Volume 4 Number 3 (2026)
Page: 828-845

Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration
https://edujavare.com/index.php/TLS/index
E-ISSN: 3026-3972

PEMANFAATAN INSTAGRAM PPKD JAKARTA SELATAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT PARTISIPASI PENCARI KERJA

Hanatalia Nurrachmah[1], Asriyani Sagiyanto[2], Yan Bastian[3]

[1,2,3] Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
* Correspondence e-mail: hanatalia.nurrahmah@gmail.com

Article history Submitted: 2026/10/03; Revised: 2026/10/09; Accepted: 2026/10/18

Abstract

This study aims to analyze the use of Instagram by PPKD South Jakarta to increase job seekers' interest in participating in training programs and to identify the factors that support and hinder its use. This research employed a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, interviews, and documentation of the activities on the Instagram account @ppkdjsofficial, as well as the experiences of informants involved in account management and training programs. The analysis applied Pierre Lévy's New Media Theory, focusing on social interaction and social integration, and Cohen and Uphoff's participation theory, which covers decision-making and implementation. The findings indicate that Instagram is used to publish information about registration, vocational training options, training activities, learning materials, and participants' work through Feed, Reels, Story, Highlight, comment sections, and Direct Message features. Visually appealing content and easy access to information help job seekers learn about available training programs and consider participating in them. Supporting factors include broad audience reach, rapid information dissemination, varied content, and administrators' responses to inquiries. However, challenges remain in maintaining information accuracy and addressing limited human resources for content management and responding to messages. This study indicates that Instagram serves as a supporting medium for disseminating information and attracting job seekers' interest in participating in training programs, although their decisions to participate may also be influenced by other factors.

Keywords Instagram, social media, participation interest, job seekers, PPKD South Jakarta.

© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola penyampaian informasi serta interaksi antara organisasi dan masyarakat. Berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater (2025), penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,5%, dengan jumlah pengguna internet yang dilaporkan sebanyak 230,4 juta orang.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital semakin terintegrasi dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam memperoleh informasi dan mengakses layanan publik. Castells melalui konsep *network society* menjelaskan bahwa struktur sosial masyarakat modern terbentuk melalui jaringan yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi. Dalam konteks ini, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang memungkinkan organisasi menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif (Juwita et al., 2021).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi melalui konten visual, seperti foto, video, infografis, dan siaran langsung. Beragam fitur yang tersedia memungkinkan organisasi membangun komunikasi dengan audiens, meningkatkan jangkauan informasi, serta mendorong keterlibatan pengguna. Pemanfaatan Instagram juga relevan dalam praktik hubungan masyarakat karena mendukung penyebaran informasi, pemantauan respons publik, dan pengelolaan komunikasi digital (Michael Yeremia, 2024). Dalam penyelenggaraan layanan publik, pemanfaatan media sosial berkaitan dengan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi yang transparan dan mudah diakses. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang menjamin hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik, termasuk informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah.

Kebutuhan terhadap informasi publik yang mudah diakses menjadi semakin penting dalam bidang ketenagakerjaan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2026), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia pada Februari 2026 tercatat sebesar 4,68% atau sekitar 7,24 juta orang, sedangkan jumlah angkatan kerja mencapai 154,91 juta orang. Data tersebut memperlihatkan bahwa akses terhadap informasi pekerjaan dan peningkatan kompetensi masih menjadi persoalan yang relevan bagi masyarakat. Salah satu upaya untuk meningkatkan kesiapan pencari kerja dalam menghadapi kebutuhan dunia kerja adalah penyelenggaraan program pelatihan keterampilan. Melalui program tersebut, masyarakat berkesempatan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dapat mendukung peningkatan kompetensi serta kesiapan memasuki dunia kerja.

Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) merupakan unit pelaksana teknis yang menyelenggarakan pelatihan kerja bagi masyarakat, khususnya pencari kerja. Di wilayah DKI Jakarta, PPKD tersebar di lima wilayah administrasi, yaitu Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Timur, Jakarta Barat, dan Jakarta Selatan. Berdasarkan data PPKD Jakarta Selatan Angkatan 3 Tahun 2025 sebagaimana tercantum dalam data

.

penelitian, jumlah pendaftar program pelatihan mencapai 544 orang, sedangkan 180 orang dinyatakan lolos seleksi dan diterima sebagai peserta. Sebagian besar pendaftar juga memanfaatkan jalur pendaftaran daring. Kondisi ini memperlihatkan pentingnya layanan digital dalam mendukung akses masyarakat terhadap program pelatihan kerja. Namun, tingginya jumlah pendaftar dan penggunaan pendaftaran daring belum dengan sendirinya menunjukkan sejauh mana Instagram berkontribusi dalam membentuk minat pencari kerja untuk mengikuti program pelatihan.

PPKD Jakarta Selatan memanfaatkan akun Instagram @ppkdjsofficial untuk menyampaikan informasi mengenai program pelatihan, pendaftaran, dan berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Berdasarkan data yang tercantum dalam dokumen penelitian, akun tersebut memiliki 33,6 ribu pengikut dan 2.270 unggahan. Jumlah pengikut dan unggahan tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram menjadi salah satu saluran komunikasi digital yang digunakan secara aktif oleh PPKD Jakarta Selatan. Meskipun demikian, ukuran tersebut belum cukup untuk menjelaskan bagaimana informasi yang disampaikan melalui Instagram dipahami oleh pencari kerja, faktor apa saja yang mendukung pemanfaatannya, dan bagaimana media tersebut berkaitan dengan minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam program pelatihan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Trian dan Saleh (2025), melalui penelitian mengenai pemanfaatan Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi, mengkaji fungsi Instagram dalam penyebaran informasi publik, pelayanan komunikasi, dan pemantauan keterlibatan pengguna. Penelitian Dianti, Hermawan, dan Ondy (2025) mengenai akun Instagram @brin_indonesia menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang komunikasi publik yang interaktif dan edukatif serta mendukung pembentukan citra lembaga. Sementara itu, Usman, Sendow, dan Tarore (2025) mengkaji peran media sosial dalam mendukung partisipasi publik pada kegiatan Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVII, terutama melalui penyebaran informasi, komunikasi dua arah, dan promosi kegiatan. Apriyansa, Pandega, dan Haiqal (2025) juga membahas pemanfaatan Instagram Pemerintah Kota Tangerang dalam penyampaian informasi digital mengenai program pemerintah dan kegiatan kota.

Penelitian yang lebih dekat dengan konteks ketenagakerjaan dilakukan oleh Amaliyah dan Kussanti (2024) mengenai pengelolaan Instagram Pusat Pelatihan Kerja Daerah sebagai sarana informasi publik. Penelitian tersebut membahas strategi komunikasi melalui Instagram @ppkd.jakartatimur, yang meliputi publikasi, persuasi,

argumentasi, dan pencitraan dalam penyampaian informasi kegiatan pelatihan. Selanjutnya, Sholeha (2026) mengkaji pemanfaatan Instagram dan WhatsApp oleh Pemerintah Desa Ganting Kulon dalam pelayanan administrasi kependudukan serta keterkaitannya dengan partisipasi masyarakat. Berbagai penelitian tersebut memberikan dasar untuk memahami fungsi media sosial dalam penyebaran informasi dan keterlibatan publik. Akan tetapi, kajian mengenai pemanfaatan Instagram pada lembaga pelatihan kerja masih perlu dikembangkan, khususnya dengan menempatkan minat partisipasi pencari kerja sebagai fokus kajian pada PPKD Jakarta Selatan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini berfokus pada pemanfaatan Instagram @ppkdjsofficial dalam upaya meningkatkan minat partisipasi pencari kerja terhadap program pelatihan yang diselenggarakan oleh PPKD Jakarta Selatan. Fokus penelitian tidak hanya terletak pada penggunaan Instagram sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga pada faktor-faktor yang mendukung pemanfaatannya dalam menjangkau dan menarik perhatian calon peserta. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram PPKD Jakarta Selatan dalam upaya meningkatkan minat partisipasi pencari kerja serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung pemanfaatan media tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi publik dan media sosial serta menjadi bahan pertimbangan bagi PPKD Jakarta Selatan dalam mengevaluasi penyajian konten dan pengembangan strategi komunikasi digital yang sesuai dengan kebutuhan pencari kerja.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pemanfaatan Instagram PPKD Jakarta Selatan dalam upaya meningkatkan minat partisipasi pencari kerja serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung pemanfaatannya. Penelitian dilaksanakan di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Selatan yang berlokasi di Jalan Buncit Raya No. 440, Kalibata, Pancoran, Jakarta Selatan, pada April–Juli 2026. Unit analisis penelitian adalah pemanfaatan akun Instagram @ppkdjsofficial sebagai media informasi dan komunikasi program pelatihan kerja. Analisis pemanfaatan Instagram mengacu pada konsep 4C dari Chris Heuer, yang meliputi *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Konsep tersebut digunakan untuk mengkaji penyajian konten, komunikasi dengan audiens, keterlibatan pengguna, serta upaya membangun hubungan melalui media sosial. Minat partisipasi pencari kerja dipahami sebagai ketertarikan untuk mencari

.

informasi lebih lanjut dan mengikuti program pelatihan kerja yang diselenggarakan oleh PPKD Jakarta Selatan.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan mereka dengan fokus penelitian. Informan terdiri atas Estri Kus Indriati, S.T., selaku Kepala Satuan Pelaksana Pengendalian dan Pemasaran sekaligus Ketua Tim Publikasi sebagai informan kunci; Muhamad Rifkqi Rifquddin, S.T., selaku Instruktur Ahli Pertama dan anggota tim publikasi sebagai informan pendukung; Shovie Ramadhani, peserta aktif pelatihan Angkatan 1 Tahun 2026, serta Muhammad Fikri Fachrezi, alumni PPKD Jakarta Selatan Angkatan 1 Tahun 2025 yang bekerja sebagai pengemudi truk di Jepang, sebagai informan utama. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap akun Instagram PPKD Jakarta Selatan, wawancara mendalam dengan para informan, dan dokumentasi. Observasi difokuskan pada jenis konten, penggunaan fitur Instagram, penyampaian informasi program pelatihan, serta interaksi dengan pengikut. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi publikasi, pengalaman informan dalam mengakses informasi pelatihan, dan faktor-faktor yang mendukung minat partisipasi. Dokumentasi mencakup tangkapan layar akun Instagram, foto lokasi penelitian, dan dokumen terkait program pelatihan. Ketiga teknik tersebut digunakan untuk melengkapi dan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kondensasi data dilakukan dengan menyeleksi, merangkum, dan mengelompokkan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi berdasarkan tema yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk menggambarkan pola pemanfaatan Instagram, bentuk interaksi dengan audiens, pengalaman pencari kerja dalam memperoleh informasi, dan faktor-faktor yang mendukung minat partisipasi. Tahap terakhir dilakukan melalui penafsiran dan perbandingan antartemuan untuk mengidentifikasi keterkaitan informasi serta menyusun kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian. Verifikasi dilakukan dengan memeriksa kesesuaian kesimpulan terhadap data yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pemanfaatan Instagram PPKD Jakarta Selatan

Berdasarkan hasil observasi terhadap akun Instagram @ppkdjsofficial dan wawancara dengan pengelola akun serta peserta dan alumni pelatihan, ditemukan bahwa Instagram dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi pendaftaran, memperkenalkan program kejuruan, mendokumentasikan kegiatan pelatihan, dan menyediakan akses komunikasi bagi pencari kerja. Data observasi mengenai profil akun dan pemanfaatan fiturnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil observasi pemanfaatan Instagram PPKD Jakarta Selatan.

Aspek yang diamati	Temuan data
Identitas akun	@ppkdjsofficial, bergabung dengan Instagram sejak 2017
Jumlah pengikut dan unggahan	Lebih dari 36 ribu pengikut dan 2.390 unggahan berdasarkan data observasi dalam naskah
Informasi profil	Identitas lembaga, tautan pendaftaran, layanan Tanya Vania, dan layanan WhatsApp
Jenis konten	Informasi pembukaan pendaftaran, kegiatan pelatihan, materi kejuruan, hasil karya peserta, informasi kegiatan, dan lowongan pekerjaan
Fitur publikasi	Feed, Reels, Story, Highlight, caption, dan hashtag
Fitur interaksi	Like, komentar, repost, share, save, dan direct message
Saluran komunikasi lanjutan	WhatsApp untuk pertanyaan teknis dan layanan informasi lebih lanjut
Kendala pengelolaan	Keterbatasan sumber daya manusia dan kebutuhan memastikan ketepatan informasi

Sumber: Data observasi peneliti.

Tabel 1 menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media publikasi sekaligus pintu akses menuju layanan informasi lain. Pengelola menyampaikan informasi melalui konten visual dan menyediakan tautan untuk membantu pencari kerja memperoleh keterangan lebih lanjut mengenai pendaftaran dan program pelatihan.

Hasil Wawancara tentang Pemanfaatan dan Minat Partisipasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram berkaitan dengan pengalaman pencari kerja dalam mengenal dan memilih program pelatihan. Ringkasan data wawancara disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan hasil wawancara informan

Informan	Data hasil wawancara

.

Estri Kus Indriati, Ketua Tim Publikasi	Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi pendaftaran, materi kejuruan, manfaat pelatihan, dan informasi penyaluran kerja. Informasi harus dapat dipertanggungjawabkan.
Muhamad Rifkqi Rifquddin, anggota Tim Publikasi	Konten mencakup informasi pendaftaran, materi edukatif setiap kejuruan, dan dokumentasi kegiatan PPKD. Pertanyaan pendaftaran diprioritaskan untuk ditanggapi.
Shovie Ramadhani, peserta pelatihan	Ketertarikan muncul setelah melihat beragam kegiatan pada akun Instagram. Informasi mengenai praktik multimedia, termasuk live streaming, menjadi salah satu hal yang menarik perhatiannya.
Muhammad Fikri Fachrezi, alumni pelatihan	Mengetahui PPKD melalui Instagram ketika mencari pelatihan gratis. Konten gambar dan foto dinilai mudah dipahami, sedangkan respons admin melalui direct message membantunya memperoleh informasi pengumuman.

Sumber: Wawancara peneliti.

Berdasarkan data wawancara tersebut, Instagram menjadi salah satu sumber informasi awal bagi informan untuk mengenal program PPKD Jakarta Selatan. Informasi yang diperoleh digunakan untuk memahami pilihan pelatihan dan mempertimbangkan pendaftaran. Pengalaman peserta dan alumni juga memperlihatkan bahwa keterlibatan tidak berhenti pada penerimaan informasi, tetapi berlanjut pada keputusan mengikuti program dan keikutsertaan dalam kegiatan pembelajaran.

Faktor Pendukung dan Tantangan

Data wawancara dengan anggota tim publikasi mengidentifikasi faktor yang mendukung dan menghambat pengelolaan Instagram PPKD Jakarta Selatan.

Tabel 3. Faktor pendukung dan tantangan pemanfaatan Instagram

Faktor	Temuan data
Pendukung	Penyebaran informasi relatif cepat, pembaruan konten, jangkauan pengikut, dan penyajian informasi secara visual melalui Feed dan Reels
Tantangan	Informasi harus dipastikan benar dan jelas, khususnya jadwal pelatihan; jumlah sumber daya manusia untuk mengelola konten dan merespons pertanyaan masih terbatas

Sumber: Wawancara peneliti.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan Instagram dalam menyebarkan informasi dan menyajikan konten visual mendukung publikasi program pelatihan. Namun, pemanfaatan fitur yang beragam dan pelayanan pertanyaan pengguna masih perlu menyesuaikan kapasitas tim publikasi serta ketepatan informasi yang tersedia.

Pembahasan

Instagram sebagai Media Informasi dan Komunikasi Publik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @ppkdjsofficial dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi pendaftaran, memperkenalkan pilihan kejuruan, menampilkan proses pembelajaran, serta memberikan gambaran mengenai manfaat program pelatihan. Pemanfaatan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi publik PPKD Jakarta Selatan tidak hanya berorientasi pada penyebaran pengumuman, tetapi juga pada penyediaan informasi yang dapat membantu pencari kerja memahami program sebelum memutuskan untuk mendaftar. Konsistensi tampilan visual, penggunaan caption, serta penyediaan tautan pendaftaran dan layanan WhatsApp turut mendukung akses terhadap informasi tersebut.

Temuan ini dapat dianalisis melalui teori New Media Pierre Lévy, khususnya konsep interaksi sosial (social interaction) dan integrasi sosial (social integration) sebagaimana digunakan dalam penelitian ini. Pada aspek interaksi sosial, Instagram menyediakan ruang bagi pengelola dan pencari kerja untuk bertukar informasi melalui kolom komentar dan direct message. Pada aspek integrasi sosial, Instagram menghubungkan informasi yang disediakan lembaga dengan kebutuhan pencari kerja yang sedang mencari kesempatan meningkatkan keterampilan. Dengan demikian, fungsi Instagram dalam penelitian ini tidak terbatas pada penyampaian pesan, tetapi juga berkaitan dengan terbentuknya hubungan antara penyedia layanan pelatihan dan masyarakat sebagai calon peserta.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Trian dan Saleh (2025) mengenai pemanfaatan Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Keduanya memperlihatkan fungsi Instagram sebagai media penyebaran informasi publik, komunikasi, dan pemantauan respons pengguna. Kesamaan tersebut terletak pada pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi antara lembaga dan masyarakat. Namun, penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik, yaitu penyampaian informasi program pelatihan kerja dan kaitannya dengan minat pencari kerja untuk mengikuti program tersebut.

.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Dianti, Hermawan, dan Ondy (2025), yang menemukan bahwa Instagram BRIN berfungsi sebagai ruang komunikasi publik yang interaktif dan edukatif. Pada akun PPKD Jakarta Selatan, karakter edukatif tampak melalui konten yang memperkenalkan kegiatan dan materi pada setiap kejuruan, sedangkan karakter interaktif terlihat dari pertanyaan pengguna mengenai persyaratan dan mekanisme pendaftaran. Meski demikian, penelitian ini menemukan adanya keterbatasan dalam merespons seluruh pesan yang masuk. Pengelola memprioritaskan pertanyaan mengenai pendaftaran dan mengarahkan pertanyaan teknis ke WhatsApp. Temuan ini memberikan penjelasan bahwa tersedianya fitur interaksi belum tentu diikuti oleh kemampuan untuk melayani seluruh pengguna secara langsung.

Dengan demikian, hasil penelitian mengafirmasi temuan penelitian terdahulu mengenai fungsi Instagram sebagai media komunikasi publik, sekaligus menunjukkan bahwa efektivitas pemanfaatannya juga berkaitan dengan kapasitas pengelola dalam memberikan respons dan memastikan ketepatan informasi. Keberadaan banyak pengikut dan unggahan menunjukkan jangkauan publikasi, tetapi belum cukup untuk membuktikan bahwa seluruh informasi telah dipahami atau menghasilkan partisipasi. Penilaian terhadap pemanfaatan Instagram perlu memperhatikan isi informasi, respons pengelola, dan pengalaman pencari kerja dalam mengakses program pelatihan.

Pemanfaatan Fitur Instagram dalam Menarik Minat Pencari Kerja

Hasil observasi memperlihatkan bahwa PPKD Jakarta Selatan memanfaatkan beragam fitur Instagram dengan fungsi yang saling melengkapi. Feed digunakan untuk menyampaikan informasi yang dapat ditelusuri melalui profil akun, Reels dan Story digunakan untuk menampilkan kegiatan pelatihan, sedangkan Highlight membantu menyimpan informasi Story agar dapat diakses kembali. Caption memberikan penjelasan tambahan, sementara komentar dan direct message menyediakan ruang bagi pencari kerja untuk mengajukan pertanyaan. Fitur share dan repost memungkinkan pengguna menyebarluaskan informasi kepada pengguna lain.

Temuan wawancara menunjukkan bahwa bentuk konten dapat memengaruhi cara informan memahami informasi pelatihan. Muhammad Fikri Fachrezi, misalnya, menyatakan bahwa gambar dan foto lebih menarik baginya karena informasi disampaikan secara langsung dan ringkas. Sebaliknya, Shovie Ramadhani tertarik setelah melihat beragam kegiatan yang ditampilkan pada akun Instagram PPKD Jakarta Selatan, termasuk kegiatan praktik multimedia dan live streaming. Perbedaan pengalaman ini memperlihatkan bahwa preferensi pengguna terhadap bentuk konten

tidak selalu sama. Konten visual yang ringkas dapat membantu penyampaian informasi tertentu, sedangkan video kegiatan dapat memberikan gambaran mengenai pengalaman belajar yang ditawarkan.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui konsep context dalam kerangka 4C Chris Heuer, yang menekankan pentingnya penyajian pesan sesuai dengan tujuan komunikasi dan karakteristik audiens. Informasi mengenai jadwal dan persyaratan pendaftaran membutuhkan kejelasan serta susunan yang mudah dipahami, sedangkan konten kegiatan pelatihan dapat memanfaatkan foto dan video untuk memberikan gambaran visual. Penggunaan fitur yang beragam memungkinkan pengelola menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan tersebut. Namun, hasil penelitian belum menunjukkan bahwa satu jenis konten secara konsisten lebih efektif daripada jenis lainnya karena tidak terdapat perbandingan terukur mengenai respons audiens terhadap masing-masing format.

Penelitian Amaliyah dan Kussanti (2024) mengenai pengelolaan Instagram PPKD Jakarta Timur juga menemukan pemanfaatan fitur Instagram untuk mendukung strategi publikasi, persuasi, argumentasi, dan pencitraan dalam penyampaian informasi pelatihan. Hasil penelitian ini mengafirmasi pentingnya pengelolaan konten dan fitur sebagai bagian dari strategi komunikasi lembaga pelatihan kerja. Perbedaannya, penelitian ini menempatkan pengalaman peserta dan alumni sebagai bagian dari analisis, sehingga pembahasan tidak hanya berfokus pada strategi pengelola, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut ditemukan, dipahami, dan dipertimbangkan oleh pencari kerja.

Penelitian Usman, Sendow, dan Tarore (2025) mengenai media sosial dalam kegiatan Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVII turut memperlihatkan fungsi media sosial dalam penyebaran informasi, komunikasi dua arah, dan promosi kegiatan. Kesamaan tersebut memperkuat pemahaman bahwa media sosial dapat membantu lembaga memperluas akses informasi. Akan tetapi, dalam konteks PPKD Jakarta Selatan, keterjangkauan informasi perlu disertai keterangan yang jelas mengenai pilihan kejuruan, materi pembelajaran, persyaratan, dan prosedur pendaftaran agar pencari kerja dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengambil keputusan.

Berdasarkan analisis tersebut, pemanfaatan fitur Instagram berpotensi mendukung minat pencari kerja ketika bentuk konten sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Meskipun demikian, banyaknya fitur yang digunakan tidak secara otomatis menunjukkan peningkatan minat. Kesesuaian isi pesan, kejelasan informasi,

.

kemudahan akses, dan respons pengelola menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam menilai kontribusi Instagram terhadap komunikasi program pelatihan.

Instagram dan Minat Partisipasi Pencari Kerja

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu sumber informasi yang mengawali ketertarikan informan terhadap program pelatihan PPKD Jakarta Selatan. Muhammad Fikri Fachrezi menemukan akun tersebut ketika mencari pelatihan gratis, kemudian memperoleh informasi mengenai pilihan kejuruan sebelum mendaftar melalui Silatipe. Shovie Ramadhani tertarik setelah melihat aktivitas pelatihan yang dipublikasikan dan mengetahui adanya kegiatan yang relevan dengan minatnya. Kedua pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa informasi Instagram dapat menjadi bagian dari proses pencarian informasi dan pertimbangan individu sebelum mengikuti program pelatihan.

Temuan tersebut dapat dianalisis melalui teori partisipasi Cohen dan Uphoff, terutama aspek partisipasi dalam pengambilan keputusan (participation in decision-making) dan partisipasi dalam pelaksanaan (participation in implementation). Dalam konteks penelitian ini, partisipasi dalam pengambilan keputusan terlihat pada pertimbangan informan untuk memilih dan mendaftarkan diri pada program pelatihan. Sementara itu, partisipasi dalam pelaksanaan terlihat dari keterlibatan mereka dalam proses pembelajaran, pengerjaan proyek, serta kegiatan bersama peserta lain setelah diterima sebagai peserta pelatihan.

Pengalaman Shovie menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap program berlanjut pada keterlibatan dalam kegiatan pembelajaran dan pengerjaan proyek bersama peserta lain. Sementara itu, Fikri menceritakan pengalamannya mengikuti pelatihan Bahasa Jepang, mempelajari kosakata dan ungkapan, serta berinteraksi dengan pengajar dan peserta lain. Pengalaman tersebut menunjukkan adanya keterlibatan nyata setelah keputusan mengikuti pelatihan. Namun, hubungan antara paparan Instagram dan partisipasi perlu dipahami secara hati-hati karena keterlibatan selama pelatihan juga dapat dipengaruhi oleh kebutuhan meningkatkan keterampilan, manfaat program, minat terhadap kejuruan, dan pengalaman belajar.

Penelitian Sholeha (2026) mengenai pemanfaatan Instagram dan WhatsApp dalam pelayanan administrasi kependudukan di Desa Ganting Kulon menemukan bahwa penggunaan media sosial mendukung partisipasi masyarakat dalam memperoleh layanan serta memberikan tanggapan. Temuan penelitian ini memiliki kesamaan dalam menempatkan media sosial sebagai sarana yang menghubungkan informasi lembaga dengan kebutuhan masyarakat. Namun, bentuk partisipasinya berbeda. Pada penelitian Sholeha, partisipasi berkaitan dengan pelayanan

administrasi kependudukan, sedangkan penelitian ini mengkaji ketertarikan pencari kerja terhadap program pelatihan dan keterlibatan mereka dalam kegiatan pembelajaran.

Hasil penelitian ini juga melengkapi penelitian Amaliyah dan Kussanti (2024). Jika penelitian tersebut menitikberatkan strategi pengelolaan Instagram PPKD Jakarta Timur sebagai media informasi publik, penelitian ini memperlihatkan pengalaman peserta dan alumni dalam menemukan informasi, mempertimbangkan pendaftaran, dan mengikuti pelatihan. Dengan demikian, analisis partisipasi tidak berhenti pada jumlah pengikut atau respons terhadap unggahan, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman pengguna setelah memperoleh informasi.

Meskipun demikian, data penelitian ini belum cukup untuk menyimpulkan bahwa Instagram secara langsung menyebabkan peningkatan minat atau jumlah peserta. Wawancara menunjukkan adanya pengalaman informan yang mengetahui program melalui Instagram dan kemudian mengikuti pelatihan, tetapi tidak disertai pengukuran kuantitatif mengenai perubahan minat atau perbandingan jumlah pendaftar sebelum dan sesudah publikasi. Oleh karena itu, temuan ini lebih tepat mengindikasikan bahwa Instagram berperan sebagai salah satu sumber informasi yang mendukung proses pengenalan, pertimbangan, dan keputusan pencari kerja untuk mengikuti program pelatihan.

Faktor Pendukung dan Tantangan Pemanfaatan Instagram

Faktor pendukung pemanfaatan Instagram PPKD Jakarta Selatan meliputi kecepatan penyampaian informasi, kemampuan menyajikan konten visual, serta kemudahan pencari kerja mengakses informasi melalui akun dan tautan yang tersedia. Konten mengenai pembukaan pendaftaran yang disertai informasi kegiatan dan materi kejuruan membantu masyarakat memperoleh gambaran mengenai program yang ditawarkan. Selain itu, pengalaman Fikri dalam memperoleh jawaban melalui direct message memperlihatkan bahwa respons pengelola dapat membantu pengguna memahami informasi yang belum tersedia secara lengkap dalam unggahan.

Temuan ini berkaitan dengan konsep communication dan connection dalam kerangka 4C Chris Heuer. Aspek communication terlihat dari upaya pengelola menyampaikan informasi serta memberikan respons kepada pengguna, sedangkan connection berkaitan dengan upaya menjaga hubungan dengan audiens melalui informasi yang konsisten dan layanan komunikasi lanjutan. Dalam praktiknya, kedua aspek tersebut belum sepenuhnya berjalan tanpa hambatan. Keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan tidak seluruh pertanyaan dapat ditangani langsung melalui Instagram, sehingga pertanyaan teknis dialihkan ke WhatsApp.

.

Tantangan lainnya adalah memastikan informasi yang dipublikasikan selalu akurat, terutama berkaitan dengan jadwal, persyaratan, dan mekanisme pendaftaran. Sebagai saluran informasi publik, kesalahan informasi berpotensi menimbulkan kebingungan bagi calon peserta. Oleh sebab itu, kecepatan publikasi perlu diimbangi dengan pemeriksaan isi pesan sebelum diunggah. Pengelolaan konten juga perlu mempertimbangkan kapasitas tim agar pembaruan informasi, dokumentasi kegiatan, dan pelayanan pertanyaan dapat berlangsung secara konsisten.

Temuan ini menguatkan penelitian terdahulu mengenai peran media sosial sebagai media komunikasi publik, sebagaimana dibahas oleh Trian dan Saleh (2025), Dianti, Hermawan, dan Ondy (2025), serta Usman, Sendow, dan Tarore (2025). Akan tetapi, hasil penelitian ini menambahkan aspek operasional yang perlu diperhatikan, yaitu keterbatasan tenaga pengelola dan kebutuhan menjaga akurasi informasi. Dengan demikian, optimalisasi Instagram tidak hanya bergantung pada pemilihan platform dan variasi konten, tetapi juga pada kemampuan lembaga mengelola komunikasi, memverifikasi informasi, dan menindaklanjuti pertanyaan pencari kerja.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @ppkdjsofficial dimanfaatkan sebagai media informasi dan komunikasi publik yang membantu pencari kerja mengenal program pelatihan PPKD Jakarta Selatan. Teori New Media Pierre Lévy membantu menjelaskan fungsi Instagram dalam menyediakan ruang interaksi dan menghubungkan lembaga dengan masyarakat, sedangkan teori partisipasi Cohen dan Uphoff membantu menelaah keputusan pencari kerja untuk mengikuti program serta keterlibatan mereka dalam pelatihan. Temuan ini mengafirmasi penelitian terdahulu mengenai fungsi media sosial dalam penyebaran informasi publik, sekaligus memperlihatkan bahwa keterkaitan antara Instagram dan partisipasi perlu dipahami dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna, kebutuhan pelatihan, dan kapasitas pengelola. Instagram berperan sebagai salah satu saluran pendukung minat partisipasi, tetapi besarnya pengaruh media tersebut belum dapat ditentukan hanya berdasarkan data kualitatif yang tersedia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Instagram @ppkdjsofficial dimanfaatkan oleh PPKD Jakarta Selatan sebagai media publikasi, penyampaian informasi, dan komunikasi dengan pencari kerja. Informasi yang dibagikan mencakup pembukaan pendaftaran, pilihan kejuruan, materi pembelajaran, kegiatan pelatihan, dan hasil karya peserta melalui fitur Feed, Reels, Story, Highlight, kolom komentar, dan Direct Message. Pemanfaatan tersebut sejalan dengan Teori Media Baru Pierre Lévy, khususnya aspek interaksi sosial dan integrasi sosial, serta teori partisipasi Cohen dan

Uphoff pada indikator pengambilan keputusan dan pelaksanaan. Informasi yang tersedia membantu pencari kerja mengenali program, mempertimbangkan pilihan kejuruan, dan mengikuti proses pendaftaran hingga pelatihan. Faktor pendukungnya meliputi jangkauan pengguna yang luas, kecepatan penyampaian informasi, konten visual, dan respons admin. Namun, pengelolaan akun masih menghadapi tantangan berupa pemeliharaan keakuratan informasi serta keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola konten dan merespons pertanyaan. Dengan demikian, Instagram berperan sebagai salah satu media pendukung dalam menarik minat partisipasi pencari kerja, meskipun peningkatan partisipasi tidak dapat dilepaskan dari faktor lain di luar pemanfaatan media sosial.

Berdasarkan temuan tersebut, PPKD Jakarta Selatan disarankan untuk menyajikan informasi yang jelas, lengkap, akurat, dan terbaru mengenai pilihan kejuruan, persyaratan, jadwal, serta proses pendaftaran. Pemanfaatan Reels dan Story juga dapat ditingkatkan untuk menampilkan kegiatan pelatihan dan pengalaman peserta, disertai respons yang lebih optimal terhadap pertanyaan pencari kerja. Pencari kerja diharapkan memanfaatkan Instagram @ppkdjsofficial sebagai salah satu sumber informasi, sekaligus memeriksa kembali persyaratan dan jadwal pendaftaran sebelum memutuskan mengikuti pelatihan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan melibatkan informan yang lebih beragam, termasuk pencari kerja yang tertarik tetapi belum mendaftar atau belum mengikuti pelatihan, serta mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk berpartisipasi.

REFERENSI

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. J. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 1–9. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57

Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @rumahkimkotatangerang). Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema, 6(1), 173–190. https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308

Dhiya Nawwariyah, Mentari Anugrah Imsa, Wina Puspita Sari, Qoryna NoerSeyma, & I. F. (2025). Pengaruh terpaan media sosial Instagram @youthranger.id terhadap partisipasi Rangers dalam kegiatan Youth Ranger Indonesia. https://journal.staimsyk.ac.id/index.php/almanar/article/view/1400/450

Sikumbang, A. T. (2022). Pengantar ilmu komunikasi (A. K. Batubara, Ed.). CV Literasi Nusantara Abadi.

.

Razali, G., Retu, M. K., Rifai, A., Zumiarti, Hanika, I. M., Mendri, N. K., Badi'ah, A., Meliala, A. J., Herawati, K. M., Satory, A., Djerubu, D., & Nugraha, R. S. (2022). Ilmu komunikasi dan informasi & transaksi elektronik (A. Munandar, Ed.). CV Media Sains Indonesia.

Edra, D. (2024). Analisis penyebaran berita hoaks melalui media sosial TikTok. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(8), 30–37.

Ariyanto, E. (2021). Pengantar ilmu komunikasi (Dalmia, Ed.). Diva Press.

Ekowati, S., Malays, E., & Sakti, S. (2023). Pengenalan komunikasi digital untuk meningkatkan minat belajar siswa, 3*(2), 87–92.

Essing, I., Mowilos, R. C., Sinaga, F. A., & Universitas Negeri Manado. (2025). Kebijakan publik di era digital: Peran media sosial dalam sosialisasi kebijakan publik. 6(2), 1593–1601.

Gultom, D. A., Santa Rajagukguk, A., Pasaribu, A. G., Sitepu, A. S. B., & Sianipar, M. A. B. (2025). Hubungan pengajaran penulisan karya ilmiah dengan kemampuan menuliskan kajian teori berbasis KT & KPT mahasiswa semester 3 Grup D Prodi PAK. Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner, 2(4), 2645–2661.

Harsyeno, A. (2023). Analisis pemanfaatan media sosial Instagram terhadap respons masyarakat pengguna layanan informasi Direktorat Jenderal Pajak, 5(2), 121–132.

Hasan, dkk. (2023). Komunikasi di era digital: Analisis media konvensional vs. media baru. Jurnal Komunikasi Pemberdayaan, 2(1), 56–63.

Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis pengukuran temperatur udara dengan metode observasi: Analysis of air temperature measurements using the observational method. ABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian kepada Masyarakat, 1(1), 8–15. https://scholar.archive.org/work/jacu5t33uvbc3kbujm5goistnu/access/wayback/https://journal.aira.or.id/index.php/gabdimas/article/download/582/149

Herman. (2024). Pengaruh komunikasi digital terhadap pola komunikasi pada nilai-nilai budaya masyarakat modern. Profesional: Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik, 11(2), 505–510.

Satria, I. G. A., Widaswara, R. Y., & Jelantik, S. K. (2025). Peran komunikasi efektif dalam kehidupan sehari-hari. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(4), 1508–1517. https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.4864

Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Karwanto, Supriyono, Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., Sofiyana, M. S., & D. S. (2023). Metode penelitian kualitatif. UNISMA Press.

Kurniasari, W., Murtono, M., & Setiawan, D. (2021). Meningkatkan minat belajar siswa

menggunakan model blended learning berbasis pada Google Classroom. Jurnal Educatio FKIP UNMA, 7(1), 141–148. https://doi.org/10.31949/educatio.v7i1.891

Nurlela, L., Laksono, R. D., Judijanto, L., Wianti, S., Batubara, R. P., Sakti, S. R. M., Nataly, F., Saktisyahputra, R. D. R., Setyadji, V., Sutresna, A., Ashfahani, S., Fatimah, & Devitasari, A. (2024). Pengantar komunikasi: Dasar-dasar komunikasi yang efektif (Vol. 2).

Yulika, L., Efendi, R., & Y. (2022). [Judul artikel tidak tercantum]. Journal of Management and Accounting (JMA), 1(2), 94–104. https://jma.uni.ac.id/ojs/index.php/jma/article/view/34

Lestari, I. F. (2019). Kreatif di sosmed ala milenial. C-Klik Media.

Lenama, M. (2022). Partisipasi masyarakat dalam program pembangunan (Studi kasus di Desa Pengalangan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik). Jurnal Mitra Manajemen, 5(11), 784–798. https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i10.591

Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah Kota Pekanbaru. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 4(2), 512–520. https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309

Meltwater, W. A. S. (2025). Digital 2026: Tren digital dan media sosial teratas di Indonesia. We Are Social Indonesia. https://wearesocialcom.translate.goog/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-andsocial-media-trends-inindonesia/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge

Mesiono, M., Mawaddah, R., & Harahap, N. E. (2021). Media komunikasi. Journal of Education and Social Analysis, 2(4), 1–9. https://pusdikrapublishing.com

Yeremia, M. (2024, Juni). Peran humas di era digital: Strategi, tantangan, dan peluang baru. Iprahumas. https://iprahumas.id/postingan/berita/peran-humas-di-era-digital-strategi-tantangan-dan-peluang-baru

Himam, M. K., Anam, S., & N. (2026). [Judul artikel tidak tercantum]. 13(1), 104–116. https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/4011/3496

Mukhtasya, F. N. N., & Wijayanti, Q. N. (2023). Analisis representasi komunikasi massa pada makna lirik lagu "Bertaut" karya Nadin Amizah terhadap remaja yang menghargai keberadaan ibunya. Jurnal Media Akademik (JMA), 1(1), 327–338.

Nurjanah, S. R. (2021). Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan. JAPB, 4, 821–833.

Nuzuli, A. K. (2022). Pengantar ilmu komunikasi. Jejak Pustaka.

Izana, N. N., & A. S. (2025). Measuring the success of SDGs implementation in

.

Bonjeruk Village, Jonggat Sub-district, Central Lombok District, West Nusa Tenggara. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi. https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/view/65376/pdf

Prajarini, D. (2021). Media sosial periklanan—Instagram. Deepublish.

Puspitasari, N. D. (2025). Transformasi komunikasi organisasi melalui teknologi digital: Studi literatur terbaru, 3(3), 934–943.

Hidayat, R., Fitri, R. A., & Hermina, D. (2025). Langkah penelitian manajemen pendidikan: Penemuan masalah, telaah pustaka, persiapan penelitian, pengumpulan data, analisis data dan penyimpulan/pemaknaan, dan pelaporan & evaluasi penelitian. Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi, 2(6), 509–523. https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i6.509

Raissa, A. (2020). Perlindungan bagi para pencari kerja dari kualifikasi perusahaan yang diskriminatif. Mimbar Keadilan, 12(2), 262–271. https://doi.org/10.30996/mk.v12i2.2482

Retnawati, H., Rafi, I., Aljura, A. N., Apino, E., Rosyada, M. N., Tuanaya, R., Safitri, R., & Widyastuti, P. (2025). Desain penelitian. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).

Rianto, P. (2023). Kajian media digital dan media sosial: Akankah terus berlanjut? Jurnal Komunikasi, 18(1). https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss1.editorial

Ridha, M., Astiani, D., & Azkia, A. (2025). Kekuatan komunikasi: Fungsi dan dampaknya terhadap kehidupan manusia. 5, 48–54.

Sandra, Y., Suryadi, D., Herman, T., & Universitas Pendidikan Indonesia. (2025). Analisis pembelajaran matematika pada materi penyajian data berdasarkan teori situasi didaktis. 09(02), 319–331. https://doi.org/10.35706/sjme.v9i2.195

Putri, S. N. A., Novaria, R., & E. W. (2023). Pengaruh motivasi dan partisipasi masyarakat terhadap proses pembangunan Desa Sendangrejo Kabupaten Lamongan. 1(2), 105–112.

Badan Pusat Statistik. (2026). Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Februari 2026. https://www.bps.go.id

Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi penjualan di masa pandemi Covid-19 (Studi kasus pada akun @hollace.id). Jurnal [nama jurnal tidak tercantum], XXVII(3), 286. Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Lubis, S. N., & M. I. P. N. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi pada akun @medantalk. J-Ika, 1(1), 29–36.

https://doi.org/10.31294/kom.v10i1.15733

Tama, N. A., Murdiningrum, S., & Rahayu, S. (2022). Strategi komunikasi interpersonal media Instagram @Dinkesdki dalam meningkatkan kesadaran masyarakat selama pandemi Covid-19. Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia, 8(1), 79. https://doi.org/10.31602/jmbkan.v8i1.6554

Tri Rezeki, M., & Indrawati, R. (2022). Pengaruh pendidikan, penduduk, pencari kerja terhadap kesempatan kerja di Jawa Barat 1985–2020. E-Journal Perdagangan Industri dan Moneter, 10(2), 135–150. https://doi.org/10.22437/pim.v10i2.20471

Vira, A., & Reynata, E. (2022). Penerapan YouTube sebagai media baru dalam komunikasi massa. Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, (2).

Wahyu, N., & Fatima, A. (2021). Analisis perbedaan pencari kerja dan lowongan kerja sebelum dan pada saat pandemi Covid-19 di Kota Malang. Journal of Regional Economics Indonesia, 2(1), 42–56.

Warahmah, M., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Pendekatan dan tahapan penelitian dalam kajian pendidikan anak usia dini. Jurnal DZURRIYAT: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, 1(2), 72–81. https://doi.org/10.61104/jd.v1i2.32

Ziliwu, S. H., Sarumaha, R., & Harefa, D. (2022). Analisis kemampuan koneksi matematika pada materi transformasi. AFORE: Jurnal Pendidikan Matematika, 1(1), 2826–5263. https://mail.jurnal.uniraya.ac.id/index.php/Afore/article/view/433/362