

EFEKTIFITAS REKRUTMEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES

Tyaga Tustika Mahendra¹, Ika Korika Swasti²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: 22012010305@student.upnjatim.ac.id¹, ikaks.ma@upnjatim.ac.id²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan platform media sosial dalam strategi rekrutmen karyawan pada perusahaan pialang, dengan studi kasus di PT Victory International Futures. Seiring dengan perkembangan teknologi, perusahaan-perusahaan di sektor pialang harus beradaptasi dengan metode baru dalam menarik calon karyawan melalui media sosial. Platform seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan TikTok memberikan peluang untuk membangun interaksi langsung antara perusahaan dan calon pelamar, memperluas jangkauan audiens, serta menyajikan informasi rekrutmen secara lebih menarik dan transparan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan menganalisis penerapan media sosial secara umum sebagai saluran rekrutmen dan mengevaluasi dampaknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan kesadaran terhadap perusahaan, memperkenalkan budaya kerja, serta memberikan informasi rekrutmen yang lebih jelas dan mudah diakses.

Kata Kunci: Rekrutmen Karyawan, Perusahaan Pialang, Efektifitas, Media Sosial, PT Victory International Futures.

PENDAHULUAN

Di zaman digital ini, proses rekrutmen telah mengalami perubahan signifikan dengan kehadiran media sosial sebagai saluran utama untuk menyebarkan informasi mengenai lowongan pekerjaan. Platform seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan calon pelamar, menjangkau audiens yang lebih luas, serta menyampaikan peluang karir dengan cara yang lebih terbuka dan dinamis. Dengan kemampuannya untuk menghubungkan perusahaan dengan berbagai kalangan, media sosial menjadi alat yang efektif bagi perusahaan pialang, termasuk PT Victory International Futures, untuk meningkatkan efektivitas proses rekrutmen mereka.

Namun, meskipun media sosial menawarkan berbagai keuntungan, perusahaan juga harus menghadapi beberapa tantangan, terutama terkait dengan citra negatif industri pialang. Penelitian sebelumnya oleh Putri & Swasti (2025) menunjukkan bahwa perusahaan pialang berjangka sering menghadapi persepsi negatif yang menghambat kemampuan mereka untuk menarik calon pelamar yang berkualitas. Mereka menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial untuk edukasi dan rekrutmen terbukti efektif dalam memperbaiki persepsi publik terhadap perusahaan pialang dan meningkatkan kualitas pelamar. Temuan ini menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang lebih transparan dan interaktif melalui platform media sosial.

Seiring dengan semakin banyaknya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan gaya komunikasi yang lebih modern dan interaktif. Media sosial bukan hanya menyediakan platform untuk mempublikasikan lowongan pekerjaan, tetapi juga memperkenalkan nilai-nilai dan budaya perusahaan, menjelaskan kualifikasi yang dibutuhkan, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan calon pelamar. Hal ini sangat relevan karena generasi muda cenderung lebih sering mencari peluang karir melalui platform digital yang mereka kenal.

Namun demikian, meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan perusahaan. Salah satunya adalah keterbatasan teknis pada beberapa platform dan ketergantungan pada kemampuan pemasaran individu. Beberapa platform media sosial tidak memiliki integrasi yang baik untuk memfasilitasi proses pendaftaran pelamar, yang dapat memperlambat efektivitas rekrutmen (Juwita, 2013). Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi penggunaan media sosial dalam strategi rekrutmen, serta menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang ada.

Selain itu, rendahnya kepercayaan publik terhadap industri pialang menjadi tantangan bagi perusahaan dalam menarik dan merekrut karyawan yang berkualitas. Meskipun perusahaan pialang legal mengikuti peraturan yang berlaku, citra buruk yang melekat pada industri ini seringkali menghalangi calon pelamar yang berkualitas untuk melamar. Stigma negatif yang mengasosiasikan pialang dengan praktik tidak transparan atau bahkan penipuan memperburuk citra perusahaan dan menghambat daya tariknya bagi para profesional yang berkompeten.

Rekrutmen merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menarik pelamar yang memiliki kemampuan dan sikap yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan (Pipit Mulyah et al., 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai metode rekrutmen yang efisien, termasuk menggunakan E-Recruitment untuk mempermudah pencari kerja mengakses informasi lowongan tanpa harus datang langsung ke perusahaan atau membeli surat kabar. Seperti yang diungkapkan oleh Ruki (2006), strategi rekrutmen yang tepat perlu dipilih dengan cermat untuk meminimalkan biaya yang terkait dengan proses seleksi karyawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana PT Victory International Futures menggunakan media sosial dalam menarik calon pelamar yang berkualitas serta memahami potensi dan tantangan yang dihadapi dalam proses rekrutmen ini. Diharapkan,

hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai implementasi E-Recruitment yang lebih efektif, serta menghasilkan sumber daya manusia yang lebih kompeten dan mampu berkembang dalam lingkungan manajerial yang lebih efisien.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan studi kasus di PT Victory International Futures. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap implementasi media sosial sebagai saluran rekrutmen oleh perusahaan. Penelitian ini mengandalkan analisis terhadap dampak penggunaan media sosial secara umum dalam promosi rekrutmen, serta hasil yang diperoleh dari interaksi dengan audiens di berbagai platform media sosial. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi keuntungan dan tantangan dalam penggunaan media sosial serta untuk memberikan rekomendasi dalam penerapan media sosial sebagai alat promosi rekrutmen yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan sosial media sebagai saluran rekrutmen yang dilakukan oleh PT Victory International Futures bertujuan untuk menarik calon pelamar yang berkualitas dengan memanfaatkan platform media sosial seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan TikTok. Dengan menggunakan media sosial, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menjelaskan informasi mengenai lowongan pekerjaan secara lebih transparan, serta menciptakan komunikasi dua arah yang lebih interaktif dengan calon pelamar. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk memperkenalkan budaya perusahaan dan menjelaskan secara rinci mengenai kualifikasi yang dibutuhkan, tanggung jawab pekerjaan, serta nilai-nilai yang diterapkan di perusahaan. Media sosial, dengan kemampuannya yang mendunia dan mudah diakses, memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengoptimalkan strategi rekrutmen yang lebih dinamis, terukur, dan dapat disesuaikan dengan audiens yang beragam.

Namun, untuk memastikan bahwa penggunaan media sosial ini dapat dimaksimalkan, perlu dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi yang diterapkan. Oleh karena itu, analisis SWOT akan digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam strategi rekrutmen ini. Dengan analisis ini, perusahaan dapat memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan lebih efektif untuk menarik talenta yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Strengths (Kekuatan)

Salah satu kekuatan utama dalam menggunakan media sosial sebagai saluran rekrutmen adalah kemampuannya untuk menciptakan interaksi langsung dan personal dengan calon pelamar. Media sosial memungkinkan PT Victory International Futures untuk berkomunikasi secara lebih terbuka dengan audiens, khususnya generasi muda yang aktif di berbagai platform digital seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan TikTok. Melalui interaksi yang lebih personal, perusahaan dapat menjalin hubungan yang lebih dekat dengan calon pelamar. Dengan ini, perusahaan tidak hanya mempromosikan posisi yang tersedia, tetapi juga dapat menampilkan budaya kerja mereka, serta memberikan wawasan lebih dalam mengenai nilai-nilai yang diterapkan di perusahaan. Hal ini menciptakan sebuah hubungan yang lebih emosional dan responsif, yang pada gilirannya memperkuat citra perusahaan di mata calon karyawan.

Weaknesses (Kelemahan)

Rekrutmen melalui media sosial mempunyai kelemahan yaitu terlalu bergantung kepada sumber daya manusia yang melakukan pembuatan konten maupun melakukan rekrutmen. keberhasilan rekrutmen melalui media sosial sangat bergantung pada seberapa baik tim pemasaran dapat membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens. Jika konten yang disajikan tidak menarik atau tidak sesuai dengan kebutuhan audiens, calon

pelamar mungkin tidak akan tertarik untuk melamar. Oleh karena itu, penting bagi tim pemasaran untuk memahami audiens dan membuat pesan yang tepat agar dapat menarik perhatian mereka.

Selain itu, beberapa platform media sosial memiliki keterbatasan teknis. Misalnya, platform seperti TikTok tidak memungkinkan integrasi langsung dengan sistem pendaftaran pelamar. Hal ini membuat meskipun perusahaan mungkin dapat menjangkau banyak orang, namun para pelamar masih harus menggunakan pihak ketiga untuk melamar atau mendaftar yang bisa membuat prosesnya malah menjadi lebih lama dan menjadi kurang efisien.

Opportunities (Peluang)

Penggunaan media sosial memberikan peluang untuk menjangkau lebih banyak orang. Dengan platform seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan TikTok, perusahaan dapat menarik pelamar dari berbagai tempat dan latar belakang. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk menargetkan orang-orang yang tertarik dengan bidang pekerjaan yang ditawarkan, tanpa batasan geografis. Ini membantu perusahaan mendapatkan pelamar yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selain itu, media sosial juga memberikan peluang untuk mendidik dan memperkenalkan perusahaan dengan cara yang menarik. Perusahaan bisa menggunakan platform ini untuk menjelaskan lebih banyak tentang layanan yang mereka tawarkan dan mengapa pekerjaan di perusahaan mereka menarik. Ini juga membantu mengurangi kesalahpahaman atau stigma negatif yang mungkin ada terhadap industri pialang, serta membangun citra perusahaan yang lebih baik.

Threats (Ancaman)

Ada beberapa ancaman yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah persepsi negatif terhadap industri pialang. Banyak orang yang masih menganggap pialang berjangka sebagai industri yang berisiko tinggi, yang bisa membuat mereka ragu untuk melamar pekerjaan di sektor ini. Meskipun perusahaan sudah berusaha menjelaskan pekerjaan mereka secara transparan, stigma ini tetap ada dan bisa mengurangi minat pelamar.

Selain itu, persaingan yang ketat di media sosial juga menjadi ancaman. Banyak perusahaan lain juga memanfaatkan media sosial untuk menarik pelamar, yang berarti perusahaan harus berusaha lebih keras untuk menonjolkan diri dan menarik perhatian orang-orang yang tepat. Jika perusahaan tidak memiliki strategi yang menarik dan efektif, mereka bisa kehilangan peluang untuk menarik pelamar yang berkualitas.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial sebagai saluran rekrutmen oleh PT Victory International Futures memiliki banyak keuntungan, seperti kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan langsung dengan calon pelamar. Dengan menggunakan platform seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan TikTok, perusahaan dapat mempromosikan lowongan pekerjaan secara lebih transparan, interaktif, dan menarik, yang sangat relevan dengan audiens muda yang aktif di media sosial.

Namun, meskipun ada banyak peluang, seperti akses ke audiens global dan kesempatan untuk membangun citra positif perusahaan, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Ketergantungan pada keterampilan tim pemasaran, serta keterbatasan teknis pada beberapa platform media sosial, menjadi kelemahan yang harus diperbaiki. Selain itu, stigma negatif terhadap industri pialang dan persaingan yang ketat di media sosial juga menjadi ancaman yang harus dihadapi perusahaan.

Secara keseluruhan, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk rekrutmen, asalkan perusahaan dapat memanfaatkan platform ini dengan strategi yang tepat, mengatasi tantangan yang ada, dan terus berinovasi agar tetap menarik bagi pelamar potensial.

DAFTAR PUSTAKA

- Juwita, Kristin. (2013). Analisis Efektivitas Metode Rekrutmen melalui Social Media
- Pipit Mulyah, D., Aminatun, D., Nasution, S. S., Hastomo, T., & Sitepu, S. S. W. (2020). Rekrutmen dalam organisasi: Teori dan praktik. *Journal GEEJ*, 7(2), 1-10.
- Putri, R. S. I., & Swasti, I. K. (2025). Tantangan Proses Rekrutmen di Tengah Citra Negatif Perusahaan Pialang. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 29(1), 9-13.
- Ruki, S. (2006). Manajemen sumber daya manusia.