

Nomor Daftar FPIPS : 5172/UN40.A2.13/PT/2024

**PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @ENDIKAT_LOKER
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHANINFORMASI LOWONGAN
KERJA**

(Studi Korelasi Pada *Followers* Instagram @endikat_loker)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Penyiaran Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Bintang Muhammad Rizky

2008199

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

BINTANG MUHAMMAD RIZKY

**Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Endikat_Loker Terhadap
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja**

(Studi Korelasi Pada *Followers* Instagram @endikat_loker)

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Johar Permana, MA.

NIP. 1959081419855031004

Pembimbing II,



Mina Holilah, M.Pd.

NIP. 920190219890715201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si

NIP. 198507172014041001

**PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @ENDIKAT_LOKER
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LOWONGAN
KERJA**

(Studi Korelasi Pada *Followers* Instagram @endikat_loker)

Oleh

Bintang Muhammad Rizky

NIM 2008199

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.

©Bintang Muhammad Rizky
Universitas Pendidikan Indonesia

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten instagram @endikat_loker terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja. Terpaan media saat ini telah mendorong para pencari kerja khususnya *freshgraduate* menggunakan media sosial untuk mencari lowongan kerja. Rasa ingin tahu dalam mencari informasi lowongan kerja dapat terpenuhi melalui mediasosial dengan empat konsep terpaan media sosial yaitu *context, communication, collaboration, connection*. Penelitian ini juga ingin mengetahui hubungan antara terpaan konten instagram pada pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja. Akun instagram @endikat_loker merupakan sebuah platform media sosial yang bergerak dalam membagikan informasi seputar lowongan kerja. Akun *jobseeker* ini selalu berinteraksi dua arah dengan *followers* untuk berkontribusi berbagi informasi mengenai pengetahuan dunia kerja. Konten unggahan pada Instagramnya juga sangat informatif dan mudah dipahami oleh para *followers*. Penelitian ini menggunakan teori Jarum Hipodermik karena pada penelitian ini berfokus pada pengaruh konten media yang berbasis internet sehingga terjadi penyampaian pesan yang baik kepada penerima pesan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuisisioner atau angket. Populasi penelitian ini yaitu *followers* akun instagram @endikat_loker yang berusia 18-35 tahun sebanyak 400 responden. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang sangat positif dari terpaan konten instagram @endikat_loker terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja.

Kata Kunci : Terpaan Konten, Konten Instagram, Informasi Lowongan Kerja

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of exposure to @endikat_loker Instagram content on the fulfillment of job vacancy information needs. Current media exposure has encouraged job seekers, especially fresh graduates, to use social media to look for job vacancies. Curiosity in finding job vacancy information can be fulfilled through social media with four concepts of exposure to social media, namely context, communication, collaboration, and connection. This study also wants to find out the relationship between exposure to Instagram content and meeting the needs of job vacancy information. @endikat_loker Instagram account is a social media platform that is engaged in sharing information about job vacancies. This jobseeker account always interacts two-way with followers to contribute to sharing information about knowledge about the world of work. The content uploaded on his Instagram is also very informative and easy to understand for followers. This study uses the Hypodermic Needle theory because this study focuses on the influence of internet-based media content so that there is a good message delivery to the recipient of the message. This study uses a quantitative research method with a survey method through the distribution of questionnaires or questionnaires. The population of this study is 400 respondents who are 18-35 years old @endikat_loker Instagram account followers. The results obtained in this study are that there is a very positive influence of exposure to Instagram content @endikat_loker on the fulfillment of job vacancy information needs.

Keywords : *Content Exposure, Instagram Content, Job Vacancy Information*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Terpaan Konten Instagram	7
2.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	9
2.3 Teori Jarum Hipodermik	12
2.3.1 Komunikasi Massa	13
2.3.2 New Media	15
2.4 Kerangka Pemikiran	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Operasionalisasi Variabel	30
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reliabilitas	39
3.6 Prosedur Penelitian	40

3.7 Teknik Analisis Data	41
3.7.1 Analisis Data Deskriptif	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.3 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Profil Responden	47
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.3 Analisis Data Deskriptif Tanggapan Responden.....	52
4.3.1 Analisis Deskripsi Terpaan Konten Instagram	53
4.3.2 Analisis Deskriptif Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1 Uji Normalitas.....	66
4.4.2 Uji Multikolinearitas	67
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.5 Uji Hipotesis.....	69
4.5.1 Uji Korelasi	69
4.5.2 Uji Regresi Linier Berganda	71
4.5.3 Uji F	73
4.5.4 Uji t	75
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	76
4.6 Pembahasan	77
4.6.1 Pembahasan Konteks yang Diunggah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	78
4.6.2 Pembahasan Komunikasi yang Diunggah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	80
4.6.3 Pembahasan Kolaborasi yang Diunggah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	82
4.6.4 Pembahasan Koneksi yang Diunggah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	84
4.6.5 Pembahasan Terpaan Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	87

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Implikasi.....	91
5.2.1 Implikasi Teoretis	91
5.2.2 Implikasi Praktis	92
5.3 Rekomendasi	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.Obar, J. (2015). Social Media Definition and The Governance Challenge. 2-21.
- Huitt, W. (2001). Motivation to learn: An overview. *Educational Psychology Interactive*.
- Nuryadi, A. T. (2017). Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Syahrums., & S. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Citapustaka Media*.

Jurnal

- Amirullah. (2015). Populasi dan Sampel (pemahaman, Jenis dan Teknik. *16(4)*, 293-303. doi:<https://doi.org/10.1007/BF00353157>
- Anastasia Michelle, D. S. (2021). Pengaruh Eksposur Media Sosial Instagram pada Keputusan Pembelian Pengaruh Eksposur Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Ettisal Journal of Communication*, *6(1)*, 38-50. doi:<http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6242>
- Anissa Lestari Kadiyono, S. F. (2018). Peningkatan Motivasi Kerja Pada Fresh Graduate Melalui Pembentukan Motivational Climate. *Journal Psikologi Ilmiah*, 94-101.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *16(2)*, 180. doi:10.32509/wacana.v16i2.21
- Bouwman, H. D. (2015). Isi dan konteks : eksplorasi karakteristik dasar dari kebutuhan informasi. 329-353.
- Budhi, K. H. (2021). Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan Podcast Rintik Sedu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3(1)*, 79-87.
- Chaffee, S. H. (2018). The End of Mass Communication? *Refining Milestone Mass Communications Theories for the 21st Century*, 140-154. doi:10.4324/9781315679402-10

- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital *influencers* and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media and Society*, 4(21), 895-913. doi:10.1177/1461444818815684
- Djafar, D. M. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *e-Proceeding of Management*, 7(1), 1768-1776.
- Firmansyah, D. D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114. doi:10.55927/jiph.v1i2.937
- Ginting, C. B. (2021). Pengaruh Penggunaan Media *Online* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada Followers Akun Instagram @Medantalk) the Effect of Using *Online* Media on the Fulfillment of Information Need (Survey on Instagram Account Follower'S @Medantalk). 7132-7144. hall, s. (2009). Model Encoding / decoding stuart hall.
- Hariyani, R. (2021). Identifikasi Kebutuhan Keterampilan Sekretaris Melalui Konten Lowongan Pekerjaan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Serasi*, 19(2), 67. <https://doi.org/10.36080/js.v19i2.1541>
- Hanifah, I. (2021). Motif, Pola Penggunaan, dan Kepuasan Menggunakan Media. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1-13.
- Harnita, P. C. (2017). Masihkah Perlu Khalayak Belajar Literasi Media? *Jurnal Cakrawala ISSN*.
- Helen, H. R. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355. doi:10.24912/pr.v2i2.3712
- House, M. S. (2014). Komunikasi Massa dan Akhir Misa Komunikasi ? 366-374. doi:10.1207/S15327825MCS0404
- Jõesaar, H. (2012). Youth athletes' perception of autonomy support from the coach, peer motivational climate and intrinsic motivation in sport setting: One-year effects. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(3), 257-262. doi:10.1016/j.psychsport.2011.12.001
- Keegan, R. J. (2009). A qualitative investigation exploring the motivational climate in early career sports participants: Coach, parent and peer influences on

- sport motivation. *Psychology of Sport and Exercise*, 3(3), 10. doi:10.1016/j.psychsport.2008.12.003
- Leonardi, P. M. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19. doi:10.1111/jcc4.12029
- Lestari, J. S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. ASSET: *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38-55. doi:https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388
- Lippincott, J. K. (2012). Information Commons: Meeting Millennials' Needs. *Journal of Library Administration*, 6(7), 538-548. doi:10.1080/01930826.2012.707950
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Kip*, 6(6), 685-696.
- Lucia, R. H. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Kopi Redo Di Instagram. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 93-105. doi:10.35794/jmbi.v9i1.37188
- Mahmudah, S. M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9. doi:10.33366/jkn.v2i1.39
- Matondang, Z. (2009). Pengujian Homogenitas Varians Data. Taburlaasa PPS UNIMED, 22(1), 1-12.
- Moynihan, D. P. (2007). Finding workable levers over work motivation: Comparing job satisfaction, job involvement, and organizational commitment. *2007*, 39(7), 803-832. doi:10.1177/0095399707305546
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. doi:https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106
- Muhammad, L., Nugraha, R., & Kriyantono, R. (2023). Pengaruh Terpaan Konten Artikel Pada Website dan Instagram Go Mandalika Terhadap Pengetahuan Wisatawan. 4(3), 57–68.

- Napitupulu, L. A. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM Fekon*, 4(1), 338-352.
- Nia, L. L. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489. doi:10.24912/pr.v3i2.6393
- Nisar, T. M. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. *Journal of Business Research*, 94(5), 264-272. doi:10.1016/j.jbusres.2018.05.005
- Nofha Rina, S. N. F. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- O’Connell, D. (2018). #Selfie: Instagram and the United States Congress. *Social Media and Society*, 4(4). doi:10.1177/2056305118813373
- Ooi, H. L. (2021). Instagram Dentistry. *Primary dental journal*, 10(1), 13-19. doi:10.1177/2050168420980964
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prasetio, T., & Hariyani, R. (2021). Konten Lowongan Pekerjaan Bidang Administrasi Perkantoran di Masa Perkembangan Covid-19 di Indonesia. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 5(2), 117–123. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v5i2.10927>
- Puspianto, A. (2022). Peluang dan Tantangan Media Massa di Era Cyber (Perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses And Gratification Theory). *An-Nida’ : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2), 22–45.

- Putri, S. M., Damayani, N. A., & Saepudin, E. (2023). Hubungan isi konten akun TikTok @vmuliana dengan kebutuhan informasi pencarian kerja followers. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 3(3), 225. <https://doi.org/10.24198/inf.v3i3.44426>
- Pittman, M. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167. doi:10.1016/j.chb.2016.03.084
- Prajitno, S. B. (t.thn.). Metodologi penelitian kuantitatif. Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati. *Tersedia Di Http://Komunikasi. Uinsgd. Ac. Id*, 1-29.
- Puspianto, A. A.-N. (2022). Peluang Dan Tantangan Media Massa Di Era Cyber (Perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses And Gratification Theory). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(2), 22-45.
- Putra, Y. M. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @Ta_Fe). *E-Proceeding of Management*, 2(1), 148.
- Rahmawati, SE. MM., D. R., & Ratnasari, SE. MM., D. S. D. (2021). Pengaruh *online* recruitment dan persepsi pencari kerja terhadap niat melamar pekerjaan (studi pada mahasiswa semester akhir di kota malang. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 266. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1500>
- Rizky Annisa Putri, & Megahnanda Alidyan Kresnawati. (2023). Brand Ambassador Sebagai Strategi Marketing Tokopedia Melalui Selebriti Korea Selatan Tahun 2021. *Journal Publicuho*, 6(1), 318–342. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i1.130>
- Safira, N. W., Zurani², I., & Riau, U. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi* /, 11(2), 77–85.
- Situmorang, K. br, & Christin, M. (2023). Pengaruh Konten Review Buku Terhadap Minat Baca Pada Followers Tiktok Meisya Sallwa. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 523–533. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.96>

- Sari, A. Q. (2017). Batasan Prasyarat Uji Normalitas dan Uji Homogenitas pada Model Regresi Linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168-177. Diambil kembali dari <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm>
- Sari, N. A. (2019). Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017. *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 74-78. doi:10.15548/amj-kpi.v2i2.492
- Sarwono, J. (2015). Mengenal analisis korelasi. *J S. Research Institute*, 56-84. Diambil kembali dari <http://www.jonathansarwono.info/>
- Sitompul, P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ketenagakerjaan Di Kalangan Angkatan Kerja Muda Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 203. doi:10.31445/jskm.2021.4399
- Solikhin, I. S. (2018). Sistem Informasi Pendataan Pengunjung Perpustakaan (Studi kasus : SMKN 1 Palembang). *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9(3), 140-151. doi:10.36050/betrik.v9i03.40
- Subariyanti, H. (2017). Hubungan Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PTLR Batan. *Jurnal Ecodemica*, 224-232. Diambil kembali dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2102/pdf>
- Susanti, A. S. (2019). Searching the Appropriate Minimum Sample Size Calculation Method for Commuter Train Passenger Travel Behavior Survey. *Journal of Infrastructure & Facility Asset Management*, 1(1), 47-60. Diambil kembali dari <https://doi.org/10.12962/jifam.v1i1.5232>
- Toivonen, T. (2019). Social media data for conservation science: A methodological overview. *Biological Conservation*, 233(November 2018), 298-315. doi:10.1016/j.biocon.2019.01.023
- Triandra, D. I. (2017). Pengaruh Terpaan Fitur Line Today Terhadap Pemenuhan The Impact of LINE TODAY Features Toward The Private College ' s Students Information Needs in Bandung City. *E-proceeding of Management*, 4(2), 1970-1977.
- Wang, T. A. O., & Lin, S. (2007). ' *Extending society* ': the role of personal

networks and gratification-utilities in the use of interactive communication media. 9(5), 795–810. <https://doi.org/10.1177/1461444807081225>

Wardah, F., & Albari. (2023). Analisis Pengaruh *Influencer* terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(03), 188–205.

Widhiarso, W. (2012). Uji Normalitas. *Fakultas Psikologi UGM*, 1-5.

Yang, C. C. (2016). Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, but Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703-708. doi:10.1089/cyber.2016.0201

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*.

Website

Giri Hartono. 2020. Pengangguran Banyak Didominasi Lulusan SMA sampai Sarjana <https://nasional.sindonews.com/read/206308/15/pengangguran-banyak-didominasi-lulusan-sma-sampai-sarjana-1603451450> (Diakses pada 11 Maret 2023).