan internet, hal ini selaras dengan pernyataan Galih dan Ngaziz (2012) yang mengungkapkan bawah 90% pengguna internet Indonesia menggunakan media sosial. Dan lagi menurut Damar (2016) mengungkapkan bahwa pertumbuhan aktivitas media sosial meningkat lebih dari 10% setiap tahunnya di Indonesia.

Perbedaan yang paling mendasar dalam penggunaan internet sebagai media pemasaran adalah setidaknya terdapat pada dua hal, yaitu adalah adanya unsur *interactive* dan *entertainment* (Liu dan Shrum, 2009:53).

Inilah menurut peneliti jika potensi masyarakat Indonesia dikembangkan maka Indonesia dapat ber-Media Sosial dengan baik menggunakan buatan Perusahaan dalam negeri sendiri. Agar media sosial yang digunakan dapat menjadi hal positif seperti mencari pekerjaan dan membuat iklan secara online agar yang melihat iklan ini dapat lebih terjangkau walaupun jauh.

2. Identifikasi Masalah.

Masalah pada saat ini adalah masih banyak para individu mengenai fitur yang ada pada media sosial yang dapat memberikan dan mencamtumkan iklan online. Mereka tidak tau halaman web yang harus mereka tuju untuk mencari pekerjaan atau perusahaan yang sedang mencari para pekerja untuk bekerja di perusahaan mereka. Lalu bisa juga pada saat ini masih ada keterbatasan individu dalam mencari informasi tersebut, mungkin handphone yang individu pakai itu belum dapat mencari informasi itu atau juga mungkin tidak ada nya informasi yang dikeluarkan dari perusahaan atau belum di keluarkan oleh perusahaan. Yang dimana seharusnya perusahaan mempermudah para calon pekerjanya dalam mencari pekerjaan. Tetapi sekarang juga banyak sekali pekerjaan dalam media sosial.

Dibawah ini beberapa masalah yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

- a. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pencarian kerja para karyawan di Jakarta Barat?
- b. Apakah Online Advertising dapat mempengaruhi pencarian kerja para karyawan dengan mempermudah mencari pekerjaan itu sendiri?
- c. Apakah Media Sosial dapat mempengaruhi pencarian kerja para karyawan dengan mempermudah mencari pekerjaan itu sendiri?

3. Batasan Masalah

Pada saat ini masalah yang ada adalah apakah setiap individu menggunakan media sosial dalam pencarian kerja, atau apakah mereka tidak mengetahui tentang adanya fitur atau halaman web yang berisikan tentang perusahaan menawarkan pekerjaan kepada calon pekerja yang sedang mencari pekerjaan. Yang dimana dalam halaman web tersebut sudah ada kualifikasi ataupun yang dibutuhkan perusahaan untuk para pekerja baru. Jadi lebih memudahkan para calon pekerja mencari yang pas untuk mereka.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi yang telah diuraikan, maka dilakukan perbatasan masalah sebagai berikut:

- a. Dimana subjek didalam penelitian ini dibatasi hanya pada karyawan yang baru mulai bekerja atau akan mencari kerja di perusahaan daerah Jakarta Barat.
- b. Dimana objek dalam penelitian ini dibatasi hanya pada variable Online Afvertising, media sosial, dan pencarian kerja.
- c. Karyawan yang bekerja memiliki Pendidikan terakhir minimal SMA.

4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada analisis ini adalah dimana penliti ingin menganalisis bagaimana semua informasi yang kita akses atau kita dapat dari internet atau media sosial dapat membantu kita dalam mencari pekerjaan baru. Yang dimana juga disisi satunya lagi peneliti juga ingin mengetahui apakah perusahaan mendapat para pekerja pada saat ini yang kebanyakan melalui media sosial atau secara manual yang para pekerja mencari kerjaan dengan datang keperusahaan memberi CV yang mereka buat dan di panggil dalam beberapa waktu untuk wawancara ataupun bertemu dengan para manajer yang bekerja di perusahaan

tersebut. Karena pada masalah ini kita di Era-Digital yang dimana semua serba mudah didapatkan tanpa harus bekerja manual seperti pada era sebelum ini. peneliti yakin analisis ini akan menemukan titik masalah jawaban yang peneliti cari. Dengan beberapa responden yang akan peneliti tanyakan dan beberapa peneliti akan berikan Formulir survey untuk masalah ini. Karena ini semua harus berdasarkan dari beberapa individu yang merasakan bukan hanya peneliti saja.

Bisa peneliti rumuskan masalahnya dengan:

- a. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara media sosial dengan pencarian pekerjaan?
- b. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara online advertising dengan pencarian kerja?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan analisis ini adalah ingin mengetahui respon dari para individu pada saat ini dalam mencari pekerjaan. Dan juga tujuan lain yang dimana tujuan itu adalah:

- a. Untuk mencari informasi tentang para pekerja yang mencari pekerjaan melalui Media Sosial dan Online Advertising / Iklan Online yang mereka lihat sebagai salah satu cara mereka dalam mencari pekerjaan.
- b. lalu kedua, Untuk membuktikan apakah Media Sosial sangat berpengaruh pada era digital ini untuk mencari pekerjaan yang diinginkan para pekerja.
- c. Apakah Online Advertising pada media sosial ataupun berbagai media mempermudah para pekerja dalam mendapatkan informasi pekerjaan.

2. Manfaat

Dalam melakukan penelitian pasti ada manfaat dari semua tujuan yang ada diatas. Manfaat itu adalah:

- a. Bagi Pihak peneliti. Ingin memperluan dan menambah wawasan akan perkembangan Media Sosial dan Online Advertising yang ada pada zaman ini dengan meningkatnya tingkat pencarian kerja yang mempermudah dalam mencari pekerjaan.
- b. Bagi Pihak sosial atau karyawan. Hasil penelitian diharapkan menjadikan acuan bahwa Media Sosial dan Online Advertising bisa menjadi jalan menjadi peluang dalam bekerja dan juga bisa menjadi peningkatan kualitas hidup karena mencari sesuai keinginan tanpa harus mendatangi tempat satu persatu. Diharapkan juga manfaat ini menjadikan para calon pencari kerja dipermudah dengan hasil penelitian ini.
- c. Bagi pihak akademisi. Diharapkan Penelitian ini menjadi penelitian yang diharapkan oleh para peneliti dan menjadi acuan atau masukan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzan (2017), dalam artikel: “Perilaku di Media Sosial, Pengaruhi Karir kamu!,” 28 april 2021
- Aluri, A. (2009). “To investigate the usage of social networking sites as a career enhancement tool among Generation Y: An empirical research.”. *Journal School of Hotel and Restaurant Administration*.
- Anggita Dwindi (2020), dalam artikel: “Manfaat Pasang Iklan Lowongan Kerja di JobPortal.” 28 april 2021
- Cao, Yingxia., Haya Ajjan., Paul Hong. (2018), Using Social Media for Competitive Business Outcomes. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2)
- Chaffey, D. (2018), Digital Marketing, Strategy, Implementation, and practice. ISBN-13: 978-1292077611
- Creswell, J. (2015). Riset Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. DOI: <http://repository.upi.edu/id/eprint/33447>
- Djatnika, Tjetjep. (2007). Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Endang Hariningsih dan Suyono.(2013).Internet advertising sebagai media komunikasi pemasaran interaktif.JBMA – Vol. I, No. 2, Februari 2013.ISSN : 2252-5483
- Ghozali, Imam. (2014). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan (2008), dalam jurnal BAB II :”Institut Bisnis & informatika surabaya 2016”
- Imam Ghozali dan Fuad (2008). “Structural Equation Modeling.” Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jefkins, Frank (1997). Periklanan. Alih bahasa: Haris Munandar. Jakarta : Erlangga.

- Kalnadi, D. (2013). Pengukuran Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Pada UMKM Dengan Menggunakan Metode UTAUT. *Jurusan Adm.Bisnis, Fakultas ISIP, Universitas Lampung*.
- Kotler, Phillip dan Garry Amstrong. (1997). Dasar-dasar Pemasaran. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jilid dua. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Philip & Keller K.L.(2009). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Larson, K., & Watson, R. (2011). “The value of social media: toward measuring social media strategies”. *Thirty second international conference on information system, Shanghai, 2011*.
- Laya, M. B. H. (2016). “Pengaruh Media Bursa Kerja Online Disnakertrans Provinsi Banten Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Di Kalangan Mahasiswa Tingkat Akhir Jurusan Ilmu Komunikasi Untirta.” Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Malita, L., Badescu, I., & Dabu, R. (2010). “Cultural tips of online job searching. *Procedia Social and Behavioral Sciences*”, 2, 3070–3074. *national conference on system sciences (pp. 1–10)*.
- Maryanah Safitri, Aldhila Novianti, Astrid Noviriandini (2018), ‘SISTEM INFORMASI LOWONGAN KERJA BERBASIS WEB’ , *Jurnal PILAR Nusa Mandiri Vol. 14, No. 1 Maret 2018*.
- Mellyna Eka Yan Fitri, Prima Yulianti, Imran Agus (2018). “PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN KERJA DI PERGURUAN TINGGI XYZ”, Vol IV no. 1
- N. Gregory Mankiw(2006; 141), Pengantar Teori Ekonomi Makro Edisi 3 (Jakarta: Salemba Empat, 2006),

- Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moch. (2017). *Metode penelitian, Cetakan 11.*” Ghalia Indonesia: Bogor
- Payaman J.Simanjuntak (2001). *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia* , Penerbit : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, ISBN 10 : 9798140478
- Plummer, M., Hiltz, S. R., & Llotnick, L. (2011). *“Predicting intentions to apply for jobs using social networking sites: An exploratory study.”* HICSS 11, Proceedings of the 2011 44th Hawaii intern
- Purnama, Hadi (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate And Marketing Communication* . Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Pasca sarjana Universitas Mercu Buana .Pp107-124
- Rienda, Laura., Ruiz, Lorena. (2020). *“Analysing Trademark & Social Media in The Fashion Industry: Tools that Impact Performance and Internationalization for SMEs.”* *Journal of Fashion Marketing and Management*. 25(1), 117-132.
- Saks, A.M., Brown, S.D. and Lent, R.W. (2005), *“Job search success: a review and integration of the predictors, behaviors, and outcomes”*, in Brown, S.D. and Lent, R.W. (Eds), *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ, pp. 155-79.
- Schubring, S., Lorscheid, I., Meyer, M. and Ringle, C.M. (2016), *“The PLS agent: predictive modeling with PLS-SEM and agent-based simulation”*, *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 10, pp. 4604-4612
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th Edition)*. *United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.*

- Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta: Bandung. DOI: <http://jom.untidar.ac.id/index.php/market/article/view/639>
- Triandra, D & Imran, A. I. (2017). *Pengaruh Terpaan Fitur LINE Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Uce, Indahyanti. 2013. *Penulisan karya ilmiah, panduan awal menyusun skripsi dan tugas akhir*. Jakarta : Salemba Empat
- Vinzi, V.E, et al. (2010). *Handbook of Partial Least Square: Concepts Methods and Application Germany*: Springer
- Zimmerman, R.D., Boswell, W.R., Shipp, A.J., Dunford, B.B. and Boudreau, J.W. (2012), "Explaining the pathways between approach-avoidance personality traits and employees' job search behavior", *Journal of Management*, Vol. 38
- NSaks, A.M., Zikic, J. and Koen, J. (2015), "Job search self-efficacy: reconceptualizing the construct and its measurement", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 86, pp. 104-114.o. 5, pp. 1450-147

