

## ABSTRAK

Setiap tahun, angka kelulusan universitas meningkat. Banyak lulusan baru atau *fresh graduate* yang juga mencari pekerjaan, persaingan untuk mendapatkan pekerjaan pun tak terhindarkan. Akibat perubahan tersebut, banyak individu yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang pertukaran informasi guna mempercepat proses penerimaan informasi yang dibutuhkan.

Teori terpaan media dimana audiens diterpa oleh isi media. Dimana nantinya *Followers Instagram* mengalami terpaan media yang berasal dari *Instagram* dan hal ini dapat memengaruhi efektivitas sebuah konten yang memberikan informasi kepada *followers*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas *followers @brosiskerja* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja *followers* lulusan ilmu komunikasi.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada *followers* akun instagram *@brosiskerja*. Sampel diperoleh dengan teknik *purposivev* sampling, dan menggunakan rumus Naresh K Malhotra sehingga diperoleh sampel sebanyak 160 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, pengaruh Intensitas (X), terdiri dari tiga dimensi Intensitas *followers* yang dapat meliputi sebagai berikut : Frekuensi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi (Y) yakni sebesar 38,1%, durasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi (Y) yakni sebesar 42%, atensi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi (Y) yakni sebesar 41,9%. Sedangkan secara simultan, pengaruh Intensitas *followers* akun Instagram *@brosiskerja* berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja sebesar 0,536 dengan presentase 53,6%. sementara 46,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Intensitas, *Followers*, *Instagram*, Kebutuhan Informasi

## ABSTRACT

Every year, the university's graduation rate increases. Many new graduates or fresh graduates are also looking for a job, competition for a job is inevitable. As a result of these changes, many individuals are using social media as a place to exchange information to speed up the process of receiving the information needed.

Media Exposure Theory where the audience is exposed by the content of the media. Where later Instagram Followers experience media exposure from Instagram and this can affect the effectiveness of a content that provides information to followers. This study aims to find out how much influence the intensity of followers @brosiskerja on meeting the information needs of job vacancies for followers of communication science graduates.

Researchers use a quantitative approach by distributing questionnaires to followers of instagram accounts @brosiskerja. The sample was obtained by purposive sampling technique, and using the Naresh K Malhotra formula, a sample of 160 respondents was obtained. Data analysis in this study used multiple linear regression.

The results of the study showed partially, the influence of Intensity (X), consisting of three dimensions of intensity of followers which can include the following: Frequency (X1) has a significant effect on information needs (Y) which is 38.1%, duration (X2) has a significant effect on information needs (Y) which is 42%, attention (X3) has a significant effect on information needs (Y) which is 41.9%. Meanwhile, simultaneously, the influence of the intensity of Instagram account followers @brosiskerja have a significant effect on meeting the information needs of job vacancies by 0.536 with a percentage of 53.6%. while the remaining 46.4% were influenced by other variables not studied in the study.

*Keywords: Intensity, Followers, Instagram, Information Needs*

## RINGKESAN

*Unggal taun, tingkat kalulusan universitas naek. Loba lulusan anyar atawa fresh graduate ogé néangan gawé, kompetisi pikeun pakasaban teu bisa dihindari. Salaku hasil tina parobahan ieu, loba individu ngagunakeun média sosial salaku sarana tukeur informasi guna nyepetkeun prosés narima informasi diperlukeun.*

*Téori paparan média dimana panongton kakeunaan eusi média. Dimana engké pengikut Instagram ngalaman paparan média ti Instagram sarta ieu bisa mangaruhan efektivitas eusi nu nyadiakeun informasi ka pengikut. Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha pangaruh inténsitas pengikut @brosiskerja dina nyumponan kabutuhan informasi lowongan kerja pikeun pengikut lulusan élmu komunikasi.*

*Panalungtik ngagunakeun pendekatan kuantitatif ku cara nyebarkeun kuesioner ka pengikut akun instagram @brosiskerja. Sampel dimeunangkeun ku purposive sampling, sarta ngagunakeun rumus Naresh K Malhotra sangkan sampelna 160 réspodén. Analisis data dina ieu panalungtikan ngagunakeun régrési liniér berganda.*

*Hasilna nuduhkeun sawaréh, pangaruh inténsitas ( $X$ ), diwangun ku tilu diménsi. Inténsitas pengikut anu bisa ngawengku ieu di handap: Frékuénsi ( $X_1$ ) signifikan kana kabutuhan informasi ( $Y$ ) nyaéta 38,1%, lilana ( $X_2$ ) pangaruh signifikan pangaruhna kana kabutuhan informasi ( $Y$ ) nyaéta 42%, perhatian ( $X_3$ ) boga pangaruh signifikan kana kabutuhan informasi ( $Y$ ) nyaéta 41,9%. Samentara éta, sakaligus, pangaruh inténsitas pengikut dina akun Instagram @brosiskerja pangaruh anu signifikan dina nyumponan kabutuhan informasi lowongan kerja 0,536 kalayan persentase 53,6%. sedengkeun sésana 46,4% dipangaruhan ku variabel séjén anu henteu ditalungtik dina ieu panalungtikan.*

*Kata Kunci: Inténsitas, Pengikut, Instagram, Kabutuhan Inpormasi*