

# **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi  
Program Studi Akuntansi



Oleh:

Elisabeth Kenzie Intania Christi

NIM: 212114226

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA**

**2025**

# **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi  
Program Studi Akuntansi



Oleh:

Elisabeth Kenzie Intania Christi

NIM: 212114226

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA**

**2025**



**S k r i p s i**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

Oleh:

Elisabeth Kenzie Intania Christi

NIM: 212114226

Telah Disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'G. Listianto'.

Gabriel Anto Listianto Ph.D.,Ak.

Tanggal: 30 Mei 2025



S k r i p s i

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Elisabeth Kenzie Intania Christi

NIM: 212114226

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 13 JuNi 2025

dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji:

Nama Lengkap

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Yusef Widya Karsana, M.Si., Ak., QIA., CA  
Sekretaris : Agustinus Tri Kristanto, S.E., M.AK.  
Anggota : Gabriel Anto Listianto., Ph.D., Ak  
Anggota : Ir. Drs. Hansiadi Y. Hartanto, M.Si., Ak., QIA., CA  
Anggota : Drs. Y.P. Supardiyono, M.Si., Ak., QIA., CA

Yogyakarta, 31 Juli 2025

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



Lukas Purwoto, M.Si., CRP

## HALAMAN PERSEMBAHAN

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

-Filipi 4:6-

“Belajarlah menyalakan lilin di saat-saat tergelap dalam hidup seseorang. Jadilah terang yang membantu orang lain melihat; itulah yang memberi kehidupan makna terdalamnya”

-Roy T. Bennett-

Kupersembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria

Papaku Antonius Anton Christanto

Mamaku Tarsisia Tri Mariani

Pacarku Petrus Artanto Bimo Sakti

Sahabat dan temanku



**UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

---

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 13 Juni 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 31 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan,

Elisabeth Kenzie Intania Christi

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Sanata  
Dharma:

Nama : Elisabeth Kenzie Intania Christi  
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 212114226

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan  
Universitas Sanata Dharma karya ilmiah yang berjudul:

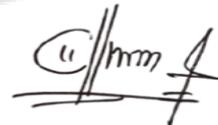
**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata  
Dharma hak untuk menyimpan dan mengalihkan dalam bentuk media lain,  
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara  
terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk  
kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun  
memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya  
sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 31 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan,



Elisabeth Kenzie Intania Christi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini berhasil berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Albertus Bagus Laksana, S.J., S.S., Ph.D. selaku rektor Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah menciptakan lingkungan akademik dan memberikan fasilitas yang memadai untuk mendukung proses belajar saya selama menempuh pendidikan sarjana di USD, bahkan membrikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan diri baik dari segi kemampuan maupun bakat.
2. Dr. Yusef Widya Karsana, Akt. selaku ketua Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang mengembangkan dan memperbarui kurikulum program studi untuk mendukung saya dalam menyelesaikan studi sehingga mendapatkan pendidikan yang memenuhi standar kualitas yang tinggi dan relevan dengan kebutuhan industri yang berkembang saat ini. Juga untuk kemudahan dalam pengurusan akademik selama saya belajar di USD.

3. Gabriel Anto Listianto, Ph., D., Ak. selaku pembimbing skripsi yang telah membantu serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada seluruh responden yang telah mengisi kuesioner penulis yang telah ikut berkontribusi dalam penulisan skripsi ini.
5. Nicko Kornelius Putra, M.Sc selaku dosen pendamping akademik yang mendampingi penulis selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Antonius Anton Christanto dan Ibu Tarsisia Tri Mariani yang senantiasa memberikan nasehat, motivasi, dukungan, semangat, materi, ilmu, dan doa serta kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan serta segala pengorbanan dan perjuangan dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis. Semoga Tuhan selalu menyertai mama dan papa.
7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Petrus Artanto Bimo Sakti yang telah menjadi bagian dari perjalanan saya. Telah memberikan pelajaran berharga bahwa bentuk kasih sayang merupakan suatu hal yang berharga bagi diri ini, selalu memberi dukungan dan motivasi ketika diri ini sedang tidak mampu, selalu meluangkan waktu, pikiran, tenaga, dan materi untuk penulis.
8. *My support system* Ruth, Bening, Glori, Andrea, Putra, Hedwig, Brinet, Sekar, Manda, dan Priskila yang selalu mendukung, menginspirasi, dan menemani penulis serta selalu memberikan waktu,

perhatian, dan semangat yang diberikan untuk penulis, selalu ada untuk penulis dalam setiap tawa, obrolan, dan bahkan momen sulit penulis.

9. Teman-teman MPAT kelas Pak Anto yang sudah berdinamika bersama dan telah memberikan dukungan, semangat, dan kerjasama yang luar biasa.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu-satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 31 Juli 2025



Elisabeth Kenzie Intania Christi

DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b><i>THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON</i> .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. <i>Uses and Gratification Theory</i> (UGT) .....	8
B. Media Sosial .....	9
C. Pencarian Kerja.....	13
D. Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja.....	15
E. Review Penelitian Terdahulu .....	16
F. Rumusan Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Desain Penelitian .....	25
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	25

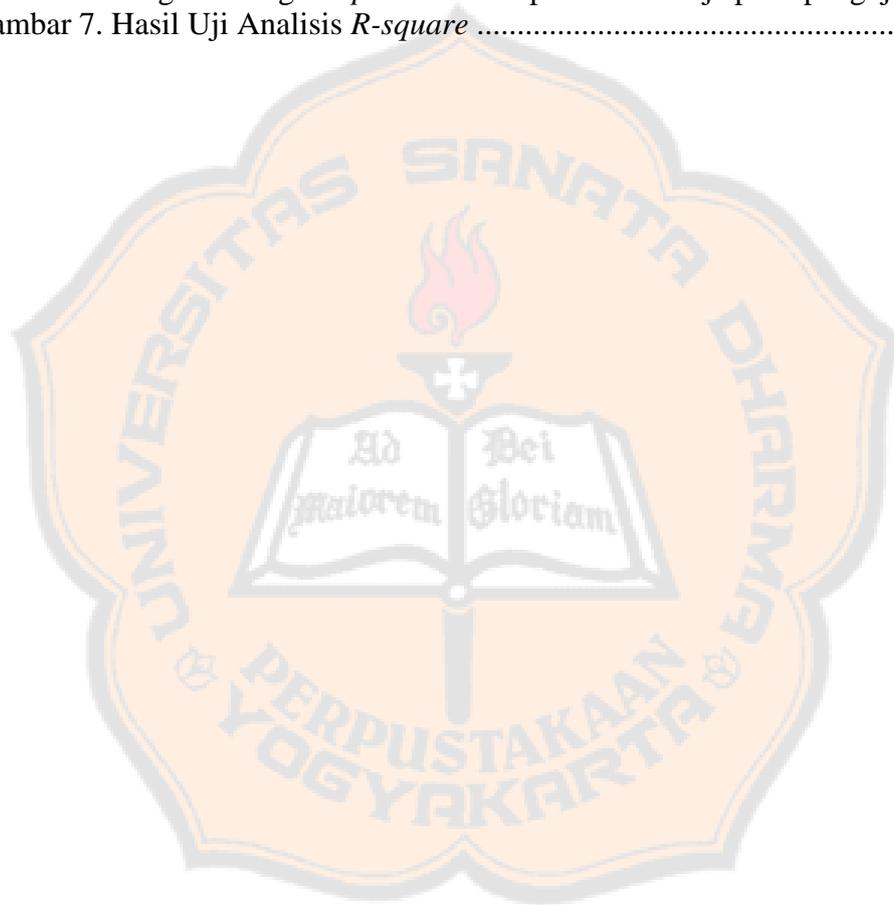
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
D. Data Penelitian.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	26
F. Populasi dan Sampel.....	27
G. Variabel Penelitian .....	28
H. Model Penelitian.....	30
I. Pengukuran Variabel .....	31
J. Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Sejarah Singkat Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma	38
B. Program Studi Akuntansi USD .....	39
C. Jumlah Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma .....	41
<b>BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Deskripsi Responden .....	43
B. Analisis Data.....	46
C. Pembahasan .....	72
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian .....	73
C. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>BIOGRAFI PENULIS .....</b>	<b>100</b>

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 1. Uji Validitas .....	34
Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma.....	42
Tabel 3. Data Kuesioner.....	44
Tabel 4. Data Responden berdasarkan Angkatan .....	45
Tabel 5. Rincian Data berdasarkan Kelas .....	45
Tabel 6. Rincian Data berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial .....	46
Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja.....	51
Tabel 9. Statistik Deskriptif variabel Media Sosial .....	57
Tabel 10. Hasil Perhitungan Skala <i>Likert</i> Media Sosial .....	58
Tabel 11. Statistik Deskriptif variabel Pencarian Kerja.....	58
Tabel 12. Hasil Perhitungan Skala <i>Likert</i> Pencarian Kerja.....	59
Tabel 13. Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Media Sosial pada pengujian 1 .....	61
Tabel 14. Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Media Sosial pada pengujian 2.....	62
Tabel 15. Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Media Sosial pada pengujian 3.....	63
Tabel 16. Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Media Sosial pada pengujian 4.....	64
Tabel 17. Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Pencarian Kerja pada pengujian 1 .....	65
Tabel 18. Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	66
Tabel 19. Validitas Diskriminan menggunakan <i>Cross Loading</i> .....	67
Tabel 20. Nilai Akar AVE .....	68
Tabel 21. Nilai 1 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> .....	69
Tabel 22. Hasil Uji Analisis <i>R-square</i> .....	70
Tabel 23. Hasil Path Coefficients (One Tailed) .....	71

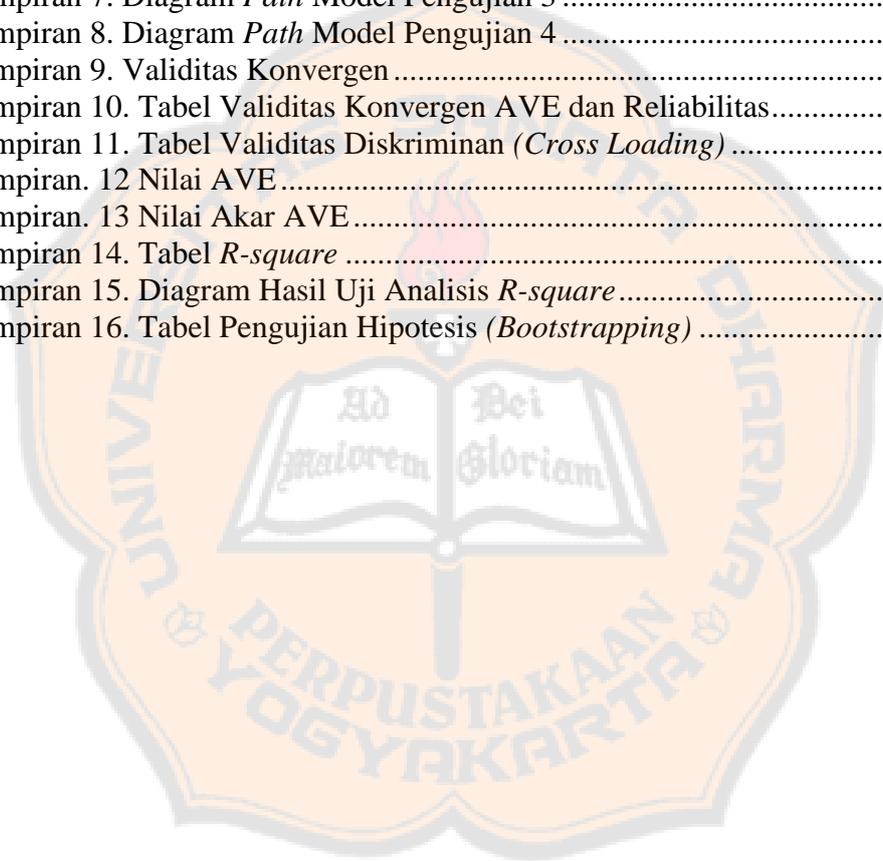
**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1. Model Penelitian .....	30
Gambar 2: Diagram path variabel media sosial pada pengujian 1.....	61
Gambar 3. Diagram path variabel media sosial pada pengujian 2.....	62
Gambar 4. Diagram <i>path</i> variabel media sosial pada pengujian 3.....	63
Gambar 5. Diagram <i>path</i> variabel media sosial pada pengujian 4.....	64
Gambar 6. Diagram Diagram <i>path</i> variabel pencarian kerja pada pengujian 1 ....	65
Gambar 7. Hasil Uji Analisis <i>R-square</i> .....	70



**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Skripsi .....	84
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Media Sosial .....	86
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pencarian Kerja .....	91
Lampiran 4. Model Penelitian.....	96
Lampiran 5. Diagram <i>Path</i> Model Pengujian 1 .....	96
Lampiran 6. Diagram <i>Path</i> Model Pengujian 2 .....	96
Lampiran 7. Diagram <i>Path</i> Model Pengujian 3 .....	97
Lampiran 8. Diagram <i>Path</i> Model Pengujian 4 .....	97
Lampiran 9. Validitas Konvergen .....	97
Lampiran 10. Tabel Validitas Konvergen AVE dan Reliabilitas.....	98
Lampiran 11. Tabel Validitas Diskriminan ( <i>Cross Loading</i> ) .....	98
Lampiran. 12 Nilai AVE .....	98
Lampiran. 13 Nilai Akar AVE .....	99
Lampiran 14. Tabel <i>R-square</i> .....	99
Lampiran 15. Diagram Hasil Uji Analisis <i>R-square</i> .....	99
Lampiran 16. Tabel Pengujian Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ) .....	99



**ABSTRAK**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENCARIAN KERJA MAHASISWA**

(Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)

Elisabeth Kenzie Intania Christi

NIM: 212114226

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2025

Pertumbuhan angkatan kerja yang pesat membawa tantangan serius dalam dunia ketenagakerjaan, khususnya peningkatan tingkat pengangguran di kalangan mahasiswa. Kondisi ini mendorong kebutuhan inovasi dalam proses pencarian kerja agar mahasiswa mampu bersaing dan memperoleh informasi yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja. Salah satu inovasi penting yang hadir adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat pencarian kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling Method*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Akuntansi angkatan 2022-2024 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui aplikasi *survey monkey*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Alat analisis data dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 4.1.0.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam mencari informasi lowongan kerja dan membangun jaringan profesional. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan peluang kerja bagi mahasiswa di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata kunci: pengangguran, media sosial, pencarian kerja

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON  
STUDENT JOB SEARCH**

*(An Empirical Study of Sanata Dharma University Accounting Students Class of 2021-2022)*

Elisabeth Kenzie Intania Christi  
NIM: 212114226  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2025

*The rapid growth of the workforce presents serious challenges in the labor market, particularly the increase in unemployment rates among students. This situation drives the need for innovation in the job search process to enable students to compete and obtain information relevant to labor market needs. One important innovation that has emerged is the use of social media as a job search tool. This study aims to determine the impact of social media on the job search of students in the Accounting Study Program at Sanata Dharma University.*

*This research was conducted using a quantitative method. The sampling technique in this study used the Purposive Sampling Method technique. The sample used in this study were students of the Accounting study program, class of 2022-2024, Sanata Dharma University, Yogyakarta. The data collection technique used a questionnaire through the survey monkey application. The data analysis technique in this study was Structural Equation Modeling (SEM). The data analysis tool used SmartPLS software version 4.1.0.9.*

*The results of the study showed that social media had a significant effect on students' job search for the Accounting Study Program, Sanata Dharma University. The finding confirmed that students used social media as the main means of finding job vacancy information and building professional networks. Thus, social media would be an effective tool to increase job opportunities for students amidst increasingly fierce competition.*

*Keywords: unemployment, social media, job search*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pengangguran selalu menjadi masalah di setiap negara sehingga perlu dituntaskan dalam perekonomian, apalagi di negara berkembang seperti Indonesia (Nawiyah *et al.*, 2023). Setiap tahunnya, total penduduk terus meningkat sehingga berimbas pada tingkat pengangguran (Nawiyah *et al.*, 2023). Semakin meningkat pertumbuhan penduduk maka semakin sedikit lapangan pekerjaan yang tersedia sehingga jumlah pengangguran semakin bertambah (Nawiyah *et al.*, 2023). Berdasarkan data Pusat Badan Statistik, pada Februari 2025, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 3.67 juta orang ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), 2025). Hal ini menjadi perhatian pemerintah untuk mengendalikan angkatan kerja dan memperluas kesempatan kerja (Arifin dan Firmansyah (2017).

Di sisi lain, perkembangan teknologi pada saat ini mengubah cara pandang perusahaan dan para pengusaha dalam perekrutan dan pencarian kerja sebagai interaksi yang saling terhubung dan dinamis, sehingga memungkinkan proses yang lebih cepat dan efektif antara pencari kerja dan pemberi kerja (Plumler dan Hiltz, 2009). Menurut Aluri (2019) dan Holler (2008) menyebutkan ada empat dimensi yang dapat digunakan dalam pencarian kerja seperti *Fast-Paced* (Serba Cepat), *Communication-Saturated* (Jenuh Komunikasi), *Well-Connected* (Terhubung dengan Baik), dan *Tech-Savvy* (Paham akan Teknologi).

Pada era digital saat ini, khususnya di pasar kerja, media sosial telah muncul sebagai alat utama bagi para pencari kerja (Pais, 2018). Media sosial adalah salah satu dari sekian perkembangan teknologi yang memiliki kontribusi besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia berkomunikasi, mencari suatu informasi atau bersosialisasi, dapat mengundang siapapun yang memiliki ketertarikan atas suatu informasi untuk berpartisipasi, memberikan *feedback* dan membagikan berbagai informasi dalam waktu cepat dan tidak terbatas (Erfianah, 2022).

Media sosial dikatakan layak menjadi salah satu pilihan seseorang untuk menyebarkan informasi lowongan pekerjaan menurut Kandidat.id (2022), karena disebabkan beberapa faktor seperti, komunitas dengan kapasitas besar sebagai tempat berkumpulnya banyak orang dari berbagai kalangan, media gratis yang dapat digunakan untuk memasang iklan lowongan dengan biaya rendah atau bahkan gratis, menjangkau kandidat pasif bukan merupakan pencari kerja, tetapi memiliki kualifikasi yang memadai, memudahkan evaluasi efektivitas iklan lowongan kerja berupa *feedback*, hemat waktu karena informasi menyebar dalam waktu singkat hingga ke pelosok, dapat memperkenalkan budaya kerja perusahaan dengan gambaran melalui serangkaian konten di media sosial, dan memudahkan seleksi keseharian yang ditampilkan seseorang dalam akun media sosial pribadi (Kandidat.id, 2022).

Penting bagi pencari kerja menggunakan media sosial sebagai alternatif untuk mengakses informasi lowongan kerja. Seiring perkembangan teknologi, internet saat ini merupakan media yang sering digunakan oleh sebagian besar

para pencari kerja untuk mencari lowongan kerja (Juwita, 2019). Hal ini mencerminkan adanya pergeseran *trend* metode periklanan lowongan kerja melalui media internet (Juwita, 2019). Organisasi dapat memilih metode rekrutmen melalui internet misalnya rekrutmen melalui website organisasi, *online job boards*, dan yang sudah mulai diperkenalkan saat ini adalah melalui media sosial (Juwita, 2019). Perusahaan yang menyebarkan informasi tersebut memanfaatkan media sosial untuk menjadi media dalam penyebaran informasi yang mereka sebarkan untuk membantu perusahaan dalam mendapatkan tenaga kerja (Jayabalan *et al.*, 2016).

Berdasarkan data Radio Republik Indonesia (RRI) pada tahun 2025, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 210 juta jiwa dengan pengguna terbanyak diduduki oleh usia 18-34 sebanyak 55% dari total populasi di Indonesia (<https://wearesocial.com/digital-2025>). Dengan mempertimbangkan usia tersebut, rata-rata pengguna media sosial adalah mahasiswa hingga pekerja mereka termasuk dalam kelompok pengguna media sosial terbanyak (Sinaga *et al.*, 2024). Statistik ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi elemen yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aspek profesional (Sinaga *et al.*, 2024).

Mahasiswa, terutama mereka yang sedang menyelesaikan pendidikan tinggi, memiliki peluang untuk memanfaatkan jaringan sosial dalam mencari pekerjaan. *Platform* ini memungkinkan individu untuk mencari peluang kerja yang sesuai dengan kualifikasi dan kebutuhannya. Media sosial memainkan peran penting dalam mempertemukan para pencari kerja dengan pemberi kerja,

karena menyediakan metode yang hemat biaya bagi kedua belah pihak untuk bertukar informasi terkait pekerjaan (Brown dan Vaught, 2011). Di sisi penawaran pasar tenaga kerja, pencari kerja memanfaatkan fitur media sosial untuk memfasilitasi pencarian kerja daring mereka (Garg dan Telang., 2018).

Di pasar kerja yang dimediasi oleh media sosial, proses pencarian informasi seringkali terkait dengan unsur peluang, yang menunjukkan bahwa interaksi sosial dapat menyebabkan konsekuensi yang tidak diinginkan terkait hasil pekerjaan (Bright *et al.*, 2005). Oleh karena itu, pencari kerja tidak hanya harus memiliki keterampilan yang diperlukan tetapi juga menavigasi kompleksitas dinamika media sosial untuk meningkatkan efektivitas pencarian kerja mereka. Pendekatan ini penting dalam lanskap di mana interaksi digital semakin membentuk peluang kerja dan lintasan karier (Bills *et al.*, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Polim dan Kadang (2021); Rummyeni dan Burhanuddin (2015); Ahamad (2017); Hossain dan Liu (2020); Mowbray dan Hall (2021); Navickas dan Spankova (2019); Mowbray (2017); Whiting *et al.*, (2013); Grigaliunaite dan Pileliene (2020); Nguyen dan Tran (2022); Whiting *et al.*, (2013) terdapat pengaruh antara media sosial dengan pencarian kerja mahasiswa. Sedangkan penelitian yang dilakukan Prasetio (2020); Feuls *et al.*, (2016); Damani dan Tambotuh (2022) memiliki hasil berbanding kebalik dimana tentang pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja mahasiswa. Penelitian ini memiliki perbedaan objek penelitian dengan penelitian-penelitian terdahulu.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah media sosial mempengaruhi pencarian kerja mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja mahasiswa.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Prodi Akuntansi, mahasiswa, dan penulis. Manfaat penelitian ini adalah:

### **1. Bagi Prodi Akuntansi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait pengembangan keterampilan dan akses informasi.

### **2. Bagi Mahasiswa**

Hasil penelitian ini memberikan informasi mengenai pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja, sehingga dapat membekali diri dengan keterampilan yang menunjang keberhasilan mendapatkan pekerjaan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Penulis mengelompokkan penelitian ini menjadi 6 bab, yaitu bab pendahuluan, bab tinjauan pustaka, bab metode penelitian, bab gambaran umum objek penelitian, bab hasil analisis data dan pembahasan, dan bab penutup.

**BAB I**                   Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II**                   Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka terkait teori-teori dan hasil penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis penelitian.

**BAB III**                Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang desain penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek penelitian, data penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, model penelitian, teknik analisis data.

**BAB IV**                Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini berisi tentang garis besar objek yang diteliti, seperti pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja mahasiswa.

**BAB V**                Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB VI Penutup

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran penulis kepada berbagai pihak yang bersangkutan.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Uses and Gratification Theory* (UGT)

Teori *uses and gratification* dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 sebagai pendekatan yang menempatkan khalayak sebagai subjek aktif dalam proses komunikasi massa. Tidak seperti teori komunikasi tradisional yang memandang audiens sebagai pihak pasif yang terpengaruh langsung oleh media, teori *uses and gratification* menekankan bahwa individu secara sadar dan selektif memilih media berdasarkan motif-motif tertentu untuk memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan kognitif tertentu (Katz *et al.*, 1974).

Menurut Katz *et al.* (1974), kebutuhan ini dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yakni: kebutuhan kognitif untuk memperoleh informasi dan pengetahuan, kebutuhan afektif untuk memperoleh hiburan dan pelarian dari rutinitas, kebutuhan integrasi dan identitas untuk memperkuat citra diri, serta kebutuhan interaksi sosial untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, media dipandang sebagai alat atau sarana yang dipilih oleh individu untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan kebutuhannya, dan fokus teori ini bukan pada dampak media, melainkan pada alasan dan proses penggunaan media oleh audiens.

Media sosial muncul sebagai *platform* dominan yang mampu mengakomodasi seluruh jenis kebutuhan tersebut. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat juga komunikasi dan hiburan, tetapi sebagai sumber utama

informasi yang bersifat cepat, interaktif, dan mudah diakses. Prinsip dasar teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya tercermin kuat dalam fenomena penggunaan media sosial khususnya dalam konteks pencarian informasi ketenagakerjaan (Humaizi, 2018).

Media sosial kini digunakan secara strategis oleh individu untuk mencari lowongan kerja, membangun *personal branding*, hingga menjalin jaringan profesional. Dalam konteks ini, media sosial berperan penting dalam memenuhi kebutuhan kognitif pengguna akan informasi kerja yang aktual, relevan, dan strategis (Humaizi, 2018). Rummyeni dan Burhanuddin (2015) memperkuat teori ini dengan menyatakan bahwa media sosial memenuhi kebutuhan informasi pencarian kerja. Terdapat layanan yang diberikan oleh media sosial yang menjadi bagian penting dalam interaksi pengguna untuk memperoleh informasi pekerjaan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa *uses and gratification* mempengaruhi pencarian kerja.

## **B. Media Sosial**

Media sosial adalah suatu rangkaian aplikasi atau *software* yang dapat menghubungkan pelanggan dalam melakukan interaksi, penciptaan bersama, pertukaran informasi secara publik dan pembentukan jaringan komunitas (Larson dan Watson, 2011). Media sosial juga dapat diartikan sebagai media daring, yang membuat para pengguna tidak kesulitan untuk ikut berkolaborasi, berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, berdiskusi, dan membuat konten dengan semua jenis media sosial (Novianti *et al.*, 2020). Menurut Liu *et al.* (2018)

*platform* media sosial didefinisikan sebagai kumpulan alat berbasis web untuk memproduksi dan merekrut konten buatan pengguna. Media sosial merupakan penghubung di internet dengan pengguna yang berinteraksi, berbagi informasi, bekerja sama dengan pengguna lain yang secara digital membangun hubungan sosial (Nasrullah, 2015).

Media sosial pula dapat didefinisikan sebagai media yang berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi. Kotler dan Keller (2017) menyatakan bahwa media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2017), media sosial merupakan suatu aktivitas komunikasi pemasaran yang menggunakan media elektronik (*online*) dalam menarik konsumen atau perusahaan dalam bentuk (gambar, tulisan, dll) untuk meningkatkan kesadaran, citra perusahaan, dan untuk meningkatkan penjualan. Menurut Thoyibie (2016), media sosial adalah konten yang berisi informasi, yang dibuat oleh seseorang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan khalayak umum.

Dalam perkembangan media sosial pada era saat ini banyak sekali kegunaan dan pengembangan yang memudahkan penggunaanya. Media sosial menjadi hal baik dan menurut Purnama (2011), media sosial diartikan dimensinya sebagai:

1. Jangkauan (*Reach*)

Media sosial memiliki jangkauan yang luas, mulai dari komunitas kecil hingga khalayak global. Hal ini memungkinkan informasi untuk disebarluaskan dengan cepat dan efektif ke berbagai lapisan masyarakat, tanpa batasan geografis.

2. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Media sosial dirancang agar mudah diakses oleh publik. Dengan perkembangan teknologi, pengguna kini dapat mengakses media sosial melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone*, sehingga biaya dan aksesibilitas menjadi lebih terjangkau.

3. Penggunaan (*Usability*)

Media sosial relatif mudah digunakan. Pengguna tidak memerlukan keterampilan teknis khusus untuk berinteraksi di *platform* ini. Proses pendaftaran dan penggunaan umumnya sederhana, hanya memerlukan alamat email atau nomor telepon.

4. Aktualitas (*Immediacy*)

Sifat media sosial memungkinkan respon yang cepat dari pengguna. Informasi dapat dibagikan dan diperoleh dalam waktu nyata, sehingga meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens.

5. Tidak Permanen (*Replacement*)

Media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan penggantian konten secara instan. Pengguna dapat dengan mudah mengedit atau

menghapus komentar dan postingan, menjadikan informasi di media sosial bersifat dinamis.

#### 6. Frekuensi (*Frequency*)

Penggunaan media sosial cenderung tinggi, dengan pengguna sering berinteraksi dan memperbarui konten mereka secara teratur. Hal ini menciptakan lingkungan yang aktif dan selalu diperbarui, dimana informasi baru terus muncul.

Item-item yang digunakan untuk mengukur media sosial berdasarkan enam dimensi yang terdapat pada teori UGT, yang dicetuskan oleh Purnama

(2011:116) antara lain:

- 1) Saya merasa dengan media sosial saya dapat menjangkau informasi yang lebih luas.
- 2) Saya merasa dengan media sosial aksesibilitas saya dalam mencari informasi lebih mudah.
- 3) Saya merasa penggunaan media sosial sangat mudah dimengerti dan dipelajari.
- 4) Saya merasa informasi yang saya dapatkan di media sosial sama dengan aslinya.
- 5) Saya merasa informasi yang ada di media sosial bisa berubah atau hilang.
- 6) Saya merasa menggunakan media sosial dengan waktu yang tidak cepat atau lama.

### C. Pencarian Kerja

Pencarian pekerjaan juga dapat didefinisikan sebagai proses pengaturan diri yang diarahkan pada tujuan, dimana kognisi, afek, dan perilaku dikhususkan untuk mempersiapkan, mengidentifikasi, dan mengejar peluang kerja (Kanfer *et al.*, 2001). Pencarian kerja juga dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang bertujuan sekaligus proses yang sebagian dimediasi oleh kebetulan (Bright *et al.*, 2005). Pencarian kerja juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk menemukan pekerjaan baru. Aktivitas ini dapat mencakup klarifikasi tujuan, menyiapkan atau merevisi resume, meneliti perusahaan dan mesin pencari kerja, membangun jaringan, mengidentifikasi dan melamar posisi terbuka, serta mempersiapkan wawancara dengan calon pemberi kerja (Wanberg dan Csillag, 2020).

Pekerjaan merupakan hal yang sangat penting bukan hanya karena alasan finansial, tetapi juga karena pekerjaan memiliki fungsi laten tambahan seperti menyediakan makna, struktur, keterlibatan sosial, status, identitas, pengembangan pribadi, dan pertumbuhan karir (Jahoda, 1982). Menurut Plummer *et al.* (2016), pada saat ini cara pandang perusahaan dan pada pengusaha dalam perekrutan pekerja individu dan pencarian kerja terhubung dan dapat berinteraksi antara satu dengan yang lain. Pencarian kerja juga dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang bertujuan sekaligus proses yang sebagian dimediasi oleh kebetulan (Bright *et al.*, 2005).

Pencarian kerja dan mendapat pekerjaan bisa menjadi sulit dan tidak intuitif (Wanberg dan Csillag, 2020). Oleh karena itu, pemahaman mendalam

tentang faktor-faktor yang berperan dalam pencarian kerja yang sukses sangat diperlukan (Wanberg dan Csillag, 2020). Menurut Plummer *et al.* (2011) cara pandang perusahaan dan pada pengusaha dalam perekrutan pekerja individu dan pencarian kerja terhubung dan dapat berinteraksi antara satu dengan yang lain.

Aluri (2019) dan Holler (2008) menyebutkan bahwa terdapat 4 dimensi yang dapat digunakan dalam pencarian kerja. 4 dimensi tersebut adalah:

1. *Fast-Paced* (Serba Cepat): Dimensi yang mencerminkan kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan di lingkungan kerja. Dalam dunia kerja yang semakin dinamis, kemampuan untuk bekerja dengan cepat dan efisien menjadi sangat penting. Pekerja diharapkan dapat mengambil keputusan dengan cepat dan menyelesaikan tugas dalam waktu yang singkat untuk tetap kompetitif.
2. *Communication-Saturated* (Jenuh Komunikasi): Dalam konteks ini, pekerja harus mampu berkomunikasi secara efektif di tengah banyaknya saluran komunikasi yang tersedia. Dengan adanya *platform* digital, kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan tepat sasaran menjadi krusial. Hal ini mencakup keterampilan dalam kolaborasi secara vertikal.
3. *Well-Connected* (Terhubung dengan baik): Dimensi ini menekankan pentingnya jaringan profesional yang kuat. Pekerja memiliki koneksi luas sehingga dapat memanfaatkan hubungan tersebut untuk mendapatkan informasi, peluang kerja, dan dukungan dalam karir.
4. *Tech-Savvy* (Paham akan Teknologi): kemampuan untuk menggunakan teknologi modern merupakan keunggulan kompetitif yang signifikan.

Pekerja mampu memanfaatkan alat dan aplikasi digital untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja. Pekerja juga lebih siap menghadapi tantangan yang muncul dari perkembangan teknologi baru.

Terdapat item-item yang digunakan untuk mengukur pencarian kerja berdasarkan empat dimensi yang sudah dibagi, yang dicetuskan oleh Aluri (2019); Holler (2008) antara lain:

- 1) Saya merasa dengan teknologi pada saat ini mencari pekerjaan menjadi lebih mudah.
- 2) Saya merasa informasi tentang pekerjaan di media sosial sangat cepat tersebar.
- 3) Saya merasa mencari pekerjaan di era saat ini harus menggunakan teknologi.
- 4) Saya merasa dengan pahamiannya teknologi akan memudahkan dalam mencari informasi pekerjaan.

#### **D. Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja**

*Uses and Gratifications Theory* berakar pada literatur komunikasi (Whiting dan Williams, 2013). Teori ini menganggap audiens bukan sekadar penerima komunikasi yang pasif, tetapi sebagai pihak yang memiliki tujuan tertentu dalam memilih media komunikasi. Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa orang memiliki motivasi yang berbeda untuk menggunakan media tertentu. Dengan kata lain, orang menggunakan media komunikasi tertentu berdasarkan kebutuhan tertentu yang ingin mereka penuhi melalui penggunaan media (Katz *et al.*, 1974).

Berdasarkan *Uses and Gratification Theory*, pengumpulan informasi merupakan motif penting penggunaan media sosial (Bae, 2018). Media sosial mewakili konteks baru dibandingkan dengan saluran rekrutmen yang lebih tradisional, misalnya media sosial sebagian besar berfokus pada pesan yang relatif singkat (Papacharissi, 2009). Kecukupan informasi diusulkan untuk memainkan peran khususnya ketika sedikit informasi yang tersedia, keinformatifan diharapkan menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi orang dalam konteks media sosial (Barber dan Roehling, 1993). Akibatnya, suatu organisasi menyediakan informasi yang relevan di halaman mereka dapat mempengaruhi sikap calon pelamar terhadap organisasi tersebut. Menyediakan informasi yang cukup relevan misalnya, tentang kemungkinan pekerjaan dan budaya perusahaan akan memungkinkan calon pelamar untuk mengenal organisasi tersebut sebagai tempat bekerja (Barber dan Roehling, 1993).

Media sosial memungkinkan organisasi untuk menghubungi atau mencari informasi tambahan tentang pelamar potensial, sehingga platform ini berpotensi memengaruhi fungsi rekrutmen dan seleksi dalam organisasi (McFarland dan Ployhart, 2015). Banyak perekrut meninjau informasi tentang kandidat pekerjaan di media sosial dan menggunakannya untuk keputusan seleksi (Roth *et al.*, 2016).

#### **E. Review Penelitian Terdahulu**

Polim dan Kadang (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pencarian kerja di wilayah Jakarta Barat. Penelitian ini mengkaji pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja

mahasiswa dan generasi Z. Penelitian ini menyoroti bagaimana perkembangan teknologi, terutama internet dan media sosial telah mengubah cara individu mencari informasi lowongan kerja. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dianggap memudahkan akses terhadap informasi lowongan kerja, mempercepat distribusi informasi, serta memungkinkan pencari kerja untuk menjangkau perusahaan dengan lebih efektif.

Rumyeni dan Burhanuddin (2015) dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Twitter @LowkerPKU terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja di kalangan pengikut akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengguna media sosial Twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja. Terdapat layanan yang diberikan oleh media sosial yang menjadi bagian penting dalam interaksi pengguna untuk memperoleh informasi. Penelitian ini juga memperkuat penerapan teori *uses and gratification* dalam konteks pencarian kerja, dimana pengguna media secara aktif memilih dan mengakses media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya.

Penelitian Ahamad (2017) menunjukkan bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap pencarian kerja. Media sosial juga memainkan peran penting dalam memfasilitasi pencarian kerja, memberikan akses yang lebih luas dan cepat kepada pencari kerja untuk menemukan peluang karir. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai *platform* untuk mencari informasi lowongan pekerjaan, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk membangun jaringan dan interaksi antara pencari kerja dan perusahaan. Media sosial terbukti

meningkatkan peluang pencari kerja untuk menemukan informasi tentang lowongan pekerjaan yang relevan.

Hossain dan Liu (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku pencarian kerja lulusan baru. Penelitian ini menyoroti peran media sosial sebagai platform penting dalam proses perekrutan tenaga kerja, terutama bagi generasi Z. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai alat efektif dalam memberikan kemudahan akses informasi, fleksibilitas dalam pengiriman lamaran, serta memperluas jaringan profesional yang mendukung peluang kerja.

Mowbray dan Hall (2021) dalam penelitiannya bertujuan untuk menyelidiki pemuda di Skotlandia menggunakan media sosial dalam proses pencarian kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pencarian kerja di kalangan usia muda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa generasi muda tidak hanya menggunakan media sosial untuk mencari informasi lowongan kerja secara langsung, tetapi juga memanfaatkan jejaring sosial secara tidak langsung untuk membangun koneksi profesional.

Navickas dan Spankova (2019) dalam penelitiannya bertujuan untuk mengidentifikasi peran media sosial dalam proses pencarian kerja serta bagaimana Generasi Z memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai kebutuhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z lebih cenderung menggunakan media sosial untuk mengakses informasi lowongan kerja. Media sosial dianggap lebih praktis dan cepat dalam menyebarkan informasi pekerjaan.

Mowbray (2017) dalam penelitiannya bertujuan untuk memahami peran jaringan sosial dan informasi yang tersedia selama proses pencarian kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja karena media sosial berfungsi sebagai alat utama untuk menemukan informasi lowongan kerja. Pencari kerja mendapatkan berbagai informasi dari kontak dalam jaringan sosial media mereka. Hal ini memberikan peluang informasi yang membantu pencari kerja secara efektif dalam jejaringan sosial selama pencarian kerja.

Grigaliunaite dan Pileliene (2020) bertujuan untuk mengkaji perkembangan penggunaan media sosial sebagai sarana pencarian kerja di Lithuania. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengaruh terhadap proses pencarian kerja. Kemudahan penggunaan serta aksesibilitas yang tinggi membuat media sosial menjadi alat yang semakin disukai oleh para pencari kerja. Melalui media sosial, pencari kerja dapat menjangkau lebih banyak peluang, membangun jaringan profesional, serta meningkatkan visibilitas mereka di pasar kerja. Selain itu, media sosial juga menjadi platform untuk berbagi informasi dan pengalaman yang bermanfaat dalam proses pencarian kerja. Namun demikian, penelitian ini juga menyoroti adanya tantangan seperti risiko informasi yang tidak akurat dan perlunya keterampilan digital agar dapat memanfaatkan media sosial secara optimal. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pencarian kerja di Lithuania.

Nguyen dan Tran (2022) dalam penelitiannya bertujuan untuk mengkaji bagaimana penggunaan media sosial memengaruhi kesuksesan pencarian kerja mahasiswa di Vietnam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial mempermudah mahasiswa dalam mengakses informasi terkait lowongan kerja terbaru. Kemudahan akses ini memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh peluang kerja lebih cepat dan efisien, sehingga meningkatkan potensi mereka untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian dan minat. Selain itu, media sosial juga berperan sebagai sarana membangun jaringan profesional, yang semakin penting di tengah persaingan pasar kerja yang ketat. Dengan demikian, penggunaan media sosial terbukti memberikan manfaat signifikan dalam proses pencarian kerja mahasiswa di Vietnam.

Whiting *et al.*, (2013) dalam penelitiannya mengidentifikasi tujuan seseorang dalam menggunakan media sosial berdasarkan perspektif teori uses and gratification. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna secara aktif, khususnya dalam konteks pencarian informasi ketenagakerjaan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau interaksi sosial, tetapi juga sebagai alat penting yang membantu pengguna memperoleh informasi yang relevan dan mendukung proses pencarian kerja. Dengan demikian, media sosial menjadi platform yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi dan memperkuat peranannya dalam dunia ketenagakerjaan.

Prasetio (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap pencarian kerja oleh mahasiswa. Hal

ini mengindikasikan bahwa media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa sebagai alat untuk mencari pekerjaan. Sebaliknya, mahasiswa cenderung menggunakan media sosial lebih banyak untuk tujuan membangun jaringan pertemanan atau sekadar sebagai sarana hiburan (*have fun*). Oleh karena itu, potensi media sosial sebagai media pencarian kerja masih belum tergali secara optimal di kalangan mahasiswa..

Feuls *et al.*, (2016) dalam penelitiannya bertujuan untuk menganalisis perilaku penggunaan media sosial oleh individu dan pengaruhnya terhadap pencarian kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap pencarian kerja, yang berarti banyak individu tidak menggunakan media sosial secara aktif untuk mencari pekerjaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun media sosial banyak digunakan, tidak semua individu memanfaatkannya sebagai alat pencarian kerja secara optimal atau serius dalam konteks ketenagakerjaan.

Damani dan Tambotoh (2022) dalam penelitiannya bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial berdasarkan pendekatan teori *uses and gratification* terhadap perilaku pengguna dalam mencari informasi dan berkomunikasi di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan salah satu hipotesis yakni bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap pencarian kerja, ditolak. Hal ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi pekerjaan, meskipun media disebut dominan digunakan untuk hiburan dan interaksi sosial.

## F. Rumusan Hipotesis

Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa

*Uses and Gratification Theory* dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 sebagai pendekatan yang menekankan bahwa individu secara sadar dan selektif memilih media berdasarkan motif-motif tertentu untuk memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan kognitif tertentu. Kebutuhan ini dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yakni: kebutuhan kognitif untuk memperoleh informasi dan pengetahuan, kebutuhan afektif untuk memperoleh hiburan dan pelarian dari rutinitas, kebutuhan integrasi dan identitas untuk memperkuat citra diri, serta kebutuhan interaksi sosial untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain (Katz *et al.*, 1974).

Media dipandang sebagai alat atau sarana yang dipilih oleh individu untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan kebutuhannya. Media sosial muncul sebagai *platform* dominan yang mampu mengakomodasi seluruh jenis kebutuhan tersebut. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat juga komunikasi dan hiburan, tetapi sebagai sumber utama informasi yang bersifat cepat, interaktif, dan mudah diakses (Humaizi, 2018).

Media sosial dianggap memudahkan akses terhadap informasi lowongan kerja, mempercepat distribusi informasi, serta memungkinkan pencari kerja untuk menjangkau perusahaan dengan lebih efektif (Polim & Kadang, 2021).

Media sosial dalam proses pencarian kerja juga membantu individu khususnya Generasi Z untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana mendapatkan pekerjaan yang sesuai kebutuhan (Navickas dan Spankova,2019).

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau interaksi sosial, tetapi juga sebagai alat penting yang membantu pengguna memperoleh informasi yang relevan dan mendukung proses pencarian kerja (Whiting *et al.*, 2013). Terdapat layanan yang diberikan oleh media sosial yang menjadi bagian penting dalam interaksi pengguna untuk memperoleh informasi (Rumyeni dan Burhanuddin, 2015).

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai *platform* untuk mencari informasi lowongan pekerjaan, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk membangun jaringan dan interaksi antara pencari kerja dan perusahaan. Media sosial terbukti meningkatkan peluang pencari kerja untuk menemukan informasi tentang lowongan pekerjaan yang relevan (Ahamad, 2017). Dengan demikian, media sosial menjadi platform yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi dan memperkuat peranannya dalam dunia ketenagakerjaan (Whiting *et al.*,2013).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi pencarian kerja mahasiswa serta membantu dalam proses pencarian tersebut dengan efektif dan memberikan kemudahan akses informasi dan fleksibilitas. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, media sosial memiliki pengaruh terhadap pencarian kerja. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>a</sub>: Media sosial berpengaruh terhadap pencarian mahasiswa akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021 – 2022.



### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan survei. Menurut Sugiyono (2014:35), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, yang bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian rencananya dilakukan pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025. Penelitian ini dilakukan di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (responden) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang berupa sampel dari sebuah penelitian. Subjek penelitian dapat memberikan informasi mengenai data penelitian yang menjelaskan karakteristik subjek yang diteliti.

Subjek atau informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2021-2022 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

## 2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian merupakan sasaran ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu berkaitan dengan suatu hal yang bersifat objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek penelitian ini adalah pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja mahasiswa.

### **D. Data Penelitian**

Data penelitian adalah suatu fakta atau kenyataan atau informasi yang didapatkan dari hasil pengukuran sesuatu, bisa dalam bentuk angka atau kata, yang digunakan sebagai bahan analisis sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diberikan langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Dalam pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner yang disebarkan secara *online* kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2021-2022 yang menjadi subjek penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data yang berguna dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jawaban kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data atau informasi yang berisi

pertanyaan yang akan dilakukan pengisian oleh beberapa responden untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang akan dianalisa oleh pihak yang memiliki tujuan tertentu, selain itu kuesioner juga merupakan salah satu teknik yang sering digunakan untuk melakukan penilaian terhadap barang atau aktivitas jasa yang sedang berjalan (Cahyo *et.al.*, 2019). Kuesioner dibuat dalam bentuk survey digital *Survey Monkey*.

## **F. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan wilayah generalisasi dari subjek atau objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang akan dipelajari oleh peneliti yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021-2022 yang berjumlah 375 mahasiswa. Sebagian dari populasi ini akan diambil menjadi sampel.

### **2. Sampel**

Menurut Unaradjan (2019), sampel adalah sebagian dari jumlah serta karakteristik dari populasi yang dijadikan sebagai sumber data dan yang mewakili perwakilan dari seluruh populasi.

#### **a. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* berupa sampel jenuh. Sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel dengan menjadikan

seluruh populasi sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, Peneliti menyebarkan link kuesioner kepada 375 populasi dan kuesioner yang kembali hanya sejumlah 171. Sehingga, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 171 responden.

### G. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018), adalah suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yakni variabel terikat (*dependen*) dan variabel bebas *independen*.

#### 1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2018), variabel terikat atau variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pencarian kerja (Y). Pencarian kerja dapat didefinisikan sebagai proses pengaturan diri yang diarahkan pada tujuan, dimana kognisi, afek, dan perilaku dikhususkan untuk mempersiapkan, mengidentifikasi, dan mengejar peluang kerja (Kanfer *et al.*, 2001).

Menurut Alluri (2019) dan Holler (2008), pencarian kerja diukur dengan empat indikator dan empat item pernyataan, antara lain:

- 1) Serba cepat (*fast paced*): Saya merasa dengan teknologi pada saat ini mencari pekerjaan menjadi lebih mudah.

- 2) Jenuh komunikasi (*communication saturated*): Saya merasa mencari pekerjaan di era saat ini harus menggunakan teknologi.
- 3) Terhubung dengan baik (*well connected*): Saya merasa mencari pekerjaan di era saat ini harus menggunakan teknologi.
- 4) *Paham akan teknologi (tech savvy)*: Saya merasa dengan pahamiya teknologi akan memudahkan dalam mencari informasi pekerjaan.

## 2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2018), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media sosial (X). Media sosial merupakan penghubung di internet dengan pengguna yang berinteraksi, berbagi informasi, bekerja sama dengan pengguna lain yang secara digital membangun hubungan sosial (Nasrullah, 2015).

Menurut Purnama (2001), media sosial diukur dengan enam indikator dan enam item pernyataan, antara lain:

- 1) Jangkauan (*reach*): Saya merasa dengan media sosial saya dapat menjangkau informasi yang lebih luas.
- 2) Aksesibilitas (*accessibility*): Saya merasa dengan media sosial aksesibilitas saya dalam mencari informasi lebih mudah.
- 3) Penggunaan (*usability*): Saya merasa penggunaan media sosial sangat mudah dimengerti dan dipelajari.

- 4) Aktualitas (*immediacy*): Saya merasa informasi yang saya dapatkan di media sosial sama dengan aslinya.
- 5) Tidak Permanen (*replacement*): Saya merasa informasi yang ada di media sosial bisa berubah atau hilang.
- 6) Frekuensi (*frequency*): Saya merasa menggunakan media sosial dengan waktu yang tidak cepat atau lama.

## H. Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), model penelitian adalah kerangka atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Berdasarkan pada teori yang digunakan oleh peneliti yaitu *Uses and Gratifications Theory (UGT)*, yang mengungkapkan bahwa para pengguna secara aktif menentukan sendiri media, fitur, serta informasi apa saja yang akan digunakan. Kemudian setelah penggunaan tersebut, mereka memiliki harapan untuk mendapatkan sesuatu. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh variabel independen (X) yaitu media sosial terhadap variabel dependen yaitu pencarian kerja (Y).



Gambar 1. Model Penelitian

Media sosial berpengaruh positif terhadap pencarian kerja (Whiting *et al.*, 2013). Hubungan media sosial dengan *Uses and Gratification Theory (UGT)* dapat dibuktikan bahwa 80% responden mengatakan bahwa mereka

menggunakan media sosial untuk mencari sebuah informasi (Whiting *et al.*, 2013).

### **I. Pengukuran Variabel**

Pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang berkaitan dengan fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini menggunakan 5 skala dalam skala *likert* yaitu, sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

### **J. Teknik Analisis Data**

#### **1. Mengukur Media Sosial**

Variabel media sosial diukur dengan enam item pernyataan yang dijawab oleh responden. Hasil jawaban responden untuk di setiap item dijumlahkan untuk menghasilkan total nilai yang digunakan untuk mengukur variabel media sosial.

#### **2. Mengukur Pencarian Kerja**

Variabel pencarian kerja diukur dengan empat item pernyataan yang dijawab oleh responden. Hasil jawaban responden untuk di setiap item dijumlahkan untuk menghasilkan total nilai yang digunakan untuk mengukur variabel pencarian kerja.

### 3. Menganalisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2019). Dalam statistik deskriptif ini dapat disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Sementara itu, untuk perhitungan sendiri menggunakan perhitungan *modus*, *median*, *mean*, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata, standar deviasi dan perhitungan persentase. Pengujian statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil *modus*, *median*, *mean*, standar deviasi, dan perhitungan persentase sehingga dapat disajikan dalam bentuk tabel dan diagram.

### 4. Menganalisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS (*partial least square*) yang merupakan teknik statistika untuk melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM (*structural equation modelling*) berbasis varian yang digunakan untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan yang spesifik. Berikut model yang digunakan dalam penelitian ini:

#### a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran ini digunakan untuk mengukur validitas variabel dan reliabilitas instrumen. Uji validitas digunakan untuk

menganalisis pengaruh kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang harus diukur (Cooper *et al.*, 2006). Sementara uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam instrumen penelitian. Konsep uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

#### 1) Uji Validitas

##### a) Validitas Konvergen

Nilai validitas konvergen merupakan korelasi antara skor/item komponen dengan skor variabel pada indikator yang mengukur variabel tersebut. *Rule of thumb* yang digunakan dalam validitas ini adalah *outer loading*  $> 0,7$ , *communality*  $> 0,5$ , dan AVE (*Average Variance Extracted*)  $> 0,5$  (Chin, 1995 dalam Jogiyanto, 2011).

##### b) Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan cross loading dengan nilai lebih dari 0,7 dalam satu variabel (Jogiyanto, 2011). Metode lain yang digunakan untuk membandingkan validitas diskriminan adalah dengan membandingkan AVE (*Average Variance Extracted*) untuk setiap variabel dengan korelasi antara variabel dengan variabel lainnya. Validitas diskriminan dikatakan cukup jika akar AVE untuk setiap variabel lebih besar daripada variabel antara variabel lainnya (Chin, 1997 dalam Jogiyanto, 2011).

**Tabel 1. Uji Validitas**

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Faktor <i>loading</i>	Lebih dari 0,7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0,5
	<i>Community</i>	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	<i>Cross loading</i>	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

Sumber: Abdillah dan Jogiyanto (2015)

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan variabel-variabel pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel serta disusun dalam kuesioner (Agreta, 2021). Menurut Sugiyono (2018), pengujian reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama. Di dalam uji reliabilitas dalam PLS menggunakan dua metode tersebut dimana *cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu variabel, sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya suatu variabel (Chin, 1995 dalam Jogiyanto, 2011).

Di dalam pengujian in terdapat dua metode, yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Metode *Composite Reliability* dianggap lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu

variabel (Chin *et al.*, 2002). *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus  $> 0,7$  meskipun nilai  $0,6$  masih diterima (Hair *et al.*, 2008 dalam Jogiyanto, 2011). Sementara itu untuk *Cronbach's Alpha* merupakan metode untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal skala item berganda. Nilai *cronbach's alpha* yang diharapkan  $> 0,6$  untuk semua konstruk (Hussein, 2015).

b. Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner Model* dalam PLS dievaluasi dengan  $R^2$  untuk variabel dependen, nilai koefisien *path* atau *t-value* tiap *path* untuk uji signifikansi antar variabel dalam model struktural. Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi pada perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka akan semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai koefisien *path* akan menunjukkan tingkat signifikansi dalam sebuah pengujian hipotesis dalam penelitian. Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh *t-statistic* harus di atas  $1,96$  untuk hipotesis *two tailed* dan di atas  $1,64$  untuk hipotesis *one tailed*. Sementara itu, untuk pengujian hipotesis pada *alpha*  $5\%$  dan *power* sebesar  $80\%$  (Hair *et al.*, 2008 dalam Jogiyanto 2011).

## 5. Menguji Hipotesis

### a) Merumuskan Hipotesis

H<sub>a</sub>: Media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021 – 2022.

H<sub>o</sub>: Media sosial tidak berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021 – 2022.

### b) Melakukan Uji *Bootstrapping*

Menguji hipotesis digunakan untuk menguji adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji besarnya signifikansi dukungan hipotesis. Menurut Jogiyanto (2011), nilai koefisien *path* akan menunjukkan tingkat signifikansi dalam sebuah pengujian hipotesis dalam penelitian. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai T-tabel dan T-*statistic*.

Jika nilai T-*statistic* > 1,96 dari nilai T-tabel, berarti hipotesis tersebut didukung. Pada *Alpha* tingkat kepercayaan 95% pada 5%, maka nilai T-tabel > 1,64 dan pada nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dan hipotesis dapat diterima jika *p-value* < 0,05 (Ghozali dan Latan, 2015).

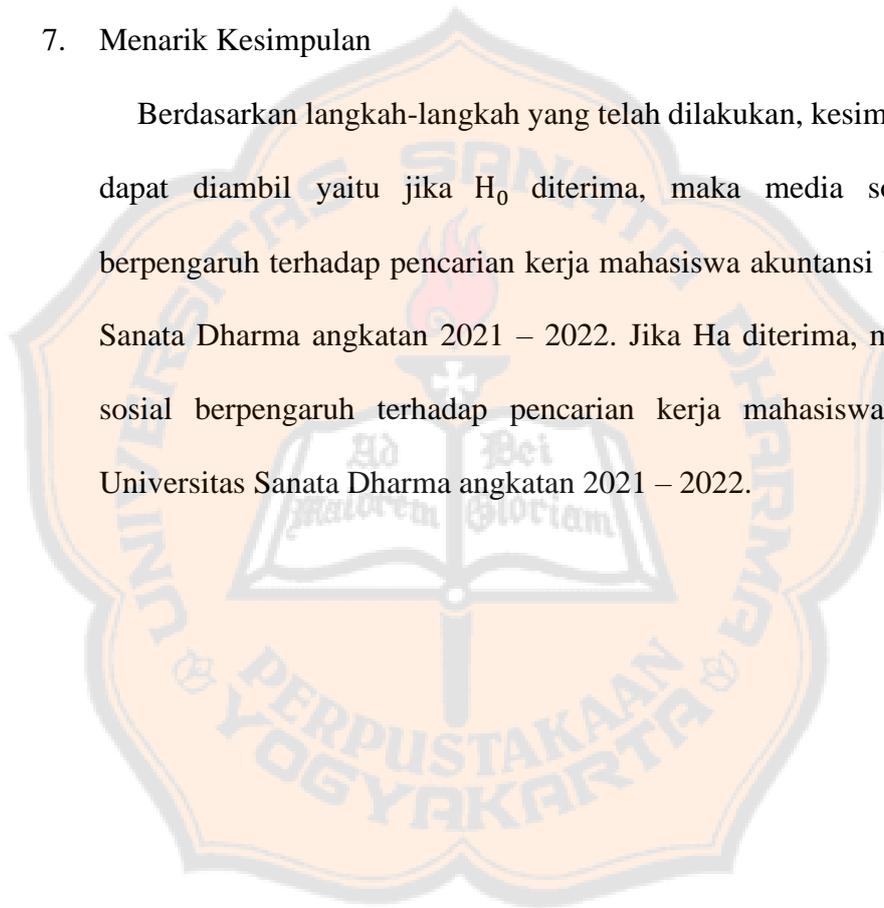
## 6. Mengambil Keputusan

Pengambilan keputusan dalam penelitian ini dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *p-value*  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima.
- b. Apabila nilai *p-value*  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak.

## 7. Menarik Kesimpulan

Berdasarkan langkah-langkah yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil yaitu jika  $H_0$  diterima, maka media sosial tidak berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021 – 2022. Jika  $H_a$  diterima, maka media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021 – 2022.



## **BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

### **A. Sejarah Singkat Program Studi Akuntansi Universitas Sanata**

#### **Dharma**

Program Studi (PS) Akuntansi Universitas Sanata Dharma (USD) berdiri sejak Institusi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Sanata Dharma menjadi Universitas Sanata Dharma berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 46/D/0/1993 tanggal 20 April 1993. Berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 48/D/0/1993 tanggal 26 April 1993, Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma mendapatkan status terdaftar. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Program Studi Akuntansi USD didirikan sejak tanggal 26 April 1993.

Sebagai bentuk upaya perbaikan berkelanjutan dalam penyelenggaraan suatu Program Studi dan evaluasi diri, maka Program Studi Akuntansi USD mengajukan penilaian pengelolaan Program Studi kepada pihak yang berwenang yaitu Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional no 3174/SK/BAN-PT/Ak.KP/S/IV 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas EKonomi USD meraih peringkat akreditasi Baik Sekali. Capaian peringkat ini didapatkan melalui pengajuan Instrumen Suplemen Konversi (ISK) pada bulan Maret yang lalu.

Dilansir dari Peraturan BAN PT no 2 tahun 2020, Instrumen Suplemen Konversi (ISK) digunakan oleh perguruan tinggi atau program studi untuk melakukan konversi peringkat akreditasi dari A ke Unggul, B ke Baik sekali dan C ke Baik. ISK adalah instrumen akreditasi tambahan yang digunakan untuk

pengambilan keputusan konversi peringkat terakreditasi yang diperoleh dengan Instrumen Akreditasi Perguruan Tinggi 7 Standar menjadi peringkat akreditasi baru sesuai dengan instrumen APT 3.0, yang menitikberatkan pada pelampauan Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti) dan transisi menuju *outcome-based accreditation*. Dari hasil pengajuan ISK, Prodi AKuntansi FE USD yang sebelumnya terakreditasi B, berhasil meraih peringkat akreditasi BAIK SEKALI dengan nilai 354.

Sistem pengelolaan Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma didasarkan atas struktur organisasi, dimana dekan Fakultas Ekonomi menempati posisi tertinggi dan dilanjutkan dengan Ketua Program Studi Akuntansi serta Wakil Ketua Program Studi Akuntansi. Dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma adalah Dr. Lukas Purwoto, M.Si., CRP. Ketua Program Studi Akuntansi Dr. Yusef Widya Karsana, Akt. dan Wakil Ketua Program Studi Akuntansi Agustinus Tri Kristanto, M.Ak.

## **B. Program Studi Akuntansi USD**

### **1. Visi dan Misi Program Studi Akuntansi USD**

Sebagai penjabaran dari visi dan misi universitas dan fakultas, visi dan misi Program Studi Akuntansi sebagaimana dicantumkan dalam Rencana Strategis Program Studi Akuntansi Tahun 2014 – 2018 sebagai berikut:

Visi Program Studi Akuntansi dirumuskan sebagai berikut:

“Menjadi program studi yang unggul dan berwawasan global dalam pengembangan ilmu akuntansi dan demi terwujudnya masyarakat yang semakin bermartabat”

Misi Program Studi Akuntansi dirumuskan sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan akuntansi yang berlandaskan paradigma Pedagogi Ignasian yang berciri cura personalis, dialogis, pluralistik, dan transformatif;
- b. Melaksanakan penelitian ilmu akuntansi yang menghargai kebebasan akademik dan otonomi keilmuan;
- c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk memelihara keutuhan ciptaan Tuhan.

## 2. Tujuan, Sasaran, dan Motto

Berdasarkan rumusan visi dan misi, Program Studi Akuntansi merumuskan tujuan, sasaran, dan motto sebagai berikut:

### a. Tujuan Program Studi Akuntansi:

- 1) Menghasilkan akuntan pemula dan auditor pemula yang cerdas, humanis, dan berintegritas;
- 2) Menghasilkan karya penelitian yang berorientasi pada keutuhan ciptaan Tuhan di bidang ilmu pengetahuan akuntansi yang mengedepankan sifat objektif dan bersikap jujur;
- 3) Menghasilkan karya pengabdian kepada masyarakat yang terprogram untuk memelihara keutuhan ciptaan Tuhan.

### b. Sasaran Program Studi Akuntansi mampu:

#### 1) Meningkatkan kualitas lulusan yang diukur dengan:

- a) 55% mahasiswa lulus tepat waktu (4 tahun) dengan IPK rata-rata 3,2;

- b) Masa tunggu lulusan untuk mendapat pekerjaan maksimal 3 bulan;
  - c) Lebih dari 60% lulusan bekerja sesuai dengan ilmu akuntansi.
- 2) Meningkatnya kuantitas dan kualitas penelitian dosen yang dilaksanakan secara individu, kelompok, dan bersama mahasiswa sesuai dengan road map penelitian yang diukur dengan:
- a) Rata-rata karya ilmiah penelitian  $\geq 1$  per dosen per tahun;
  - b) Rata-rata jumlah publikasi karya ilmiah penelitian dalam jurnal bereputasi dan atau buku  $\geq 1$  per dosen per tahun. 60
- 3) Meningkatnya kuantitas dan kualitas pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan secara individu, kelompok, dan bersama mahasiswa yang diukur dengan:
- a) Rata-rata jumlah pengabdian kepada masyarakat  $\geq 2$  per dosen per tahun;
  - b) Rata-rata jumlah pengabdian kepada masyarakat yang didanai dana hibah bersaing  $\geq 1$  per dosen per tahun.
- c. Motto Program Studi Akuntansi USD selaras dengan motto USD yaitu:  
“Cerdas dan Humanis”

### **C. Jumlah Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma**

Jumlah mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan pada Angkatan 2021 dan 2022 adalah 411 mahasiswa. Berikut adalah uraian mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma:

**Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma**

Angkatan	Jumlah Mahasiswa Registrasi	Jumlah Mahasiswa Tidak Registrasi	Jumlah Mahasiswa yang Cuti
2021	211	17	1
2022	164	17	1

Sumber: Data sekunder diolah (2024)



## BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Responden

#### 1. Pengiriman *Link* Kuesioner

Penelitian ini dilakukan pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Data penelitian diperoleh dari jawaban kuesioner *online* melalui aplikasi *Survey Monkey* yang diisi oleh subjek penelitian yaitu mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021 dan 2022.

Pengumpulan data dimulai pada tanggal 28 November 2024 sampai dengan 15 Desember 2024. *Link* kuesioner dikirimkan sebanyak tiga kali kepada 375 populasi yang terdiri dari angkatan 2021 dan 2022. Pengiriman *link* kuesioner yang pertama dikembalikan oleh 78 responden dari total populasi. Kuesioner yang tidak kembali pada pengiriman pertama berjumlah 297.

*Link* kuesioner dikirim lagi pada pengiriman yang kedua ke 297 mahasiswa dari total populasi dan dikembalikan oleh 50 responden. Kuesioner yang tidak dikembalikan pada pengiriman *link* kedua sebanyak 247. Kuesioner yang tidak dikembalikan dikirimkan lagi pada pengiriman *link* yang ketiga.

Pengiriman *link* kuesioner yang ketiga dikirimkan kepada 247 mahasiswa dari total populasi dan dikembalikan oleh 46 responden. Kuesioner yang tidak kembali pada pengiriman *link* kuesioner yang

ketiga sebanyak 228. Jumlah responden yang mengembalikan *link* kuesioner dari pengiriman pertama sampai dengan yang ketiga sebanyak 174 responden.

Dari 174 kuesioner yang kembali terdapat 3 responden yang tidak mengisi pernyataan dengan lengkap, sehingga kuesioner tersebut tidak dapat digunakan. Sekaran dan Bougie (2017) menyatakan bahwa jika 25% dari pertanyaan di dalam kuesioner tidak terjawab, maka sebaiknya kuesioner tersebut tidak digunakan dan tidak dimasukkan ke dalam rangkaian data untuk analisis.

**Tabel 3. Data Kuesioner**

Keterangan	Jumlah
Kuesioner dikirimkan pertama	375
Kuesioner yang dikembalikan pertama	78
Kuesioner yang tidak dikembalikan pertama	297
Kuesioner yang dikirimkan kedua	297
Kuesioner yang dikembalikan kedua	50
Kuesioner yang tidak dikembalikan kedua	247
Kuesioner yang dikirimkan ketiga	247
Kuesioner yang dikembalikan ketiga	46
Kuesioner yang tidak dikembalikan ketiga	228
Total keseluruhan kuesioner yang dikembalikan	174
Kuesioner yang tidak lengkap	3
Kuesioner yang dapat diolah	171

Sumber: Data diolah (2025)

Sebanyak 171 responden mengisi kuesioner dengan lengkap dan memenuhi kriteria, sehingga dapat diolah.

## 2. Deskripsi Data Responden berdasarkan Angkatan

Berdasarkan data hasil kuesioner, responden pada penelitian ini terbagi menjadi dua angkatan yaitu angkatan 2021 dan angkatan 2022.

Rincian responden berdasarkan angkatan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Data Responden berdasarkan Angkatan**

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
2021	96	55.17%
2022	78	44.83%
Total	174	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 174 mahasiswa yang terdiri 96 mahasiswa angkatan 2021 dan 78 mahasiswa angkatan 2022.

### 3. Deskripsi Data Responden berdasarkan Kelas

Berdasarkan data hasil kuesioner, responden pada penelitian ini terdiri dari empat kelas yaitu kelas A, B, C, dan D. Rincian responden berdasarkan kelas pada penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Rincian Data berdasarkan Kelas**

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
A	38	21.84%
B	54	31.03%
C	41	23.56%
D	41	23.56%
Total	174	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 174 mahasiswa yang terdiri dari 38 mahasiswa kelas A, 54 mahasiswa kelas B, 41 mahasiswa kelas C, dan 41 mahasiswa kelas D.

#### 4. Deskripsi Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data hasil kuesioner, responden pada penelitian ini terdiri dari jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Rincian responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 6. Rincian Data berdasarkan Jenis Kelamin**

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	124	71.26%
Laki-laki	50	28.74%
Total	174	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 6, jumlah responden sebanyak 174 mahasiswa yang terdiri dari 50 mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan 124 mahasiswa berjenis kelamin perempuan.

#### B. Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data adalah sebagai berikut:

##### 1. Pengukuran Media Sosial

Berikut adalah tabel hasil pengukuran media sosial.

**Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial**

No Responden	Media Sosial
1	28
2	30
3	21
4	28
5	24
6	30
7	25
8	30
9	28

**Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial (Lanjutan)**

No Responden	Media Sosial
10	26
11	29
12	25
13	24
14	24
15	26
16	23
17	28
18	23
19	22
20	28
21	21
22	24
23	22
24	24
25	26
26	24
27	26
28	23
29	23
30	22
31	24
32	25
33	26
34	24
35	30
36	30
37	9
38	20
39	30
40	21
41	27
42	22
43	24
44	24
45	27
46	22
47	30
48	23

**Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial (Lanjutan)**

No Responden	Media Sosial
49	24
50	24
51	28
52	24
53	24
54	29
55	24
56	27
57	21
58	27
59	24
60	24
61	24
62	30
63	24
64	30
65	25
66	30
67	23
68	26
69	25
70	27
71	28
72	22
73	20
74	22
75	28
76	26
77	28
78	23
79	24
80	24
81	24
82	26
83	28
84	30
85	28
86	23
87	28

**Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial (Lanjutan)**

No Responden	Media Sosial
88	22
89	29
90	24
91	30
92	26
93	27
94	27
95	26
96	22
97	25
98	23
99	25
100	26
101	27
102	30
103	24
104	24
105	23
106	27
107	27
108	23
109	23
110	23
111	24
112	28
113	24
114	30
115	30
116	27
117	30
118	23
119	24
120	26
121	27

**Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial (Lanjutan)**

No Responden	Media Sosial
122	25
123	24
124	24
125	25
126	26
127	24
128	27
129	26
130	28
131	26
132	26
133	22
134	26
135	23
136	28
137	20
138	25
139	27
140	26
141	22
142	23
143	23
144	30
145	24
146	22
147	26
148	23
149	24
150	24
151	23
152	23
153	24
154	25
155	30

**Tabel 7. Hasil Pengukuran variabel Media Sosial (Lanjutan)**

No Responden	Media Sosial
156	23
157	25
158	22
159	20
160	25
161	30
162	28
163	27
164	25
165	27
166	25
167	23
168	25
169	24
170	27
171	24
Total	4198

Sumber: Data diolah (2025)

2. Pengukuran Pencarian Kerja

Berikut adalah tabel hasil pengukuran media sosial.

**Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja**

No Responden	Pencarian Kerja
1	20
2	20
3	16
4	16
5	15
6	20
7	16
8	20

**Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja (Lanjutan)**

No Responden	Pencarian Kerja
9	15
10	19
11	20
12	16
13	16
14	12
15	16
16	18
17	19
18	15
19	17
20	18
21	16
22	16
23	17
24	16
25	18
26	16
27	18
28	16
29	16
30	17
31	18
32	19
33	19
34	16
35	20
36	20
37	5
38	20
39	20
40	16
41	18
42	16
43	16
44	16
45	14

**Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja (Lanjutan)**

No Responden	Pencarian Kerja
46	16
47	20
48	16
49	19
50	17
51	20
52	17
53	15
54	14
55	13
56	16
57	16
58	19
59	16
60	19
61	14
62	20
63	16
64	20
65	20
66	20
67	20
68	19
69	14
70	16
71	20
72	16
73	12
74	16
75	16
76	20
77	12
78	16
79	18

**Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja (Lanjutan)**

No Responden	Pencarian Kerja
80	15
81	17
82	19
83	16
84	20
85	20
86	16
87	20
88	16
89	19
90	16
91	16
92	18
93	20
94	16
95	20
96	16
97	16
98	16
99	14
100	19
101	13
102	20
103	20
104	20
105	16
106	20
107	17
108	16
109	16
110	16
111	15
112	16
113	18
114	16
115	18
116	16

**Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja (Lanjutan)**

No Responden	Pencarian Kerja
117	20
118	15
119	17
120	19
121	20
122	16
123	16
124	20
125	20
126	19
127	17
128	19
129	17
130	20
131	20
132	16
133	13
134	16
135	16
136	20
137	16
138	16
139	19
140	19
141	16
142	18
143	15
144	20
145	16
146	16
147	18
148	15
149	16
150	20
151	14

**Tabel 8. Hasil Pengukuran variabel Pencarian Kerja (Lanjutan)**

No Responden	Pencarian Kerja
152	20
153	16
154	18
155	20
156	15
157	16
158	14
159	16
160	17
161	20
162	20
163	20
164	15
165	18
166	19
167	15
168	18
169	17
170	20
171	17
Total	2940

Sumber: Data diolah (2025)

### 3. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017), statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Penyajian data dalam statistik deskriptif dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (tendensi sentral, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran

data melalui rata-rata dan standar deviasi, dan perhitungan persentase (Sugiyono, 2007)).

Berikut merupakan statistik deskriptif dari masing-masing variabel

a. Statistik Deskriptif Variabel Media Sosial

Indikator dalam variabel media sosial pada penelitian ini berjumlah enam indikator. Analisis statistik deskriptif menggunakan SmartPLS versi 4.1.0.9. Berikut analisis statistik deskriptif dari variabel media sosial:

**Tabel 9. Statistik Deskriptif variabel Media Sosial**

Variabel	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Standard deviation</i>
Media Sosial	0,000	0,193	-6,624	0,820	1,000

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel statistik deskriptif di atas, variabel media sosial memperoleh rata-rata jawaban responden bernilai 4,2 yang berarti mahasiswa menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Nilai maksimum dari jawaban responden bernilai 5 yang berarti mahasiswa sangat menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Nilai minimum dari jawaban responden bernilai 1,17 yang berarti mahasiswa sangat tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja.

Berikut hasil skor pernyataan variabel media sosial yang dijawab menggunakan skala *likert* 5 poin:

**Tabel 10. Hasil Perhitungan Skala *Likert* Media Sosial**

<i>Range</i>	Jumlah Responden	Presentasi (%)
Sangat Setuju	55	32,17%
Setuju	111	64,91%
Ragu-ragu	4	2,34%
Tidak Setuju	1	0,58%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	171	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel statistik deskriptif di atas, terdapat 55 responden sangat menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Terdapat 111 responden menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. 4 responden mungkin menggunakan media sosial terhadap pencarian kerja. Terdapat 1 responden tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja dan tidak ada responden yang sangat tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja.

#### b. Statistik Deskriptif Variabel Pencarian Kerja

Indikator dalam variabel pencarian kerja pada penelitian ini berjumlah empat indikator. Analisis statistik deskriptif menggunakan SmartPLS versi 4.1.0.9. Berikut analisis statistik deskriptif dari variabel pencarian kerja:

**Tabel 11. Statistik Deskriptif variabel Pencarian Kerja**

Variabel	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Standard deviation</i>
Pencarian Kerja	0,000	-0,084	-5,698	1,193	1,000

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel statistik deskriptif di atas, variabel media sosial memperoleh rata-rata jawaban responden bernilai 4,2 yang berarti mahasiswa menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Nilai maksimum dari jawaban responden bernilai 5 yang berarti mahasiswa sangat menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Nilai minimum dari jawaban responden bernilai 1 yang berarti mahasiswa sangat tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja.

Berikut hasil skor variabel pencarian kerja yang dijawab menggunakan skala *likert* 5 poin:

**Tabel 12. Hasil Perhitungan Skala *Likert* Pencarian Kerja**

<i>Range</i>	Jumlah Responden	Presentasi (%)
Sangat Setuju	74	43,28%
Setuju	91	53,22%
Ragu-ragu	5	2,92%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0,58%
Total	171	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel statistik deskriptif di atas, terdapat 74 responden sangat menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Terdapat 91 responden menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. 5 responden mungkin menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja. Terdapat 0 responden tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja dan 1 responden yang sangat tidak menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian kerja.

#### 4. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

##### 1) Pengujian Validitas

Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS versi 4.1.0.9 untuk melihat hasil nilai validitas konvergen dan validitas diskriminan. Berikut hasil pengujian validitas:

##### a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen tercapai ketika indikator-indikator dalam variabel berkorelasi tinggi dan memiliki *loading factor* yang memenuhi. *Rule of thumb* yang digunakan dalam uji validitas konvergen adalah *outer loading*  $> 0.7$ , *communality*  $> 0.5$ , dan AVE (*Average Variance Extracted*)  $> 0.5$  (Chin, 1995 dalam Jayanto, 2011). Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil *outer loading* dari masing-masing variabel:

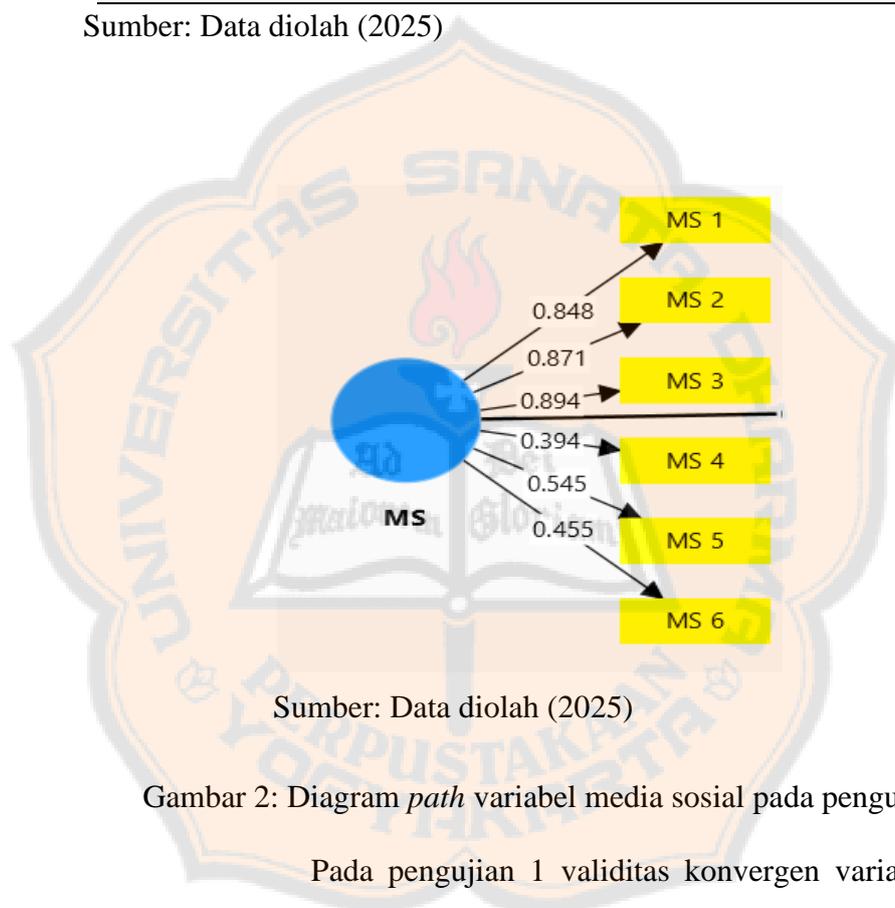
##### a) Validitas konvergen variabel media sosial

Variabel media sosial memiliki tiga indikator untuk melakukan uji validitas konvergen. Nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator pada pengujian 1, yaitu MS1 (0.885), MS2 (0.916), dan MS3 (0.914). Berikut adalah hasil pengujian validitas konvergen untuk variabel media sosial:

**Tabel 13. Nilai *Outer Loading* Variabel Media Sosial pada pengujian 1**

Item	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
MS 1	0.848	Valid
MS 2	0.871	Valid
MS 3	0.894	Valid
MS 4	0.394	Tidak Valid
MS 5	0.545	Tidak Valid
MS 6	0.455	Tidak Valid

Sumber: Data diolah (2025)



Sumber: Data diolah (2025)

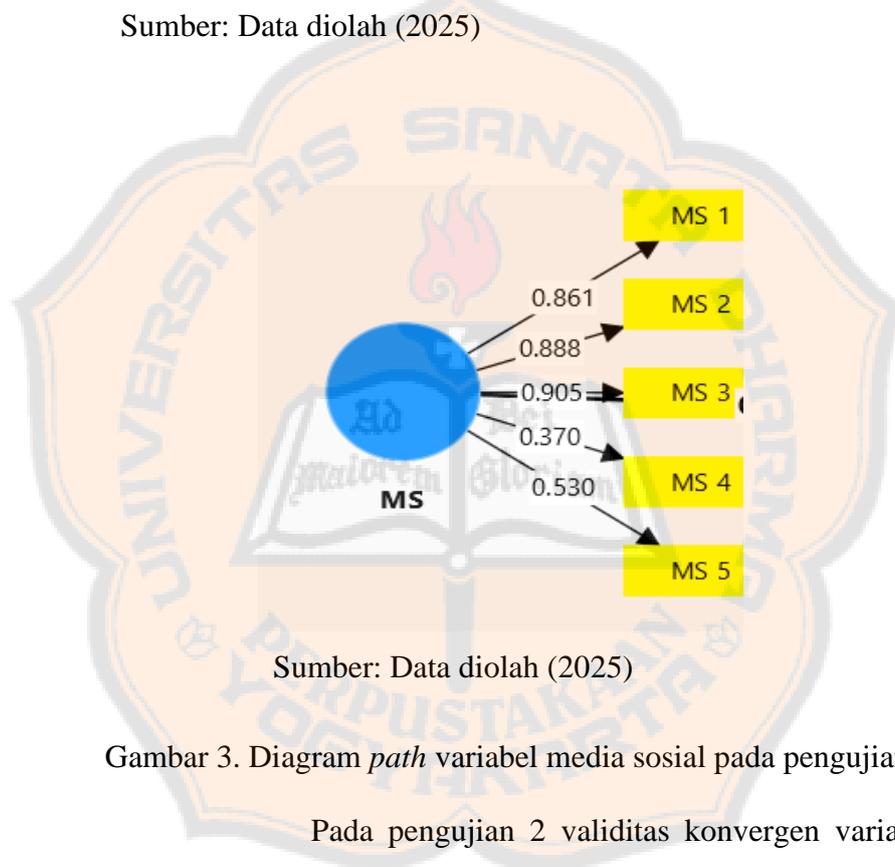
**Gambar 2: Diagram *path* variabel media sosial pada pengujian 1**

Pada pengujian 1 validitas konvergen variabel media sosial terdapat indikator yang memiliki nilai *outer loading* < 0.7 sehingga hasil yang diperoleh tidak valid. Indikator yang tidak valid perlu dihapus dan selanjutnya dilakukan pengujian ulang terhadap indikator tersisa agar memperoleh nilai *outer loading* > 0.7. Berikut adalah hasil pengujian ulang validitas konvergen untuk variabel media sosial.

**Tabel 14. Nilai *Outer Loading* Variabel Media Sosial pada pengujian 2**

Item	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
MS 1	0.861	Valid
MS 2	0.888	Valid
MS 3	0.905	Valid
MS 4	0.370	Tidak Valid
MS 5	0.530	Tidak Valid

Sumber: Data diolah (2025)



Sumber: Data diolah (2025)

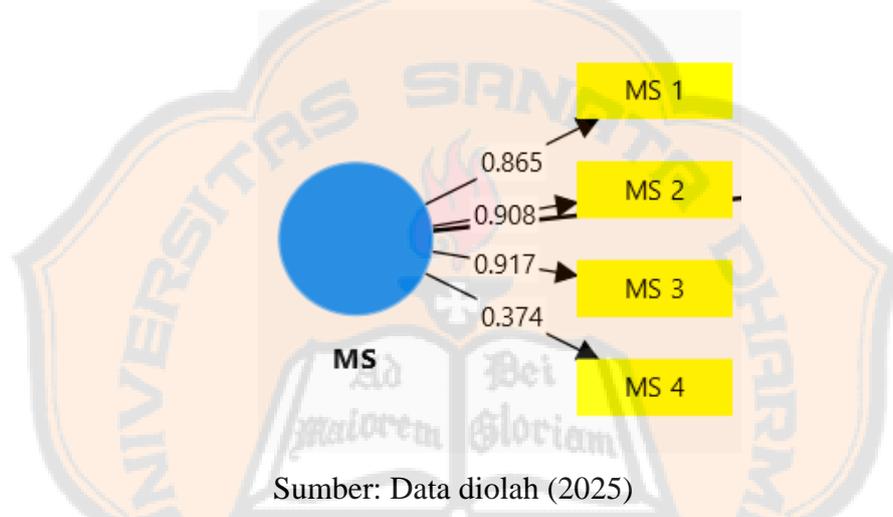
**Gambar 3. Diagram *path* variabel media sosial pada pengujian 2**

Pada pengujian 2 validitas konvergen variabel media sosial terdapat indikator yang memiliki nilai *outer loading* < 0.7 sehingga hasil yang diperoleh tidak valid. Indikator yang tidak valid perlu dihapus dan selanjutnya dilakukan pengujian ulang terhadap indikator tersisa agar memperoleh nilai *outer loading* > 0.7. Berikut adalah hasil pengujian ulang validitas konvergen untuk variabel media sosial.

**Tabel 15. Nilai *Outer Loading* Variabel Media Sosial pada pengujian 3**

Item	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
MS 1	0.865	Valid
MS 2	0.908	Valid
MS 3	0.917	Valid
MS 4	0.374	Tidak Valid

Sumber: Data diolah (2025)



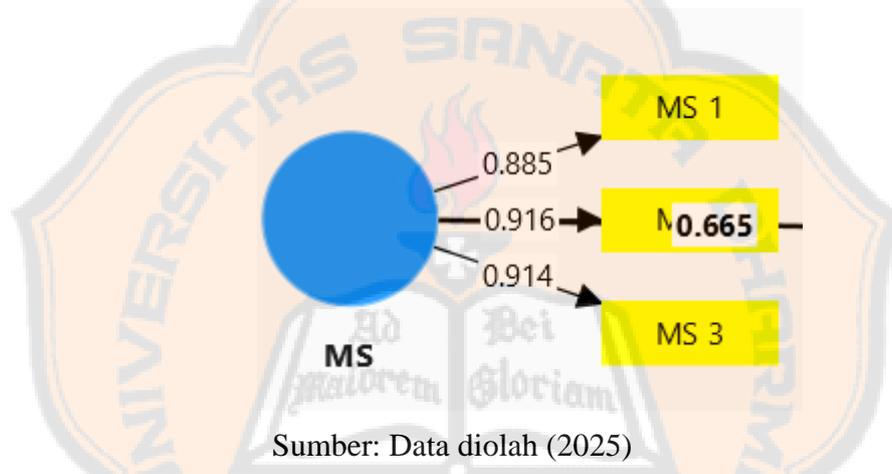
Gambar 4. Diagram *path* variabel media sosial pada pengujian 3

Pada pengujian 3 validitas konvergen variabel media sosial terdapat indikator yang memiliki nilai *outer loading* < 0.7 sehingga hasil yang diperoleh tidak valid. Indikator yang tidak valid perlu dihapus dan selanjutnya dilakukan pengujian ulang terhadap indikator tersisa agar memperoleh nilai *outer loading* > 0.7. Berikut adalah hasil pengujian ulang validitas konvergen untuk variabel media sosial.

**Tabel 16. Nilai *Outer Loading* Variabel Media Sosial pada pengujian 4**

Item	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
MS 1	0.885	Valid
MS 2	0.916	Valid
MS 3	0.914	Valid

Sumber: Data diolah (2025)



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 5. Diagram *path* variabel media sosial pada pengujian 4

Pada pengujian 4 validitas konvergen variabel media sosial diperoleh hasil bahwa keseluruhan indikator telah memenuhi syarat *outer loading*  $> 0.7$ . Dengan demikian dari hasil uji *outer loading* dan diagram *path* telah memenuhi syarat validitas konvergen sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial valid.

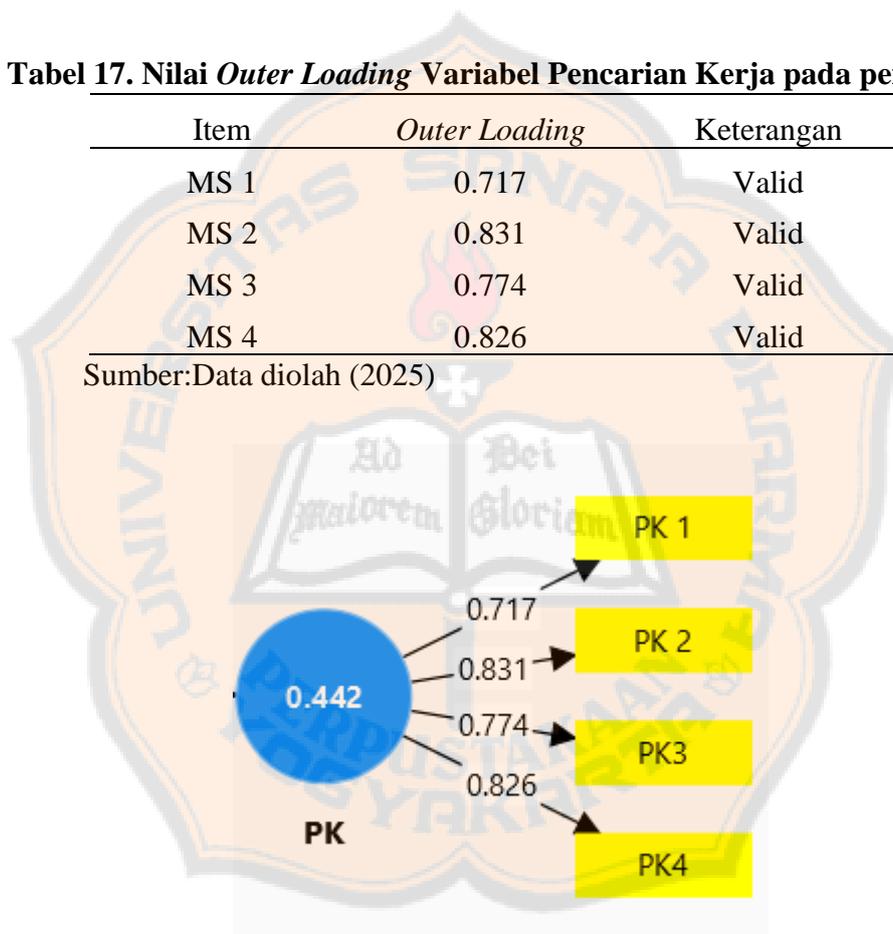
## b) Validitas konvergen variabel pencarian kerja

Variabel pencarian kerja memiliki empat indikator untuk melakukan uji validitas konvergen. Nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator pada pengujian 1 yaitu:

**Tabel 17. Nilai *Outer Loading* Variabel Pencarian Kerja pada pengujian 1**

Item	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
MS 1	0.717	Valid
MS 2	0.831	Valid
MS 3	0.774	Valid
MS 4	0.826	Valid

Sumber: Data diolah (2025)



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 6. Diagram Diagram *path* variabel pencarian kerja pada pengujian 1

Pada pengujian 1 validitas konvergen variabel pencarian kerja diperoleh hasil bahwa keseluruhan indikator telah memenuhi syarat *outer loading*  $> 0.7$ . dengan demikian dari

hasil uji *outer loading* dan diagram *path* telah memenuhi syarat validitas konvergen sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pencarian kerja valid.

Selain itu, uji konvergen dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Di dalam uji validitas konvergen yang dilihat dari AVE, variabel dikatakan valid jika nilai  $AVE > 0,5$  (Jogiyanto, 2011). Menurut Chin *et al.*, (1995), jika skor  $AVE < 0.50$ , indikator tersebut dapat dihapus dari variabelnya karena tidak memenuhi syarat dari AVE. Berikut ini hasil pengujian nilai AVE dari masing-masing variabel:

**Tabel 18. Nilai Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Media Sosial ( <i>Social Media</i> )	0.819	Memenuhi Validitas Konvergen
Pencarian Kerja ( <i>Job Search</i> )	0.622	Memenuhi Validitas Konvergen

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel hasil pengujian nilai AVE di atas, seluruh konstruk telah memenuhi syarat nilai  $AVE > 0.5$ .

## 2) Pengujian Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan tercapai ketika memiliki nilai *cross loading*  $> 0.7$  dalam satu variabel. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen berbeda yang mengukur dua variabel yang diprediksi

tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Hartono, 2008 dalam Jogiyanto 2011:71). Metode lain yang digunakan untuk membandingkan validitas diskriminan adalah membandingkan AVE (*Average Variance Extracted*) untuk setiap variabel dengan korelasi antara variabel lainnya. Validitas diskriminan dikatakan cukup jika akar AVE untuk setiap variabel lebih besar daripada variabel antara variabel lainnya (Chin *et al.*, 1997 dalam Jogiyanto, 2011:71). Berikut ini tabel yang menunjukkan validitas diskriminan:

**Tabel 19. Validitas Diskriminan menggunakan *Cross Loading***

	MS	PK
MS 1	0.885	0.534
MS 2	0.916	0.588
MS 3	0.914	0.669
PK 1	0.393	0.717
PK 2	0.599	0.831
PK3	0.472	0.774
PK4	0.591	0.826

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel pengujian *cross loading* di atas dapat dilihat bahwa hasil menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai *cross loading*  $> 0.7$ . oleh karena itu, seluruh indikator dinyatakan valid. Selain menggunakan *cross loading*, validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan membandingkan validitas diskriminan adalah membandingkan AVE (*Average Variance Extracted*) untuk setiap variabel dengan korelasi antar variabel dengan variabel lainnya. Validitas diskriminan dikatakan cukup jika

akar AVE untuk setiap variabel lebih besar daripada variabel antara variabel lainnya (Chin *et al.*, 1997 dalam Jogiyanto, 2011). Berikut tabel yang menunjukkan hasil pengujian validitas diskriminan dengan nilai akar AVE.

**Tabel 20. Nilai Akar AVE**

	MS	PK
MS	0.905	
PK	0.665	0.788

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel pengujian nilai akar AVE di atas, dapat dilihat bahwa hasil menunjukkan seluruh indikator memenuhi syarat validitas diskriminan. Hal ini ditunjukkan dari hasil akar AVE masing-masing variabel yang lebih besar dari korelasi antar variabel.

### 3) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan pengujian untuk mengukur tingkat konsistensi responden dalam menjawab indikator-indikator yang diberikan dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2018), pengujian ini diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten atau tidak apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama. Di dalam uji reliabilitas terdapat dua metode yaitu, *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Menurut Chin *et al.* (1995), *cronbach's alpha* mengukur

atas bawah reliabilitas suatu variabel sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu variabel. Nilai yang menunjukkan reliabel untuk *cronbach's alpha*  $> 0.6$ , sedangkan *composite reliability*  $> 0.7$  meskipun nilai 0.6 masih dapat diterima. Berikut ini merupakan hasil pengujian reliabilitas:

**Tabel 21. Nilai 1 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	Keterangan
Media Sosial ( <i>Social Media</i> )	0.890	0.901	0.931	Reliabel
Pencarian Kerja ( <i>Job Search</i> )	0.798	0.818	0.868	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel hasil pengujian *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas, seluruh variabel telah memenuhi syarat *cronbach's alpha*  $> 0.6$  dan *composite reliability*  $> 0.7$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel reliabel.

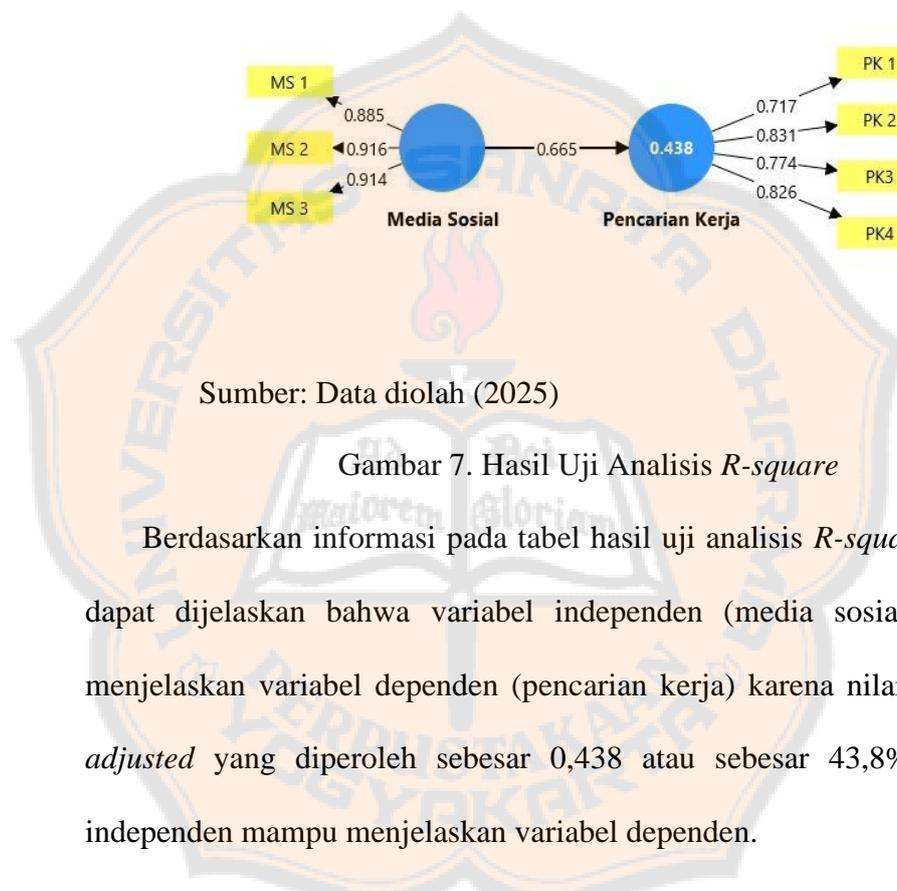
#### 5. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner Model* di dalam PLS dievaluasi dengan  $R^2$ . Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi pada perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Ketika  $R^2$  semakin tinggi nilainya maka, akan semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan (Jogiyanto, 2011:76). Berikut ini hasil pengujian *R-square*:

**Tabel 22. Hasil Uji Analisis *R-square***

	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>
Pencarian Kerja ( <i>Job Search</i> )	0.442	0.438

Sumber: Data diolah (2025)



Gambar 7. Hasil Uji Analisis *R-square*

Berdasarkan informasi pada tabel hasil uji analisis *R-square* di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel independen (media sosial) mampu menjelaskan variabel dependen (pencarian kerja) karena nilai *R-square adjusted* yang diperoleh sebesar 0,438 atau sebesar 43,8% variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

6. Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Peneliti menggunakan *bootstrapping* untuk memperoleh nilai koefisien *path* atau *inner model* dalam pengujian hipotesis. Nilai koefisien *path* digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi sebuah pengujian hipotesis dalam sebuah penelitian. Untuk hipotesis *two-tailed*, skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan *T-statistic* harus di atas

1,96 sedangkan untuk hipotesis *one-tailed* skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan *T-statistic* harus di atas 1,64. Sementara itu, untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5% dan *power* sebesar 80%. Dalam penelitian ini digunakan uji hipotesis *one-tailed* sehingga nilai dari *T-statistic* harus di atas 1,64. Berikut tabel hasil *path coefficients*:

**Tabel 23. Hasil Path Coefficients (One Tailed)**

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P values</i>	Hasil
MS -> PK	0.665	0.657	0.077	8.607	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan informasi tabel pengujian *path coefficients* di atas menunjukkan *T-statistic* > 1.64 dan *p-values* < 0.05 diperoleh hasil bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil pengujian dari *path coefficients*, memperoleh hasil *T-statistic* sebesar 8.607 dan *p-values* sebesar 0.000 yang berarti nilai tersebut memenuhi syarat *T-statistic* > 1.96 dan *p-values* < 0.05. oleh karena itu, hipotesis ini diterima, yaitu media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja.

## 7. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan pada penelitian ini berdasarkan nilai *p-value* yang terdapat dalam *software* SmartPLS versi 4.1.0.9. Hasil pengambilan keputusan pada penelitian ini yaitu nilai *P-values* variabel media sosial sebesar 0.000, hal ini menunjukkan bahwa nilai *P-values* < 0.05 sehingga  $H_a$  diterima.

## 8. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan terhadap variabel, kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021-2022.

## C. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification Theory* yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Dalam teori ini dikemukakan oleh Katz *et al.*, (1974) dikatakan bahwa khalayak atau pengguna media merupakan subjek aktif dan selektif dalam memilih serta menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan kognitif.

Media sosial dalam hal ini dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh individu untuk memenuhi kebutuhan kognitif yaitu sebagai sumber informasi yang bersifat cepat, interaktif, dan mudah diakses. Pada dasarnya, teori ini menyatakan bahwa individu secara aktif menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mencari pekerjaan (Katz *et al.*, 1974).

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data, media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa. Hal ini berarti mahasiswa menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan informasi lowongan pekerjaan sesuai kebutuhan mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Polim dan Kadang (2021); Rummyeni dan Burhanuddin (2015);

Ahamad (2017); Hossain dan Liu (2020); Mowbray dan Hall (2021); Navickas dan Spankova (2019); Mowbray (2017); Vroman *et al.*, (2020); Whiting *et al.*, (2013); Grigaliunaite dan Pileliene (2020); Kumar dan Singh (2020); dan Nguyen dan Tran (2022) yang menyimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa. Media sosial dianggap memudahkan akses terhadap informasi lowongan kerja, mempercepat distribusi informasi, serta memungkinkan pencari kerja untuk menjangkau perusahaan lebih efektif (Polim dan Kadang, 2021). Terdapat layanan yang diberikan oleh media sosial yang menjadi bagian penting dalam interaksi pengguna untuk memperoleh informasi (Rumyeni dan Burhanuddin, 2015). Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damani dan Tambotih (2022); Prasetio (2020); dan Feuls *et al.*, (2016) yang menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap pencarian kerja. Media sosial belum digunakan secara maksimal oleh mahasiswa untuk mencari pekerjaan karena mahasiswa lebih banyak menggunakan media sosial sebagai *networking* atau hanya sebagai *having fun* (Prasetio, 2020).

Dengan demikian, teori Uses and Gratification memberikan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana dan mengapa mahasiswa menggunakan media sosial dalam pencarian kerja, serta menegaskan bahwa efektivitas media sosial sangat bergantung pada motivasi, kebutuhan, dan kemampuan pengguna dalam mengelola media tersebut. Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya upaya sistematis untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan mahasiswa dalam menggunakan media sosial secara strategis, sehingga media

sosial dapat berfungsi sebagai alat yang efektif dalam membantu mereka memperoleh pekerjaan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka (Humaizi, 2018).



## **BAB VI PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah media sosial berpengaruh terhadap pencarian kerja mahasiswa. Hal ini berarti media sosial memfasilitasi proses pencarian kerja mahasiswa. Media sosial menyediakan akses informasi lowongan kerja yang luas, mempercepat penyebaran informasi, serta memungkinkan mahasiswa membangun dan memperluas jaringan profesional efektif serta memudahkan mahasiswa untuk membangun *personal branding*.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang terbatas, sehingga hasil penelitian ini tidak bisa merepresentasikan pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan variabel tertentu yang dianggap relevan saat penelitian dilakukan.

### **C. Saran**

Berdasarkan penelitian ini, saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

#### 1. Bagi Program Studi Akuntansi

Program Studi Akuntansi dapat memfasilitasi mahasiswa dengan memberi pelatihan atau *workshop* mengenai pemanfaatan media sosial untuk pencarian kerja, *personal branding*, serta etika digital bagi

mahasiswa. Hal ini dapat meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi persaingan di dunia kerja digital.

2. Saran bagi mahasiswa Program Studi Akuntansi

- a. Memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sumber informasi lowongan kerja.
- b. Memanfaatkan fitur media sosial yang diberikan untuk mendapatkan pekerjaan.
- c. Memilah dan memilih informasi yang didapatkan dari media sosial

3. Bagi peneliti selanjutnya

Memperluas sampel penelitian agar hasil penelitian lebih general dan dapat mewakili populasi secara luas serta dapat mempresentasikan pengaruh media sosial terhadap pencarian kerja. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel yang berbeda dan menjadikan penelitian ini sebagai acuan dasar dalam penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, E. C., Mader, D. R., and Mader, F. H. 2019. "Using social media during the hiring process: A comparison between recruiters and job seekers." *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, Vol. 29, No.1: 78-87.
- Ahamad, F. 2020. "Social Media and Informational Social Influence on Job Seekers." *In 6th International Conference on Computational Social Science IC2S2, Massachusetts Institute of Technology*, hal. 17-20).
- Abdurrahman, L., and Mulyana, R. 2022. Pemodelan Nilai Teknologi Informasi Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem). *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, Vol. 7, No.2: 469-477.
- Aprilisa, S., Samsuryadi, S., and Sukemi, S. 2021. Pengujian validitas dan reliabilitas model UTAUT 2 dan EUCS pada sistem informasi akademik. *Jurnal Media Informatika BUDIDARMA*, Vol. 5, No.3: 1124-1132.
- Abdillah, Willy, and Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square*. Andi. Yogyakarta.
- Ali-Hassan, H., Nevo, D. dan Wade, M. 2015, "Menghubungkan dimensi penggunaan media sosial dengan pekerjaan kinerja: peran modal sosial", *Jurnal Sistem Informasi Strategis*, Vol. 24, No.2: 65-89
- Allen, D. G., Biggane, J. E., Pitts, M., Otondo, R., and Van Scotter, J. 2013. Reactions to recruitment web sites: visual and verbal attention, attraction, and intentions to pursue employment. *Journal of Business and Psychology*. Vol. 28, hal. 263–285
- 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*.
- Ardianto, E., Komala, L., dan Karlinah, Si. 2014. Komunikasi massa suatu pengantar. Bandung: *Simbiosis Rekatama Media*.
- Arifin, N. 2025. *Pendidikan Karakter di Era Digital*. Penerbit Tahta Media. Sukoharjo.
- Bae, M. 2018. Understanding the effect of the discrepancy between sought and obtained gratification on social networking site users' satisfaction and continuance intention. *Computers in human behavior*. Vol. 79, hal. 137–153

- Barber, A. E., and Roehling, M. V. 1993. Job postings and the decision to interview: A verbal protocol analysis. *Journal of applied psychology*, Vol. 78, No.5: 845.
- Bright, J. E., R. G. Pryor, and L. Harpham. 2005. The role of chance events in career decision making. *Journal of Vocational Behavior*. Vol.66, No.3:561–76.
- Brown, V. R., and E. D. Vaughn. 2011. The writing on the (Facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business and Psychology*. Vol. 26, No.2:219–25.
- Bills, D. B., Di Stasio, V., dan Gërkhani, K. (2017). The demand side of hiring: Employers in the labor market. *Annual Review of Sociology*, Vol.43, No.1:291-310.
- Darwin, M., and Umam, K. 2020. *Indirect Effect Analysis on Structural Equation Modeling*. Jakarta.
- Damaiyanti, C. D., dan Fatmawati, E. 2015. Pemenuhan kebutuhan informasi pemustaka nonkaryawan di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 3, No.1: 35–48.
- Damanik, R. R., dan Tambotoh, J. J. C. (2022). Analisis penggunaan media sosial untuk pencarian informasi dan media komunikasi menggunakan model Uses and Gratification. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, Vol. 9, No.5: 1251–1261.
- El-Menawy, S. M. A., and Saleh, P. S. 2023. How does the mediating role of the use of social media *platforms* foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job?. *Future Business Journal*, 9(1), 65.
- Erfianah, M. E., dan Huda, A. M. 2022. Efektivitas Media Sosial Instagram @loker\_kotasurabaya Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Pekerjaan Di Surabaya. *Ejournal.Unesa.Ac.Id*, Vol.5.
- Fajrie, M. 2018. Analisis uses and gratification dalam menentukan strategi dakwah. *Islamic Review: Riset Dan Kajian Keislaman*, 4(1), 19–34.
- Fetherston, M., Cherney, MR, and Bunton, TE. 2018. “Ketidakpastian, penggunaan teknologi, dan karir persiapan kemandirian.” *Jurnal Komunikasi Barat*, Vol. 82, No.3: 276–295.

- Fitria, N., Nurdin, R., and Amri, K. 2024. Perilaku muzakki menggunakan layanan M-Banking dengan behavior intention sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sekretari*, Vol. 9, No.2: 72-82.
- Febriani, N. K. D., Utami, N. W., and Putri, I. G. A. P. D. 2023. Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, Vol. 17, No.1: 67-82.
- Feuls, M., Fieseler, C., Meckel, M., dan Suphan, A. (2016). Being unemployed in the age of social media. *New Media dan Society*, Vol. 18, No.6: 944–965.
- Gan, C. M. 2017. Understanding wechat users' liking behavior: an empirical study in China. *Computers in human behavior*. Vol. 68, hal. 30–39.
- Garg, R., dan Telang, R. 2018. To be or not to be linked: Online social networks and job search by unemployed workforce. *Management Science*, Vol.64, No.8: 3926-3941.
- Garrido-Pintado, P., García Huertas, J. G., and Leal, D. B. 2023. "Identity and virtuality: The influence of personal profiles on social media on job search." *Business Information Review*, Vol. 40, No.2: 78-92.
- Gruzd, A., Haythornthwaite, C., Paulin, D., Gilbert, S., and del Valle, M. E. 2018. Uses and Gratifications factors for social media use in teaching: Instructors' perspectives. *New Media dan Society*, Vol. 20, No.2: 475–494.
- Grigaliūnaitė, V., dan Pilelienė, L. 2020. Opportunities of job search through social media platforms and its development in Lithuania. *Business: Theory and Practice*, Vol. 21, No.2: 777–786.
- Hardiansyah, R., Danial, R. D. M., dan Nurmala, R. 2023. "Efektivitas E Recruitment dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z." *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, Vol. 7, No.1: 682-691
- Herbold, J., and Douma, B. 2013. "Students' use of social media for job seeking." *The CPA Journal*, Vol. 83, No.4: 68.
- H. Karunia H, N. Ashri, and I. Irwansyah. 2021. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, Vol. 3, No.1: 92–104.
- Hall, H. 2020. "Using social media during job search: the case of 16-24 year olds in Scotland John Mowbray," *Journal of Information Science*. University of Glasgow.

- Habes, M., Salous, M. H., and Al Jwaniat, M. I. 2022. Applying the uses and gratifications theory to college major choice using social networks online video. In International Conference on Advanced Machine Learning Technologies and Applications. Cham: Springer International Publishing, hal. 388-400.
- Hosain, S., and Liu, P. 2020. LinkedIn for searching better job opportunity: Passive jobseekers' perceived experience. *The Qualitative Report*, Vol. 25, No.10: 3719-3732.
- Humaizi, M.A. 2018. *Uses and Gratifications Theory*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan. Medan.
- Jogiyanto, 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. STIM YKPN. Yogyakarta
- Jayabalan, N., Makhbul, Z. K. M., Siang, J. M. L. D., Azim, N., dan Ashraf, M. 2019. Erecruitment Technology Adoption among Generation Z Job-Seekers. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, Vol.9, No.2.
- Juwita, K. 2013. Analisis Efektivitas Metode Rekrutmen melalui Social Media. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*.
- Jahoda, M. 1982. Employment and unemployment: A social-psychological analysis. *Cambridge University Press*.
- Kanfer, R., Wanberg, C. R., dan Kantrowitz, T. M. 2001. Job search and employment: A personality–motivational analysis and meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, Vol.86, No. 5:837–855.
- Karacsony, P., Izsak, T. and Vasa, L. 2020, “Attitudes of Z generation to job searching through social media”, *Economics and Sociology*, Vol. 13, No. 4: 227-240
- Katz, E., Blumler, J. G., dan Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No.4: 509–523.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009. Manajemen pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 2). Jakarta: Erlangga.

- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., and Griffiths, M. D. 2020. Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International journal of mental health and addiction*, Vol. 18, hal. 525-547.
- Kurniawan, R. 2016. *Analisis regresi*. Prenada Media.
- Kandidat.id. 2022. Pemanfaatan media sosial dalam dunia kerja. Malang: *Universitas Negeri Malang Press*.
- Larson, K., dan Watson, R. 2011. The value of social media: toward measuring social media strategies.
- Lefika, P. T. 2020. Tertiary Students' use of Social Media for Networking, Personal Branding and job Seeking. In ECKM 2020 21st European Conference on Knowledge Management. *Academic Conferences International Limited*.
- Lesenyego, A., and Chukwuere, J. E. 2023. "Social media for job recruitment: A review study." *Journal of Emerging Technologies*, Vol. 3, No.1: 43-50.
- Lucero-Romero, G., and Arias-Bolzmann, L. G. 2020. "Millennials' use of online social networks for job search: The Ecuadorian case." *Psychology dan Marketing*, Vol. 37, No.3: 359-368
- Laukkarinen, M. 2023. "Social media as a place to see and be seen: Exploring factors affecting job attainment via social media." *The Information Society*, Vol. 39, No.4: 199-212.
- Liu, S., Wang, X., Liu, M., dan Zhu, J. 2017. Towards better analysis of machine learning models: A visual analytics perspective. *Visual Informatics*, Vol. 1, No.1:48-56.
- Manroop, L., and Richardson, J. 2013. "Using social media for job search: Evidence from generation Y job seekers." In *Social media in human resources management*. *Emerald Group Publishing Limited*.
- McFarland, L. A., and Ployhart, R. E. 2015. Social media: a contextual framework to guide research and practice. *Journal of applied psychology*. Vol. 100, No.6: 1653–1677
- Mowbray, J. A., and Hall, H. 2021. "Using social media during job search: The case of 16–24 year olds in Scotland." *Journal of Information Science*, Vol. 47, No.5: 535-550

- Mowbray, J. 2017. The role of networking and social media tools during job search: An information behaviour perspective. *Information Research*, Vol. 22, No. 1.
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., dan Rejeki, S. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol.11, No.1:48–59.
- Nachrin, T. 2020. Social media use by the Rohingya refugees in Bangladesh: A uses and gratification approach. *Int'l J. Soc. Sci. Stud.*, Vol. 8, No.1.
- Navickas, V., Grenčíková, A., dan Španková, J. 2019. The use of social media job search. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 10, No.1: 9–16.
- Nawiyah, I., Sujianto, A. E., Agnes, T. N. A., Sasabela, I. A., dan Nurinnisa, A. A. 2024. Pengaruh Tingkat Angkatan Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Tingkat Pengangguran di Indonesia. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, Vol. 2, No.1: 158-167.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: *Simbiosis Rekatama Media*.
- Pais, I., dan Gandini, A. 2015. Access to the labour market in the digital society: The use and impact of social media in job searching. *Revista Latina de Comunicación Social*, No.70: 819–837
- Prasetio, T. 2020. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Serasi*, Vol. 18, No.1: 35-46.
- Papacharissi, Z. 2009. The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media Soc.* Vol.11, No.1-2, 199–220.
- Polim, D. A., dan Kadang, C. D. 2021. Perkembangan Media Sosial Dan Online Advertising Dapat Mempengaruhi Pencarian Kerja Para Karyawan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No.4: 933-943.
- Plummer, M., Hiltz, S. R., dan Llotnick, L. 2011. “Predicting intentions to apply for jobs using social networking sites: An exploratory study.” *HICSS*, Vol. 11

- Purnama, H. 2011. Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 107-124.
- Putri, S. M., Damayani, N. A., dan Saepudin, E. 2023. Hubungan isi konten akun TikTok@ vmuliana dengan kebutuhan informasi pencarian kerja followers. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, Vol. 3, No.3: 225-238.
- Rumyeni, R., dan Burhanuddin, B. 2015. Pengaruh Media Sosial Twitter@ Lowkerpku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers. *Doctoral dissertation*. Riau University.
- Roth, P. L., et al. 2016. Social media and job search outcomes. *Personnel Psychology*, Vol. 69, No.1:123-154.
- Smith, S. A., and Watkins, B. 2023. Millennials' uses and gratifications on LinkedIn: Implications for recruitment and retention. *International Journal of Business Communication*, Vol. 60, No.2: 560-586.
- Sinaga, R. N., dan Rialdy, N. 2024. Peran Jaringan Sosial dalam Proses Pencarian Kerja Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa UMSU Jurusan Manajemen Bisnis Syar media sosial memainkan media sosial memainkanih). *ETHNOGRAPHY: Journal of Design, Social Sciences and Humanistic Studies*, Vol.1, No.2: 111-118.
- Soleh, A. 2017. Masalah ketenagakerjaan dan pengangguran di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 6, No.2: 83-92.
- Subbarao, N. V., Chhabra, B., and Mishra, M. 2022. "Social media usage behavior in job search: Implications for corporate image and employer branding." *Managing Disruptions in Business: Causes, Conflicts, and Control*, 51-79.
- Sudjana. 2013. *Metoda Statistika*. Tarsito, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD*. Edisi ke-2. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

- Thoyibie, L. 2017. Psikologi Social Media. Retrieved from *komunikasi indonesia.org*.
- Van Hooft, E. A., Kammeyer-Mueller, J. D., Wanberg, C. R., Kanfer, R., and Basbug, G. 2021. Job search and employment success: A quantitative review and future research agenda. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 106, No.5: 674.
- Vroman, K. G., Arthanat, S., dan Lysack, C. (2020). Millennials' Uses and Gratifications on LinkedIn: Implications for Recruitment and Job Search. *Social Media + Society*, Vol. 6, No.4: 1–10.
- Weinburger, C. M., Strider, S. H., and Vengrouskie, E. F. 2015. “Social media job searches and the strength of veteran ties.” *Human Resource Management Research*, Vol.5, No.6: 133-153
- Wanberg, C. R., Ali, A. A., and Csillag, B. 2020. “Job seeking: The process and experience of looking for a job. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*”, Vol. 7, No.1: 315-33
- Whiting, A., and Williams, D. 2013. Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, Vol. 16, No 4: 362–369.
- Wang, S., Luo, C., and Jiang, P. 2018. Empirical study about the motivations for using multifunctional social media: Based upon the uses and gratifications theory. *ICEB*
- Winarsih, W. U., and Ati, S. U. 2013. Kebutuhan dan perilaku pencarian informasi taruna angkatan 46 di Perpustakaan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 2, No.4: 52–67.
- Yanti, N. P. N., dan Sudibia, I. K. 2019. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi kerja penduduk lanjut usia di Kelurahan Sesetan Kota Denpasar. *E-Jurnal EPUnd*, Vol. 8, No 1. 118-147.



# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Skripsi

**Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta)**

Kepada Yth:  
Saudara/i Responden

Perkenalkan nama saya Elisabeth Kenzie Intania Christi, mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma)" dengan dosen pembimbing Bapak Gabriel Anto Listianto, Ph.D., Akt.

Oleh karena itu, saya mohon saudara/i untuk menyediakan waktu secara sukarela paling lama 5 menit untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner berikut. Segala jawaban akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Apabila saudara/i memiliki pertanyaan pada saat mengisi kuesioner ini, saudara/i dapat menghubungi kontak yang tertera dibawah ini:  
085743723454 (Elisabeth Kenzie Intania Christi)  
0895421869840 (Gabriel Anto Listianto, Ph.D.,Akt.)

Atas ketersediaan dan bantuan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

---

**Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta)**

Identitas Responden

\* 1. Nama

\* 2. NIM

\* 3. Angkatan  
 2020  
 2019

\* 4. Kelas  
 A  
 B  
 C  
 D

\* 5. Usia

\* 6. Jenis Kelamin  
 Perempuan  
 Laki-laki

\* 7. Nomor Whatsapp

---

**Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta)**

Media Sosial  
Media sosial adalah platform digital yang memberikan layanan aktivitas sosial bagi penggunaanya dalam berinteraksi, mendapat informasi, dan memiliki hubungan sosial satu dengan yang lainnya.

Inilah pernyataan di bawah ini dengan memilih angka.  
1: Sangat Tidak Setuju  
2: Tidak Setuju  
3: Ragu-ragu  
4: Setuju  
5: Sangat Setuju

\* 8. Saya merasa dengan Media Sosial saya dapat menjangkau informasi yang lebih luas.  
 1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 9. Saya merasa dengan Media Sosial aksesibilitas saya dalam mencari informasi lebih mudah.  
 1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 10. Saya merasa penggunaan Media Sosial sangat mudah dimengerti dan dipelajari.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 11. Saya merasa informasi yang saya dapatkan di media sosial sama dengan aslinya.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 12. Saya merasa informasi yang ada di media sosial bisa berubah atau hilang.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 13. Saya merasa menggunakan media sosial dengan waktu yang tidak cepat atau lama.

1  
 2  
 3  
 4  
 5



**Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta)**

Pencarian Kerja  
Pencarian kerja adalah proses mencari dan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi, minat, dan tujuan karier seseorang.

Isilah pernyataan di bawah ini dengan memilih angka.  
1 : Sangat Tidak Setuju  
2 : Tidak Setuju  
3 : Ragu-ragu  
4 : Setuju  
5 : Sangat Setuju

\* 14. Saya merasa dengan teknologi pada saat ini mencari pekerjaan menjadi lebih mudah.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 15. Saya merasa informasi tentang pekerjaan di media sosial sangat cepat tersebar.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 16. Saya merasa mencari pekerjaan di era saat ini harus menggunakan teknologi.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

\* 17. Saya merasa dengan pahamiya teknologi akan memudahkan dalam mencari informasi pekerjaan.

1  
 2  
 3  
 4  
 5



**Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta)**

Sebelum meninggalkan halaman ini, mohon dipastikan saudara/i sudah klik DONE.

Atas ketersediaan dan bantuan saudara/i untuk mengisi kuisioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

**Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Media Sosial**

Responden	MS 1	MS 2	MS 3	MS 4	MS 5	MS 6	Jumlah
1	5	5	5	3	5	5	28
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	3	3	3	21
4	5	5	5	3	5	5	28
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	4	4	4	4	25
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	4	5	4	28
10	5	4	5	4	4	4	26
11	5	5	5	4	5	5	29
12	5	5	5	3	4	3	25
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	4	4	2	5	4	24
15	5	5	5	3	4	4	26
16	4	4	4	3	4	4	23
17	5	5	5	4	4	5	28
18	4	4	4	4	4	3	23
19	5	5	4	3	3	2	22
20	5	5	5	5	4	4	28
21	3	4	3	3	4	4	21
22	4	4	4	4	4	4	24
23	3	4	4	3	5	3	22
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	5	5	3	4	4	26
26	5	5	5	3	3	3	24
27	5	5	5	4	4	3	26
28	4	4	4	3	4	4	23
29	4	4	4	3	4	4	23
30	5	4	4	2	4	3	22
31	5	5	5	3	4	2	24
32	5	5	5	3	4	3	25
33	5	5	5	3	4	4	26
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	5	5	5	5	5	30

**Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Media Sosial (Lanjutan)**

Responden	MS 1	MS 2	MS 3	MS 4	MS 5	MS 6	Jumlah
36	5	5	5	5	5	5	30
37	1	1	1	3	2	1	9
38	4	4	4	2	3	3	20
39	5	5	5	5	5	5	30
40	4	4	4	3	4	2	21
41	5	5	4	4	4	5	27
42	4	4	4	3	4	3	22
43	5	5	5	1	5	3	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	5	3	4	5	27
46	4	4	4	4	4	2	22
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	3	4	3	5	4	23
49	5	5	4	3	4	3	24
50	4	5	4	3	4	4	24
51	5	5	5	5	4	4	28
52	5	5	5	4	2	3	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	4	29
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	5	5	4	5	27
57	4	4	4	3	4	2	21
58	5	5	5	3	5	4	27
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	5	2	5	4	24
61	4	4	4	3	4	5	24
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	2	5	3	25
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	3	3	2	23
68	5	5	5	3	4	4	26
69	4	5	4	5	4	3	25
70	5	5	4	4	5	4	27
71	5	5	5	5	4	4	28

**Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Media Sosial (Lanjutan)**

Responden	MS 1	MS 2	MS 3	MS 4	MS 5	MS 6	Jumlah
72	4	4	4	3	4	3	22
73	4	3	3	3	4	3	20
74	4	4	4	3	3	4	22
75	5	5	5	5	5	3	28
76	5	5	5	4	3	4	26
77	5	5	4	4	5	5	28
78	4	4	4	3	4	4	23
79	4	5	4	3	4	4	24
80	5	4	5	4	4	2	24
81	5	5	4	3	3	4	24
82	5	5	5	3	4	4	26
83	5	5	5	3	5	5	28
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	4	5	4	28
86	4	4	4	3	4	4	23
87	5	5	5	3	5	5	28
88	4	4	4	4	4	2	22
89	5	5	5	5	5	4	29
90	5	4	4	3	4	4	24
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	3	4	4	26
93	5	5	5	4	4	4	27
94	5	5	5	3	5	4	27
95	5	5	5	4	4	3	26
96	4	4	4	3	4	3	22
97	5	5	4	3	4	4	25
98	4	4	4	3	4	4	23
99	5	5	4	3	4	4	25
100	5	5	5	3	4	4	26
101	5	5	5	4	4	4	27
102	5	5	5	5	5	5	30
103	5	5	5	3	5	1	24
104	4	4	4	4	4	4	24
105	5	4	3	2	5	4	23
106	5	5	5	3	5	4	27

**Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Media Sosial (Lanjutan)**

Responden	MS 1	MS 2	MS 3	MS 4	MS 5	MS 6	Jumlah
107	5	5	5	3	5	4	27
108	4	4	4	4	3	4	23
109	4	4	4	3	4	4	23
110	5	5	5	3	3	2	23
111	5	5	4	3	4	3	24
112	5	5	5	4	4	5	28
113	3	5	5	4	2	5	24
114	5	5	5	5	5	5	30
115	5	5	5	5	5	5	30
116	5	5	5	3	4	5	27
117	5	5	5	5	5	5	30
118	4	4	4	3	4	4	23
119	5	4	4	3	4	4	24
120	5	5	5	3	4	4	26
121	5	5	5	4	5	3	27
122	5	4	4	2	5	5	25
123	4	5	5	2	4	4	24
124	5	5	5	2	4	3	24
125	5	5	5	2	5	3	25
126	5	5	5	3	4	4	26
127	5	5	4	3	5	2	24
128	5	5	5	4	4	4	27
129	5	5	5	3	4	4	26
130	5	5	5	4	4	5	28
131	5	5	5	3	5	3	26
132	5	5	5	3	5	3	26
133	4	4	4	3	4	3	22
134	5	5	4	4	4	4	26
135	4	4	4	3	4	4	23
136	5	5	5	5	4	4	28
137	4	4	4	2	4	2	20
138	5	5	4	3	4	4	25
139	5	5	5	4	5	3	27
140	5	4	5	3	4	5	26
141	4	4	4	3	4	3	22
142	4	5	4	4	3	3	23

**Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Media Sosial (Lanjutan)**

Responden	MS 1	MS 2	MS 3	MS 4	MS 5	MS 6	Jumlah
143	5	4	4	3	3	4	23
144	5	5	5	5	5	5	30
145	5	4	4	4	3	4	24
146	5	4	4	3	3	3	22
147	5	5	5	3	4	4	26
148	5	5	4	3	2	4	23
149	4	4	4	4	4	4	24
150	5	5	5	3	4	2	24
151	4	4	4	3	4	4	23
152	4	4	4	4	3	4	23
153	5	5	4	3	4	3	24
154	5	5	4	2	5	4	25
155	5	5	5	5	5	5	30
156	4	4	4	3	4	4	23
157	5	5	5	3	5	2	25
158	4	4	3	2	5	4	22
159	4	4	3	2	4	3	20
160	5	4	4	3	4	5	25
161	5	5	5	5	5	5	30
162	5	5	5	5	5	3	28
163	5	5	5	2	5	5	27
164	5	5	4	3	4	4	25
165	5	5	5	4	4	4	27
166	5	4	4	2	5	5	25
167	4	5	4	3	4	3	23
168	5	5	5	2	4	4	25
169	4	5	4	3	4	4	24
170	5	5	5	2	5	5	27
171	4	4	4	3	4	5	24
Jumlah	790	786	765	594	718	658	4311

**Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pencarian Kerja**

Responden	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	Jumlah
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
4	3	5	3	5	16
5	3	4	4	4	15
6	5	5	5	5	20
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	5	20
9	4	4	3	4	15
10	4	5	5	5	19
11	5	5	5	5	20
12	4	5	3	4	16
13	4	4	4	4	16
14	2	3	3	4	12
15	4	4	4	4	16
16	5	5	4	4	18
17	5	5	4	5	19
18	3	4	4	4	15
19	4	5	4	4	17
20	5	5	4	4	18
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	3	5	4	5	17
24	4	4	4	4	16
25	3	5	5	5	18
26	4	4	4	4	16
27	4	5	5	4	18
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	5	4	4	17
31	4	4	5	5	18
32	5	5	4	5	19
33	5	5	4	5	19
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20

**Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pencarian Kerja (Lanjutan)**

Responden	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	Jumlah
36	5	5	5	5	20
37	2	1	1	1	5
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	4	4	5	5	18
42	4	4	4	4	16
43	1	5	5	5	16
44	4	4	4	4	16
45	4	4	2	4	14
46	4	4	4	4	16
47	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	16
49	4	5	5	5	19
50	4	5	4	4	17
51	5	5	5	5	20
52	5	5	3	4	17
53	4	4	3	4	15
54	1	4	5	4	14
55	3	4	3	3	13
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	5	5	4	5	19
59	4	4	4	4	16
60	5	5	5	4	19
61	3	4	3	4	14
62	5	5	5	5	20
63	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	5	5	4	5	19
69	3	4	4	3	14
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20

**Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pencarian Kerja (Lanjutan)**

Responden	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	Jumlah
72	4	4	4	4	16
73	3	3	3	3	12
74	4	4	4	4	16
75	3	3	5	5	16
76	5	5	5	5	20
77	2	5	2	3	12
78	3	4	4	5	16
79	4	5	4	5	18
80	4	4	3	4	15
81	4	4	4	5	17
82	4	5	5	5	19
83	3	4	4	5	16
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	4	4	4	4	16
87	5	5	5	5	20
88	4	4	4	4	16
89	4	5	5	5	19
90	5	4	4	3	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	5	5	18
93	5	5	5	5	20
94	3	5	5	3	16
95	5	5	5	5	20
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	4	4	2	4	14
100	5	5	4	5	19
101	3	3	3	4	13
102	5	5	5	5	20
103	5	5	5	5	20
104	5	5	5	5	20
105	3	4	4	5	16
106	5	5	5	5	20
107	5	5	3	4	17

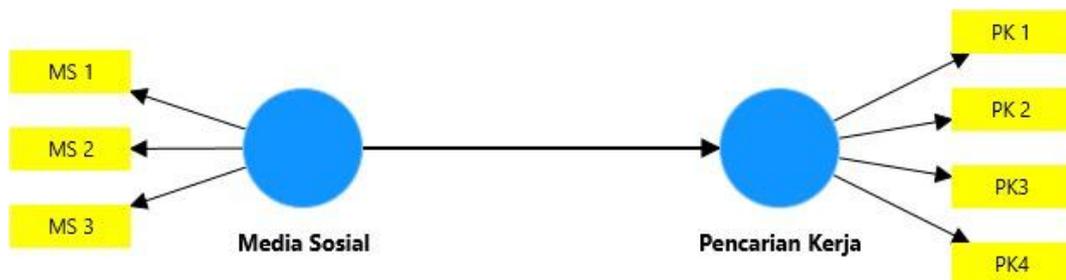
**Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pencarian Kerja (Lanjutan)**

Responden	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	Jumlah
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	16
110	4	4	3	5	16
111	3	4	4	4	15
112	4	4	4	4	16
113	4	4	5	5	18
114	4	4	4	4	16
115	4	5	4	5	18
116	4	5	4	3	16
117	5	5	5	5	20
118	3	4	4	4	15
119	4	5	4	4	17
120	5	5	4	5	19
121	5	5	5	5	20
122	3	4	4	5	16
123	4	4	4	4	16
124	5	5	5	5	20
125	5	5	5	5	20
126	5	5	5	4	19
127	4	4	4	5	17
128	4	5	5	5	19
129	4	4	4	5	17
130	5	5	5	5	20
131	5	5	5	5	20
132	4	4	4	4	16
133	3	4	3	3	13
134	4	4	4	4	16
135	4	4	4	4	16
136	5	5	5	5	20
137	4	4	4	4	16
138	3	4	5	4	16
139	4	5	5	5	19
140	4	5	5	5	19
141	4	4	4	4	16
142	4	5	4	5	18
143	5	4	2	4	15

**Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pencarian Kerja (Lanjutan)**

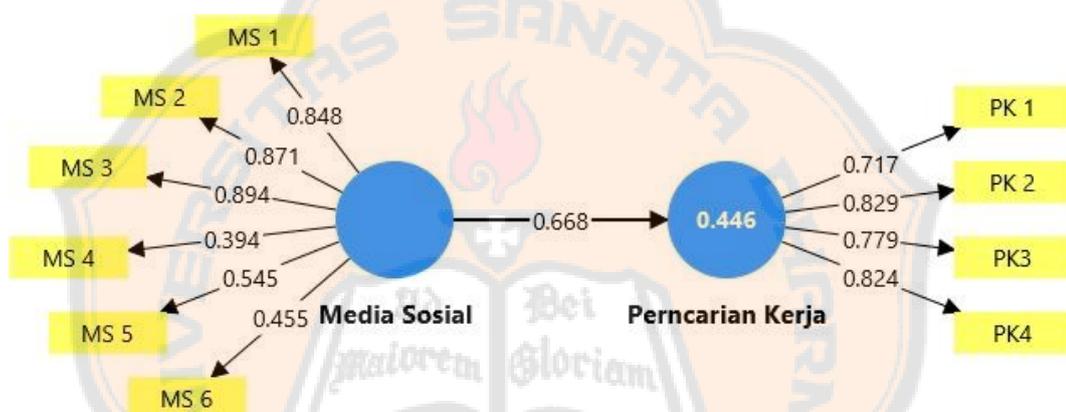
Responden	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	Jumlah
144	5	5	5	5	20
145	3	4	4	5	16
146	3	4	4	5	16
147	4	4	5	5	18
148	3	4	4	4	15
149	4	4	4	4	16
150	5	5	5	5	20
151	3	3	4	4	14
152	5	5	5	5	20
153	4	5	2	5	16
154	5	5	4	4	18
155	5	5	5	5	20
156	3	4	4	4	15
157	3	3	5	5	16
158	4	4	2	4	14
159	4	5	4	3	16
160	5	4	3	5	17
161	5	5	5	5	20
162	5	5	5	5	20
163	5	5	5	5	20
164	3	4	4	4	15
165	5	5	4	4	18
166	5	4	5	5	19
167	4	5	3	3	15
168	4	4	5	5	18
169	4	4	4	5	17
170	5	5	5	5	20
171	3	4	5	5	17
<b>Jumlah</b>	<b>705</b>	<b>758</b>	<b>720</b>	<b>757</b>	<b>2940</b>

**Lampiran 4. Model Penelitian**



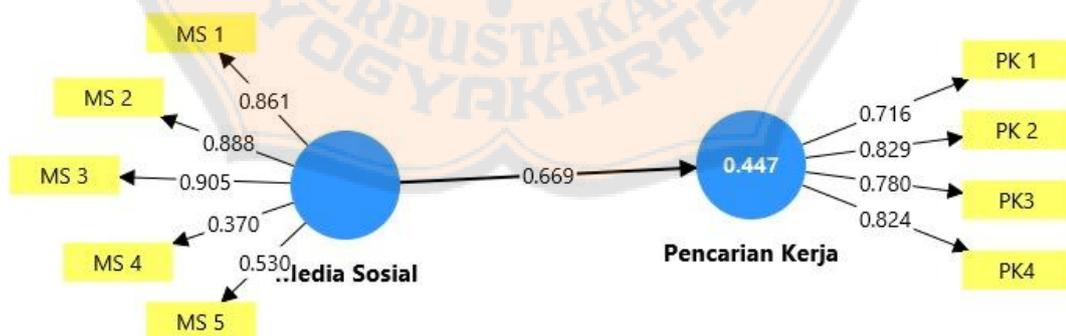
Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 5. Diagram Path Model Pengujian 1**



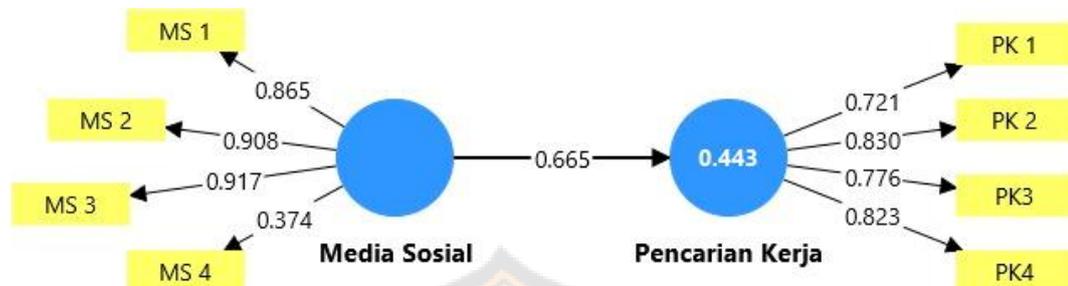
Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 6. Diagram Path Model Pengujian 2**



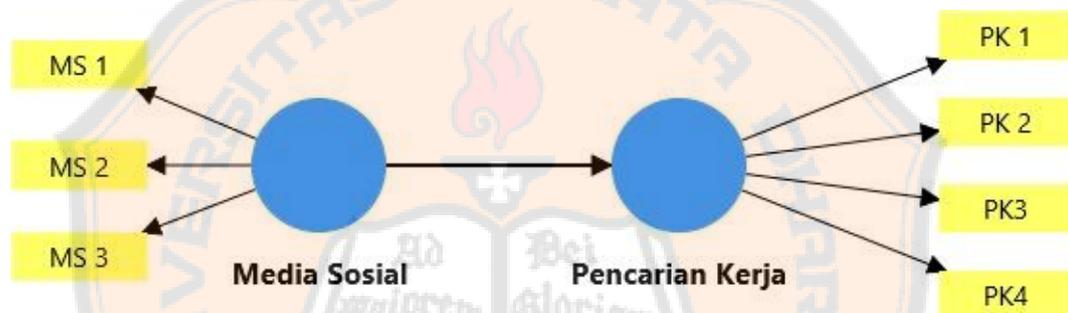
Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 7. Diagram Path Model Pengujian 3**



Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 8. Diagram Path Model Pengujian 4**



Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 9. Validitas Konvergen**

	MS	PK
MS 1	0.885	
MS 2	0.916	
MS 3	0.914	
PK 1		0.717
PK 2		0.831
PK 3		0.774
PK 4		0.826

Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 10. Tabel Validitas Konvergen AVE dan Reliabilitas**

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	Keterangan
Media Sosial ( <i>Social Media</i> )	0.890	0.901	0.931	Reliabel
Pencarian Kerja ( <i>Job Search</i> )	0.798	0.818	0.868	Reliabel

Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 11. Tabel Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)**

	MS	PK
MS 1	0.885	0.534
MS 2	0.916	0.588
MS 3	0.914	0.669
PK 1	0.393	0.717
PK 2	0.599	0.831
PK3	0.472	0.774
PK4	0.591	0.826

Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran. 12 Nilai AVE**

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Media Sosial ( <i>Social Media</i> )	0.819	Memenuhi Validitas Konvergen
Pencarian Kerja ( <i>Job Search</i> )	0.622	Memenuhi Validitas Konvergen

Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran. 13 Nilai Akar AVE**

	MS	PK
MS	0.905	
PK	0.665	0.788

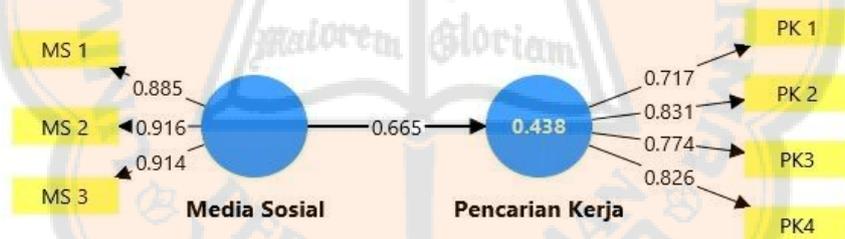
Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 14. Tabel R-square**

	R-square	R-square Adjusted
Pencarian Kerja (Job Search)	0.442	0.438

Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 15. Diagram Hasil Uji Analisis R-square**



Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

**Lampiran 16. Tabel Pengujian Hipotesis (Bootstrapping)**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values	Hasil
MS -> PK	0.665	0.657	0.077	8.607	0.000	Diterima

Sumber: SmartPLS 4.1.0.9 (2025)

## BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Elisabeth Kenzie Intania Christi, lahir di Yogyakarta pada tanggal 18 Maret 2003 dan merupakan anak dari pasangan Antonius Anton Christanto, S.E. dan Dra. Tarsisia Tri Mariani, Ak. Penulis tidak memiliki saudara kandung (anak tunggal). Penulis menempuh pendidikan formal di Sekolah Dasar Maria Assumpta Klaten, lalu melanjutkan pendidikan menengah di Sekolah Menengah Pertama Maria Assumpta Klaten dan lulus pada tahun 2018. Penulis melanjutkan jenjang pendidikan di Sekolah Menengah Atas Regina Pacis Surakarta.

Pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, yakni Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dengan memilih program studi Akuntansi. Selama menempuh pendidikan di universitas, penulis aktif mengikuti UKM Paduan Suara Mahasiswa Cantus Firmus dan menjadi Ketua Himpunan Mahasiswa Akuntansi periode 2023. Penulis juga terlibat dalam berbagai kepanitiaan seperti KIMBAP#2, INSIPRO, TPM, PEKAFE 2022, serta PAB PSM 2022 dan 2023. Penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial terhadap Pencarian Kerja Mahasiswa (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2021-2022)” untuk memperoleh gelar sarjana.