



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 157-168

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Citra Perusahaan dan Peran Instagram terhadap Minat Enumerator Bergabung Proyek REDI

Kofifah Mega Parawansa^{1✉}, Nanik Hariyana², Albertus Eka Putra Haryanto³, Indra Nur Fauzi⁴

(1,2) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, (3,4) Regional Economic Development Institute (REDI)

Email: megakofifah@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Pada era globalisasi dan perkembangan digital yang pesat, persaingan mencari kerja semakin ketat. Begitu juga dengan persaingan untuk menjadi enumerator di perusahaan REDI. Dengan banyaknya pendaftar enumerator maka REDI perlu mengetahui alasan dari enumerator bergabung di proyek REDI. Beberapa hal yang masuk ke dalam alasan tersebut diantaranya yaitu citra perusahaan dan peran Instagram REDI. Sehingga penelitian ini menguji pengaruh dari citra perusahaan dan peran Instagram REDI terhadap minat dari enumerator bergabung di proyek REDI. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui pembagian kuesioner kepada seluruh enumerator proyek REDI yang berjalan tahun 2024. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Citra Perusahaan dan peran Instagram memiliki pengaruh positif dalam memengaruhi minat enumerator bergabung di proyek REDI. Penelitian mampu memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai pengaruh citra perusahaan serta pemanfaatan media sosial, khususnya peran Instagram, terhadap minat enumerator bergabung dalam proyek REDI.

Kata Kunci: *Citra Perusahaan, Peran Instagram, Minat Enumerator*

Abstract

In the era of globalisation and rapid digital development, competition for jobs is getting tougher. Competition to become an enumerator at the REDI. many enumerator applicants, REDI needs to know the reasons enumerators join the REDI. Some of the things that are included in these reasons include the company's image and role of REDI Instagram. This study examines the influence of the company's image and the role of REDI Instagram on the interest of enumerators in joining the REDI. The data in this study used primary data from questionnaires distributed to enumerators in the REDI 2024 project. The results of this study show that the company's image and the role of Instagram have a positive influence in influencing enumerators' interest in joining the REDI. This research can provide a deeper understanding of the influence of corporate image and use of Instagram, on enumerators' interest in joining the REDI project.

Keywords: *Company Image, Instagram Role, Interest Enumerator*

PENDAHULUAN

Saat ini, minat dari pencari kerja untuk bergabung di suatu perusahaan dapat menjadi media untuk menciptakan citra yang positif. Minat dari pencari kerja merupakan ketertarikan untuk mendapatkan pekerjaan dimulai dengan aktif mencari informasi yang berkaitan dengan lowongan pekerjaan yang tersedia. Para pencari kerja melalui beberapa tahapan untuk menentukan minat untuk mengirimkan lamaran kerja. Pertama, memilih dan menilai pekerjaan yang ditawarkan dan selanjutnya, mencari informasi rekrutmen yang disediakan oleh perusahaan. Terakhir, mereka menentukan akan menerima atau menolak tawaran pekerjaan tersebut (Wirohikmawan & Kustini, 2023). Begitu juga dengan enumerator yang akan memutuskan bergabung dengan proyek di *Regional Economic Development Institute* (REDI).

Dalam kegiatan pengambilan data, REDI menugaskan enumerator di lapangan. Enumerator yang direkrut untuk setiap proyek di REDI ditentukan oleh kriteria yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan proyek dimaksud (REDI, 2024). Dalam melakukan rekrutmen Enumerator, REDI melakukan seleksi berdasarkan kinerja di proyek-proyek sebelumnya atau membuka lowongan terbuka bagi calon enumerator dengan beberapa persyaratan.

Pada saat enumerator mengambil keputusan untuk bergabung dengan proyek di REDI terdapat hal-hal yang bisa dipertimbangkan, diantaranya yaitu citra perusahaan dan informasi yang diposting di akun Instagram REDI. Di era digital saat ini di mana persaingan di dunia kerja semakin ketat, dalam mencari pekerjaan saat ini bukan hanya fokus pada keterampilan yang dimiliki, tetapi juga mengenai citra dari perusahaan dari sudut pandang pelamar pekerjaan (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024). Citra perusahaan dapat mempengaruhi

rasa percaya pada calon enumerator untuk bergabung menjadi bagian proyek di perusahaan REDI.

Media sosial adalah platform yang memungkinkan penggunanya berbagi informasi, bekerja sama, berkomunikasi, menampilkan diri dan berinteraksi dengan orang lain, serta membangun hubungan sosial secara online (Afandi, 2019). Pada tahun 2022–2023, pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang. Di antara berbagai layanan internet, media sosial menjadi yang terbanyak digunakan di Indonesia (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024), salah satunya adalah Instagram. Instagram lebih fokus pada unggahan foto dan video dari pengguna (Kurniawan et al., 2022). Selama periode Januari 2018 hingga Januari 2023, jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai angka tertinggi pada Januari 2022 dengan 99,15 juta pengguna, diikuti oleh Januari 2023 yang tercatat sebanyak 89,15 juta pengguna (Fajrin et al., 2024).

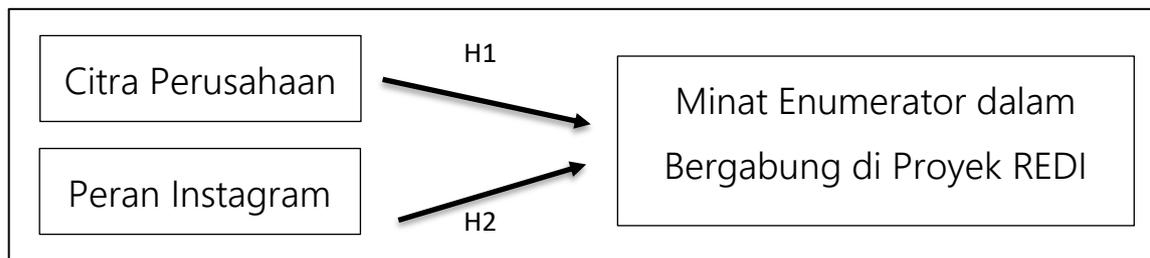
Pada bulan Desember 2024, akun Instagram REDI memiliki pengikut sebanyak 876 akun. Konten yang di unggah pada akun Instagram REDI berupa perkenalan mengenai perusahaan REDI, informasi pengetahuan terkait kegiatan penelitian, kegiatan ilmiah dan non-ilmiah yang dilakukan di REDI. Selain membagikan konten-konten di atas, Instagram REDI juga menjadi media dalam menginformasikan lowongan pekerjaan untuk posisi enumerator untuk proyek yang sedang berjalan. Instagram sebagai media perusahaan membentuk citra perusahaan dapat memengaruhi minat melamar pekerjaan (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024). Sebagai bahan evaluasi untuk berkembang maka REDI perlu mengetahui pengaruh citra perusahaan dan peran Instagram terhadap minat dari enumerator untuk bergabung di proyek REDI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam menganalisis Pengaruh citra perusahaan dan peran Instagram terhadap minat dari enumerator dalam bergabung di proyek REDI tahun 2024. Adapun variabel yang digunakan yaitu variabel terikat atau minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI, variabel bebas atau citra perusahaan dan peran Instagram. Data pada penelitian ini adalah data primer melalui survei online melalui Google Form. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh enumerator yang pernah bergabung di proyek REDI periode tahun 2024, dengan teknik pengambilan sampel jenuh dengan memasukkan semua elemen dalam populasi yang memenuhi kriteria tertentu ke dalam sampel. Dalam sampel jenuh, mengikutsertakan semua unit yang relevan atau sesuai dengan kriteria penelitian, tanpa memilih unit lain di luar kriteria tersebut, jumlah dari populasi pada penelitian ini yaitu 64 responden enumerator yang pernah dan sedang

bergabung di proyek REDI selama periode tahun 2024. Data penelitian ini diambil pada 2 Desember 2024 – 6 Desember 2024 dengan analisis uji validitas, pemeriksaan reliabilitas, regresi linier berganda, asumsi klasi, uji T, uji F dan uji determinasi.

Kerangka pikiran disajikan seperti gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar 1 dan penjelasan yang telah dijabarkan, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Diduga citra perusahaan memengaruhi minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI tahun 2024.
- H2: Diduga peran Instagram REDI memengaruhi minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI tahun 2024.
- H3: Diduga Citra perusahaan dan peran Instagram memengaruhi minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden menunjukkan bahwa responden perempuan berjumlah 37 orang (58%), laki-laki berjumlah 27 orang (42%). Dilihat dari usia, responden berusia 31-40 tahun sebanyak 24 orang (38%), berusia 20-30 tahun berjumlah 20 orang (31%), 41-50 tahun berjumlah 18 orang (28%), dan lebih dari 50 tahun berjumlah 2 orang (3%).

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Karakteristik Responden | | Frekuensi | Presentase |
|-------------------------|----------------|-----------|------------|
| Jenis Kelamin | Perempuan | 37 | 58% |
| | Laki-laki | 27 | 42% |
| Usia | 20-30 tahun | 20 | 31% |
| | 31-40 tahun | 24 | 38% |
| | 41-50 tahun | 18 | 28% |
| | 50 tahun lebih | 2 | 3% |

Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan menilai kuesioner valid atau tidak. Kuesioner dikatakan valid apabila seluruh pertanyaannya menjelaskan sesuai konsep yang ingin diukur. Oleh karena itu, validitas mengukur kemampuan pertanyaan dalam kuesioner untuk secara akurat menggambarkan yang hendak diukur (Putri et al., 2021). Penelitian ini menggunakan ambang signifikansi sebesar 5% untuk melaksanakan uji validitas.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| | Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|---|------------------|----------|---------|------------|
| Citra perusahaan (X ₁) | X _{1,1} | 0,88 | 0,36 | Valid |
| | X _{1,2} | 0,81 | 0,36 | Valid |
| | X _{1,3} | 0,82 | 0,36 | Valid |
| | X _{1,4} | 0,78 | 0,36 | Valid |
| | X _{1,5} | 0,62 | 0,36 | Valid |
| Instagram (X ₂) | X _{2,1} | 0,93 | 0,36 | Valid |
| | X _{2,2} | 0,90 | 0,36 | Valid |
| | X _{2,3} | 0,77 | 0,36 | Valid |
| | X _{2,4} | 0,88 | 0,36 | Valid |
| Minat Enumerator dalam bergabung di proyek REDI (Y) | Y ₁ | 0,71 | 0,36 | Valid |
| | Y ₂ | 0,78 | 0,36 | Valid |
| | Y ₃ | 0,73 | 0,36 | Valid |
| | Y ₄ | 0,74 | 0,36 | Valid |
| | Y ₅ | 0,79 | 0,36 | Valid |
| | Y ₆ | 0,71 | 0,36 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai r tabel lebih kecil dari nilai r Hitung pada taraf signifikansi 0,05, dengan derajat kebebasan (df) dihitung sebagai $n-2$, yang mana n mewakili dari jumlah sampel. Sehingga jumlah sampel untuk uji validitas yaitu sebesar 30 dikurangi dengan 2 sama dengan 28, maka besar r Tabel yaitu sebesar 0,36. Oleh karena itu setelah mempertimbangkan bahwa seluruh indikator berkaitan dengan variabel yang digunakan, dapat disimpulkan nilai r tabel lebih kecil dari nilai r Hitung. Sehingga seluruh indikator pada penelitian ini dianggap valid.

Pemeriksaan Reliabilitas

Pemeriksaan reliabilitas memiliki fungsi untuk menentukan sejauh mana konsistensi angket yang digunakan dalam mengukur variabel, walaupun digunakan berkali-kali dengan kuesioner sama (Al Hakim et al., 2021). Berikut merupakan tabel 3 dari hasil pemeriksaan reliabilitas dengan variabel citra perusahaan, peran Instagram, dan minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.

Tabel 2. Hasil Pemeriksaan Reliabilitas

| Variabel | Standar Reliabilitas | Nilai <i>Cronbach Alpha</i> | Keterangan |
|---|----------------------|-----------------------------|------------|
| Citra Perusahaan (X_1) | 0,60 | 0,82 | Reliabel |
| Instagram (X_2) | 0,60 | 0,89 | Reliabel |
| Minat Enumerator dalam bergabung di proyek REDI (Y) | 0,60 | 0,80 | Reliabel |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Ketika Nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan tabel 3 Nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel > 0,60. Dapat disimpulkan reliabilitas dari citra perusahaan, peran Instagram, dan minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI yang diteliti adalah reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier bertujuan mengidentifikasi variabel terikat yang dipengaruhi variabel bebas (Marcus et al., 2012). Pada penelitian ini, citra perusahaan dan peran Instagram diuji untuk mengevaluasi dampaknya terhadap kecenderungan minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI dengan metode analisis regresi linier berganda.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | t | Sig. | |
|-------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|------|------|------|
| | B | <i>Std. Error</i> | Beta | | | |
| | (Constant) | 1,08 | 0,39 | | 2,76 | 0,00 |
| 1 | X_1 | 0,52 | 0,10 | 0,49 | 5,22 | 0,00 |
| | X_2 | 0,25 | 0,06 | 0,41 | 4,39 | 0,00 |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan data pada tabel 4, hubungan antar variabel penelitian dapat diwakili oleh persamaan regresi linier berikut: $Y = 1,08 + 0,52X_1 + 0,25X_2 + e$.

- a. Perolehan nilai diatas menunjukkan bahwa variabel bebas citra perusahaan dan peran Instagram dalam keadaan konstan maka minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI adalah 1,08.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel citra perusahaan (X_1) adalah 0,52 menandakan bahwa semakin tinggi citra dari suatu perusahaan maka minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI akan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel peran Instagram (X_2) yaitu 0,25, menandakan jika semakin tinggi peran postingan Instagram REDI maka dapat meningkatkan minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi menguji residual sudah terdistribusi secara normal atau belum. residual dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila *Asymp. Sig* > 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

| | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|--|-----------------------|--------------------------------|
| N | | 64 |
| <i>Normal Parameters^{a,b}</i> | <i>Mean</i> | 0,00 |
| | <i>Std. Deviation</i> | 0,24 |
| <i>Most Extreme Differences</i> | <i>Absolute</i> | 0,14 |
| | <i>Positive</i> | 0,14 |
| | <i>Negative</i> | -0,07 |
| <i>Kolmogorov-Smirnov Z</i> | | 1,08 |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | | 0,19 |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 5 nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,19 lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan residual yang digunakan terdistribusi secara normal.

B. Pemeriksaan Multikolinearitas

Pemeriksaan multikolinearitas memiliki tujuan mengidentifikasi hubungan linier di antara variabel bebas (Aspexsia, 2020). Variabel bebas pada penelitian dikatakan tidak terdeteksi multikolinieritas saat nilai *tolerance* dari setiap variabel > 0,10 dan nilai *VIF* dari setiap variabel < 10,00.

Tabel 5. Hasil Pemeriksaan Multikolinearitas

| Model | <i>Collinearity Statistics</i> | | |
|-------|--------------------------------|------------|------|
| | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> | |
| 1 | X ₁ | 0,70 | 1,43 |
| | X ₂ | 0,70 | 1,43 |

a. *Dependent Variable: y*

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa pada variabel X₁ (Citra perusahaan) dan X₂ (Peran Instagram) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,70 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,43 < 10,00. Dari hasil pemeriksaan multikolinearitas memiliki kesimpulan pada penelitian ini variabel bebasnya tidak terdeteksi multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mendeteksi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Tabel 7 menunjukkan hasil dari uji heteroskedastisitas yang menerapkan uji korelasi spearman.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | | X ₁ | X ₂ | <i>Unstandardized Residual</i> | |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------|--------------------------------|------|
| <i>Spearman's rho</i> | X ₁ | <i>Correlation Coefficient</i> | 1,00 | 0,60** | 0,10 |
| | | <i>Sig. (2-tailed)</i> | . | 0,00 | 0,41 |
| | | N | 64 | 64 | 64 |
| | X ₂ | <i>Correlation Coefficient</i> | 0,60** | 1,00 | 0,10 |
| | | <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,00 | . | 0,44 |
| | | N | 64 | 64 | 64 |
| <i>Unstandardized Residual</i> | <i>Correlation Coefficient</i> | 0,10 | 0,10 | 1,00 | |
| | <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,41 | 0,44 | . | |
| | N | 64 | 64 | 64 | |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Pada tabel 7 Nilai signifikansi pada X₁ sebesar 0,41 > 0,05 dan pada X₂ sebesar 0,44 > 0,05. Sehingga memiliki kesimpulan tidak ada gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang didapat > 0,05.

D. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berfungsi menguji residual memiliki keterkaitan dengan observasi lainnya atau tidak. Tabel 8 menunjukkan hasil dari uji autokorelasi dengan menerapkan uji run test.

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

| | <i>Unstandardized Residual</i> |
|-------------------------------|--------------------------------|
| <i>Test Value^a</i> | 0,01 |
| <i>Cases < Test Value</i> | 31 |
| <i>Cases >= Test Value</i> | 33 |
| <i>Total Cases</i> | 64 |
| <i>Number of Runs</i> | 31 |
| <i>Z</i> | -0,50 |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | 0,62 |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 8 dari nilai signifikansi sebesar $0,62 > 0,05$ dapat disimpulkan data tidak terjadi autokorelasi karena memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

Uji F

Uji F berfungsi menguji signifikansi secara simultan atau serentak variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji F

| | Model | <i>Sum of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---|-------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------------|
| | <i>Regression</i> | 6,12 | 2 | 3,06 | 51,31 | 0,00 ^b |
| 1 | <i>Residual</i> | 3,64 | 61 | 0,06 | | |
| | Total | 9,75 | 63 | | | |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Pada tabel 9 nilai $F 51,31 > F \text{ Tabel } 3,15$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan pengaruh citra perusahaan dan peran Instagram secara serentak berpengaruh terhadap minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.

Uji T

Uji T memiliki tujuan menguji signifikansi dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 9. Hasil Uji T

| Model | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> | |
|-------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------|------|
| | B | <i>Std. Error</i> | Beta | | | |
| | <i>(Constant)</i> | 1,08 | 0,39 | | | |
| 1 | X ₁ | 0,52 | 0,10 | 0,49 | 5,22 | 0,00 |
| | X ₂ | 0,25 | 0,06 | 0,41 | 4,39 | 0,00 |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti tahun 2024

Berdasarkan Tabel 10 dapat disimpulkan bahwa:

- Pada variabel Citra perusahaan (X₁) memiliki nilai t Hitung 5,22 > t Tabel 1,67 dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Dapat disimpulkan citra dari perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.
- Pada variabel Peran Instagram (X₂) memiliki nilai t Hitung 4,389 > t Tabel 1,67 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan peran Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.

Pemeriksaan R-Square

Pemeriksaan R-Square bertujuan mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat.

Tabel 10. Hasil Pemeriksaan R-Square

| Model | R | R Square | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|-------|-------------------|----------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | 0,79 ^a | 0,63 | 0,62 | 0,24 |

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti tahun 2024

Tabel 11 menunjukkan *Nilai Adjusted R Squared* sebesar 0,615 dihasilkan dari pemeriksaan R-Square menggunakan model yang diberikan. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 61,5% dari minat enumerator dalam bergabung pada proyek REDI dijelaskan oleh variabel citra perusahaan dan peran Instagram. Namun sisanya sebesar 38,5% yang dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Pembahasan

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Enumerator dalam Bergabung di Proyek REDI.

Sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa citra perusahaan berpengaruh meningkatkan minat melamar pekerjaan pada suatu perusahaan (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024). Hasil dari penelitian ini citra perusahaan berpengaruh terhadap minat enumerator bergabung di proyek REDI. Semakin baik citra perusahaan, maka akan meningkatkan minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.

Pengaruh Peran Instagram Terhadap Minat Enumerator dalam Bergabung di Proyek REDI.

Sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa peran Instagram berpengaruh meningkatkan minat melamar pekerjaan pada suatu perusahaan (Feliana & Gafar Yoedtadi, 2024). Hal ini selaras dengan hasil penelitian ini, semakin baik peran Instagram, maka akan meningkatkan minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan (1) Citra Perusahaan memengaruhi minat enumerator dalam bergabung di proyek REDI secara signifikan dan positif. (2) Peran Instagram memengaruhi minat enumerator bergabung di proyek REDI secara signifikan dan positif. (3) Citra Perusahaan dan peran Instagram secara serentak memengaruhi minat enumerator bergabung di proyek REDI.

Perusahaan REDI dapat mempertahankan citra perusahaan yang positif dan juga mempertahankan peran Instagram yang baik. Hal tersebut bertujuan agar dapat meningkatkan minat dari enumerator terhadap proyek yang ada di Perusahaan REDI.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi "Digital Ecclesiology." *Fidei: Jurnal Teologi Sistemika Dan Praktika*, 1(2), 270–283.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263.
- Aspexsia, A. P. (2020). Pengaruh Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 7(1).
- Fajrin, V., Pratama, A., & Fauzi, A. (2024). Analisis kesalahan berbahasa pada penulisan pamflet di media sosial, 93–102.
- Feliana, F., & Gafar Yoedtadi, M. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan dan Instagram terhadap Minat Melamar Pekerjaan pada Mahasiswa FEB Untar. *Kiwari*, 3(3), 448–

456.

- Ginting, I. M. (2015). Jurnal Manajemen Jurnal Manajemen. Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram, 6(1), 131–143.
- Kurniawan, F., Srigati, B., & Rahmayanti, D. R. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @Enowcustom. MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(1), 27.
- Marcus, G. L., Wattimanela, H. J., & Lesnussa, Y. A. (2012). Analisis Regresi Komponen Utama Untuk Mengatasi Masalah Multikolinieritas Dalam Analisis Regresi Linier Berganda. BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan, 6(1), 31–40.
- Prasiska Vega, Y., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). Csr Dan Citra Perusahaan. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 24(1), 43–49.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. Jurnal EMBA, 9(1), 1428–1438.
- REDI. (2018). About Us. REDI. <https://redi.or.id/about-us/>
- Wirohikmawan, R., & Kustini, K. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Reputasi Perusahaan terhadap Minat Melamar Pekerjaan Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 8(1), 457.