

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan media *online* sebagai sarana komunikasi digital dalam proses *e-recruitment* di PT Erajaya Swasembada Tbk, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan media *online* dalam *e-recruitment* di PT Erajaya Swasembada Tbk merupakan bagian dari upaya digitalisasi perusahaan yang selaras dengan nilai perusahaan, yaitu ILEAD. Media yang digunakan meliputi Instagram, TikTok, dan *website*. Keempatnya saling melengkapi, di mana Instagram, TikTok, dan LinkedIn berfungsi sebagai alat promosi dan *branding*, sedangkan *website* menjadi pusat dalam proses pendaftaran.
2. Faktor pendorong pemanfaatan media *online* ini meliputi perkembangan teknologi, perubahan kebiasaan generasi muda dalam mencari pekerjaan, efisiensi waktu dan biaya, serta kemudahan akses dan jangkauan audiens yang luas. Selain itu, pemanfaatan media *online* juga sebagai upaya untuk mendukung transparansi dan penguatan citra perusahaan di mata publik.
3. Instagram dan LinkedIn menjadi media sosial paling dominan yang digunakan dalam proses *e-recruitment* di PT Erajaya Swasembada Tbk karena kemampuannya menjangkau audiens yang relevan, serta didukung oleh berbagai fitur yang dimiliki.
4. Proses perencanaan dan pembuatan konten untuk menunjang proses *e-recruitment* dilakukan melalui kolaborasi antara tim Employer Branding dan tim Talent Acquisition. Proses ini meliputi *mapping* kebutuhan rekrutmen, perencanaan konten, penyesuaian platform, dan pemanfaatan fitur sesuai tujuan komunikasi.
5. Peluang yang didapatkan oleh PT Erajaya Swasembada Tbk dalam pemanfaatan media *online* untuk proses *e-recruitment* meliputi, kemudahan menjangkau kandidat potensial dan membangun citra perusahaan. Namun, PT Erajaya Swasembada Tbk juga menghadapi

tantangan, seperti penyebaran informasi palsu (*hoax*), ketidakcocokan calon kandidat, dan keterbatasan segmentasi pada platform tertentu.

B. SARAN

1. Untuk PT Erajaya Swasembada Tbk

- Perlu terus mengevaluasi efektivitas masing-masing platform dengan menggunakan fitur data analitik seperti *insight* Instagram dan performa konten TikTok.
- Meningkatkan literasi digital kandidat melalui edukasi konten yang menginformasikan proses rekrutmen resmi untuk meminimalisasi potensi hoaks.

2. Untuk perusahaan lain

- Disarankan untuk menyesuaikan strategi *e-recruitment* dengan karakteristik media sosial yang digunakan, serta profil kandidat yang dituju.
- Kolaborasi antara tim rekrutmen dan tim kreatif sangat penting dalam menghasilkan konten yang tepat sasaran dan menarik secara visual.

3. Untuk peneliti selanjutnya

- Dapat melakukan penelitian komparatif antar platform untuk mengetahui efektivitas masing-masing media dalam menarik kandidat.
- Penelitian lanjutan juga bisa berfokus pada persepsi kandidat terhadap komunikasi dalam proses rekrutmen melalui media *online*.