

APAKAH KONTEN FACEBOOK PELAMAR BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN REKRUTMEN?

Febby Erianto Nugroho¹

**Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta¹
febbyerianto@gmail.com¹

Abstract

This is an experimental research with purpose to know the effect of applicant's facebook content to recruitment decisions made by job recruiters. In this research there are three variables namely facebook content, gender recruiters, and recruitment decisions where the facebook content itself is divided into two ie professional and non-professional content. The population of this research are employees and business owners who have graduated from bachelor's degree and have a facebook account. Data taken by purposive sampling with a sample of 40 people and be tested using the non-parametric Kruskal-Wallis test. Results show that the applicant's facebook content influences the recruitment decisions made by job recruiters. This is indicated by the difference of choice from the first phase to third phase where the applicant who qualify have more percentage of professional content on his or her facebook account compared to applicants who do not qualify. Other results showed that there is no difference in the selection of candidates between male recruiter and women recruiter. This research can be concluded that the first hypothesis is accepted but the second hypothesis is rejected.

Keywords: *Facebook content, Recruitment decision, Recruiter's gender, Experimental research*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan sosial media (Sos-Med) saat ini semakin pesat membuat sebuah organisasi memutuskan untuk menggunakan Sos-Med didalam berbagai macam fungsi organisasi (A. El Ouiridi, El Ouiridi, Segers, & Henderickx, 2014). Perkembangan Sos-Med saat ini dengan beraneka ragam jenisnya (Kaplan & Haenlein, 2010) memiliki berbagai macam fungsi dan kegunaan yang berbeda (M. El Ouiridi, El Ouiridi, Segers, & Henderickx, 2014) sehingga menjadi suatu bagian yang tidak terpisahkan dalam proses rekrutmen karyawan (Gibbs, MacDonald, & MacKay, 2015; M. El Ouiridi, El Ouiridi, Segers, & Henderickx, 2014). Perekrut pekerjaan menggunakan Sos-Med untuk menyaring pelamar, menyebarkan lowongan pekerjaan, mengetahui karakteristik dan latar belakang dari pelamar pekerjaan kemudian melakukan penilaian terhadap pelamar pekerjaan tersebut (Caers & Castelyns, 2010; Klier, Klier, Rebhan, & Thiel, 2015; Melanthiou, Pavlou, & Constantinou, 2015).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) tahun 2016 pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang dengan 95% menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial dengan Facebook dan Twitter merupakan situs yang paling banyak diakses. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India.

Menurut data dari Webershandwick (Perusahaan public relations dan pemberi layanan jasa komunikasi) untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya.

Seorang perekrut pekerjaan melakukan pencarian di Sos-Med tidak hanya untuk mencari informasi dari pelamar yang terkait dengan pekerjaan namun juga mengenai hal yang bersifat pribadi yang tidak dicantumkan dalam Curriculum Vitae (CV) pelamar tersebut. (Roth, Bobko, Van Iddekinge, & Thatcher, 2013). Selain itu, perekrut menemukan konten profesional dan non-profesional pada akun Sos-Med pelamar dalam jumlah yang lebih besar dari biasanya terdapat pada CV pelamar. Konten Sos-Med memberikan perekrut tambahan informasi yang dibutuhkan untuk menilai apakah pelamar tersebut sesuai dengan organisasi dan pekerjaan yang mereka lamar (Chiang & Suen, 2015), dan merumuskan berbagai macam hal terkait yang dapat mempengaruhi pertanyaan yang diberikan saat sesi wawancara dan keputusan perekrutan berikutnya (Knouse, 1989).

Penelitian lain mengatakan bahwa pelamar yang memiliki konten non-profesional akan dinilai oleh perekrut secara negatif dan berlaku sebaliknya apabila pelamar yang memiliki konten profesional akan dinilai oleh perekrut secara positif serta perekrut yang menilai konten non-profesional lebih negatif, cenderung melaporkan kecenderungan yang dirasakan untuk mengecualikan pelamar serta adanya pengaruh gender dan kewarganegaraan dari pelamar dalam menanggapi konten Sos-Med (M. El Ouridi, A.El Ouridi, Pais & Segers, 2016). Sehingga peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui pengaruh konten facebook pelamar terhadap keputusan rekrutmen yang dilakukan perekrut dalam proses rekrutmen dan juga seperti apa keputusan rekrutmen perekrut jika hanya berdasarkan Curriculum Vitae (CV) pelamar pekerjaan dan apakah terdapat perubahan dalam keputusan tersebut setelah perekrut melihat akun Facebook pelamar.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Facebook Untuk Rekrutmen

Sos-Med adalah kumpulan aplikasi berbasis Internet yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang menggambarkan berbagai bentuk konten media yang dibuat oleh pengguna akhir di luar konteks profesional dan tersedia secara publik (Kaplan & Haenlein, 2010). Sebuah studi tahun pada 2013 menemukan bahwa 93% perekrut mengatakan bahwa mereka cenderung melihat profil Sos-Med pelamar, dan 43% telah mempertimbangkan pelamar baik dalam hal negatif maupun positif berdasarkan profil Sos-Med pelamar tersebut (Jobvite, 2013).

Facebook adalah situs Sos-Med yang didirikan pada tahun 2004. Pengguna Facebook bisa membuat profil yang menampilkan informasi pribadi, minat, foto, dan sejenisnya, dan bisa berteman dengan pengguna lainnya. Mereka juga dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan seperti menulis di dinding teman, mengomentari tautan, berpartisipasi dalam diskusi forum, dan menyukai suatu brand. Facebook

memungkinkan seseorang untuk membangun atau mempertahankan *social capital*, berkomunikasi dengan orang lain, mengikuti kehidupan orang lain, dan menemukan rumor serta gosip. Penelitian menunjukkan bahwa profil pada akun social media dapat digunakan oleh pemberi pekerjaan untuk membuat keputusan perekrutan selama proses perekrutan dan seleksi (Karl, Peluchette, & Schlaegel, 2010). Penelitian lain menyarankan bahwa beberapa pemberi pekerjaan telah menggunakan situs Sos-Med untuk melakukan proses *screening* terhadap pelamar pekerjaan, dan bahwa profil Facebook berpotensi memberi informasi berharga kepada pemberi pekerjaan tentang karakteristik psikologis pelamar (Stoughton, Thompson, & Meade, 2013).

Saat menilai profil pelamar, perekrut menghasilkan kesan positif dan negatif berdasarkan informasi yang berbeda. Kesan perekrut terhadap pelamar tergantung pada informasi apapun yang didapatkan pada akun Facebook pelamar seperti kualifikasi akademis, pengalaman kerja, dan kegiatan ekstrakurikuler, karena ini merupakan suatu penilaian mengenai keterampilan dan kemampuan yang berhubungan dengan pelamar pekerjaan (Cole, Rubin, Feild, & Giles, 2007). Evaluasi negatif dan kemungkinan seseorang untuk berhenti bekerja, dapat diprediksi dengan adanya konten seperti konsumsi alkohol dan kebiasaan berjudi yang terdapat pada akun Sos-Med pelamar (Weathington & Bechtel, 2012). Menurut efek asimetris positif-negatif, informasi negatif lebih berpengaruh daripada konten positif pada Sos-Med dalam proses *screening* (Madera & Chang, 2011).

b. Keuntungan Sosial Media Screening

Proses *screening* berbasis Sos-Med memiliki beberapa keunggulan yang sangat menguntungkan. Perekrut yang menggunakan Sos-Med dalam proses *screening* hanya memerlukan sedikit waktu dan usaha serta memberikan informasi lebih banyak daripada yang terdapat pada resume atau daftar riwayat hidup (CV) pelamar (Tufts, Jacobson, & Stevens, 2014). Berbagai manfaat yang terkait dengan penggunaan Sos-Med dalam perekrutan, berpusat pada penghematan biaya, meningkatkan jumlah pelamar yang dicapai, dan mampu menargetkan perekrutan pada kelompok tertentu (Davison, Maraist & Bing, 2011). Sebagai alat *screening*, Sos-Med mampu membuat forum publik untuk melakukan penilaian terhadap pelamar dengan biaya minimal, bahkan memungkinkan jenis usaha kecil untuk terlibat dalam proses *screening* menggunakan Sos-Med, calon pemberi kerja dapat memiliki akses ke informasi terperinci yang memungkinkan mereka untuk menarik atau membuat kesimpulan tentang karakter atau kepribadian pelamar yang akan memudahkan baik dalam segi biaya maupun memperoleh informasi dibandingkan dengan proses secara tradisional (Brown & Vaughn, 2011).

Perekrut juga menghubungkan transparansi informasi dengan *screening* pelamar di Sos-Med, di mana data pribadi seseorang tersedia untuk dilihat oleh semua orang (Ollington et al., 2013), dan di mana karakteristik kepribadian pelamar yang sebenarnya dapat ditemukan, bukan seperti yang terdapat dalam CV dan dari wawancara kerja (Berkelaar, 2014). Selain itu, Sos-Med memungkinkan perekrut untuk mendekati kandidat yang dinilai potensial dan meminta informasi yang relevan untuk beberapa

pekerjaan tertentu, sehingga memungkinkan untuk memilih apakah pelamar akan disertakan dalam proses rekrutmen dengan memberikan informasi yang diminta oleh perekrut, atau tidak disertakan apabila tidak menjawab pertanyaan yang diajukan oleh perekrut (Ollington et al., 2013). Penggunaan Sos-Med juga bisa meningkatkan kualitas pelamar dimana 49% perekrut yang menerapkan rekrutmen Sos-Med melihat peningkatan jumlah kandidat, dan 43% mencatat lonjakan kualitas kandidat (Jobvite, 2013). Kualitas dalam konteks ini berarti bahwa kualifikasi, pengalaman dan kesesuaian keseluruhan kandidat sesuai dengan spesifikasi pekerjaan secara tepat.

c. Konten Sosial Media

Seorang perekrut memperhatikan dan menilai beberapa jenis konten Sos-Med pada profil pelamar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa seorang pelamar tetap membagikan konten profesional maupun nonprofesional didalam akun Sos-Med mereka, meskipun mereka telah sadar betapa pentingnya mengenai *image* profesional mereka (M. El Ouiridi, Segers, El Ouiridi, & Pais, 2015). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan apabila terdapat pelamar dengan konten Sos-Med yang berorientasi keluarga atau berorientasi profesional, maka pelamar tersebut akan mendapat penilaian yang lebih baik dari perekrut daripada pelamar dengan profil yang berorientasi alkohol (Bohnert & Ross, 2010). Sebaliknya, perekrut memberikan penilaian terendah kepada individu dengan profil Facebook yang mengandung bahasa yang tidak sopan, kasar, atau foto yang menunjukkan pelamar tersebut sedang berada didalam pesta atau berhubungan dengan minuman beralkohol (Van Iddekinge et al., 2013).

Jenis konten facebook pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu konten non-profesional dan konten profesional (M. El Ouridi, A. El Ouridi, Pais & Segers, 2016) yang terinspirasi dari daftar item informasi profil bermasalah dan skala faux-pas (Peluchette & Karl, 2009, dan Karl, Peluchette, & Schlaegel, 2010). Ukuran yang digunakan untuk konten non-profesional mencakup empat item yakni Foto selfie atau tag foto informal (misal memakai baju renang); foto selfie atau tag foto yang kontroversial (misal minum minuman ber-alkohol); komentar tentang topik yang kontroversial (misal obat terlarang); komentar dalam suatu kegiatan yang melanggar kebijakan universitas atau tempat kerja. Sedangkan ukuran untuk item profesional yang terdapat pada profil pelamar antara lain: informasi pribadi (umur, jenis kelamin); gambaran kepribadian yang muncul dari profil (foto, pengalaman kerja, jumlah kontak, hobi dan minat pribadi, hadiah dan penghargaan profesional, referensi dan komentar yang diposting oleh orang lain, dan konten yang diposting oleh pelamar). Item ini ditujukan untuk menangkap adanya kecocokan awal dengan organisasi atau pekerjaan (misal pengalaman profesional); menilai social capital dan human capital pelamar (misal jumlah kontak, pendidikan); dan memberikan penilaian terhadap kepribadian pelamar. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan minat perekrut terhadap kepribadian pelamar secara online (Berkelaar, Scacco, & Birdsell, 2014), dan kemampuan mereka untuk secara akurat mengidentifikasi kepribadian dengan melihat konten Sos-Med

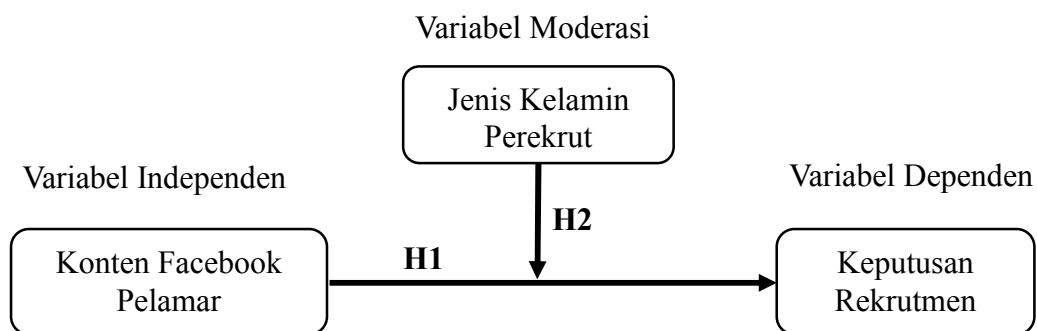
(Kluemper & Rosen, 2009), dan secara intuitif menilai kepribadian yang dipancarkan pada akun Facebook (Kluemper, Rosen, & Mossholder, 2012).

H1: Konten facebook pelamar dapat mempengaruhi keputusan rekrutmen Perekrut pekerjaan.

d. Pengaruh Gender Perekrut Pekerjaan

Menurut model selektivitas, wanita adalah pengolah informasi komprehensif yang mempertimbangkan informasi subjektif dan objektif dan menanggapi isyarat halus; Sebaliknya, pria adalah pengolah informasi selektif yang cenderung menggunakan pemrosesan heuristik dan melewatkan isyarat halus (Meyers-levy & Sternthal, 1991). Selain itu, wanita lebih responsif daripada pria terhadap rangsangan negatif di lingkungan mereka (Meyers-Levy & Loken, 2015). Oleh karena itu, dengan memberi informasi tentang gaya pengolahan informasi yang komprehensif dan tanggapan mereka terhadap rangsangan negatif, perekrut wanita diharapkan dapat menilai konten non-profesional dan profesional pada profil media sosial pemohon lebih kuat dibandingkan dengan perekrut pria. Gender juga diharapkan dapat berperan dalam kecenderungan perekrutan untuk mengecualikan pelamar. Perekrut wanita diharapkan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengecualikan pelamar selama skrining berbasis media sosial dibandingkan dengan perekrut pria. Selain itu, sebuah studi tentang dampak hubungan persahabatan antara kandidat dan perekrut mengenai penilaian pemohon yang terakhir menemukan bahwa wanita lebih keras terhadap pelamar yang tidak memenuhi syarat dan lebih enggan memberi mereka tawaran pekerjaan meskipun ada persahabatan bersama (Nguyen, Allen, & Godkin, 2006).

H2: Terdapat perbedaan keputusan mengenai pelamar yang dinyatakan lolos antara Perekrut Wanita dengan Perekrut Pria



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan pengambilan data berupa kuesioner terhadap 40 orang karyawan atau pemilik usaha dimana mereka merupakan lulusan S1 dan memiliki akun facebook. Penelitian ini dilakukan uji nonparametric yakni uji Kruskal-Wallis dengan bantuan software IBM SPSS Statistic versi 24. Responden pada penelitian ini akan berperan sebagai seorang Manajer SDM (Sumber

Daya Manusia) perusahaan yang akan melakukan seleksi terhadap pelamar untuk posisi Pemasaran dan responden diminta untuk memilih pelamar yang dinyatakan lolos ataupun tidak.

a. Tahap Pertama

Pada tahap ini yang disajikan kepada responden adalah daftar riwayat hidup (CV) dari 10 pelamar yang akan melamar pekerjaan. Dalam CV tersebut yang membedakan hanya IPK dan jenis kelamin sedangkan usia, perguruan tinggi, jurusan, dan tahun kelulusan pelamar dibuat sama, hal ini untuk meminimalisir bias yang timbul dari Responden. Alasan dipilihnya IPK dan jenis kelamin sebagai indikator yang membedakan karena kedua hal tersebut merupakan sesuatu yang obyektif dan dapat diukur. Selain itu pada kuisioner juga tidak dicantumkan nama dan foto dari kesepuluh pelamar dengan tujuan untuk mengurangi bias terhadap penelitian eksperimen ini.

b. Tahap Kedua

Pada tahap ini responden disajikan gabungan dari daftar riwayat hidup (CV) dan konten yang terdapat pada facebook kesepuluh pelamar tersebut, dimana terdapat dua komponen yaitu bagian foto dan bagian dinding facebook. Bagian foto didalamnya berisi apa saja yang ada pada akun Facebook mereka, baik itu yang mereka upload maupun hasil tag dari teman facebook pelamar tersebut. Sedangkan konten pada bagian dinding facebook pelamar berisi postingan berupa update status, share link, like, dan comment. Tahapan ini konten foto dan postingan pada facebook pelamar dibagi menjadi dua bagian yakni konten profesional dan konten non-profesional berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh M. El Ouridi, A. El Ouridi, Pais & Segers pada tahun 2016. Dalam tahapan ini dapat dilihat apakah gabungan dari Curriculum Vitae (CV) dan konten facebook kesepuluh pelamar tersebut dapat mempengaruhi keputusan rekrutmen yang telah diberikan pada tahap awal.

Tabel 1. Klasifikasi Konten pada Dinding Facebook

Konten Dinding Profesional	Konten Dinding Non-Profesional
Konten yang diposting mengenai minat dan hobi. (Film, Olahraga, Otomotif, dll)	Konten yang berisi postingan mengenai sesuatu yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku dimasyarakat dan kontroversial (Minuman keras, Senjata api, LGBT, Kriminal, dll)
Konten yang diposting mengenai kegiatan sehari – hari (Keluarga, Aktivitas kuliah, Organisasi, dll)	Konten yang berisi berita atau informasi yang tidak dapat jelas sumber beritanya sehingga dapat menimbulkan perdebatan. (Berita hoax, SARA, dll)
Konten yang diposting orang lain sehingga memberikan gambaran mengenai pribadi seseorang (Ucapan selamat berlomba, memenangkan perlombaan, dll)	

Sumber: M. El Ouridi, A. El Ouridi, Pais & Segers (2016)

Tabel 2. Klasifikasi Konten Foto Facebook

Konten Foto Profesional	Konten Foto Non-Profesional
Foto bersama Keluarga (Orang tua, Saudara, Suami/Istri, Anak, dll)	Foto Selfie
Foto mengenai kegiatan Organisasi (Kemasiswaan, Keagamaan, Sosial, Masyarakat, dll)	Foto - foto yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku dimasyarakat dan kontroversial (Bermesraan, Mengenakan bikini, Minuman keras, Senjata api, dll)

Sumber: M. El Ouridi, A. El Ouridi, Pais & Segers (2016)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Pengujian Data

Tabel 3. Distribusi Data Responden

Karakteristik	Jumlah	Kelompok	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	40	Pria	20	50.0%
		Wanita	20	50.0%
Usia	40	22 - 25 tahun	10	25.0%
		26 - 29 tahun	27	67.5%
		30 - 33 tahun	3	7.5%
Jenis Pekerjaan	40	Karyawan	30	75.0%
		Pemilik Usaha	10	25.0%
Lama Bekerja	40	1 - 3 tahun	22	55.0%
		4 - 6 tahun	13	32.5%
		7 - 9 tahun	5	12.5%

Sumber: Data yang diolah (2018)

Tabel 4. Hasil Uji Kruskal Wallis

Keputusan Rekrutmen	N	Mean Rank	
		Tahap Pertama	Tahap Kedua
Pelamar A	40	125.5*	110.5*
Pelamar B	40	275.5	115.5*
Pelamar C	40	250.5	125.5*
Pelamar D	40	125.5*	135.5*
Pelamar E	40	185.5*	285.5
Pelamar F	40	275.5	145.5*
Pelamar G	40	235.5	285.5
Pelamar H	40	125.5*	220.5
Pelamar I	40	265.5	290.5
Pelamar J	40	140.5*	290.5

Total	400
-------	-----

Sumber: Data yang diolah (2018)

Keterangan: (*) Pelamar yang lolos

Tabel 5. Hasil Uji Kruskal Wallis dengan memisahkan Perekrut Pria dengan Wanita

Keputusan Rekrutmen	N	Mean Rank			
		Tahap Pertama		Tahap Kedua	
		Pria	Wanita	Pria	Wanita
Pelamar A	20	70.5*	55.5*	55.5*	55.5*
Pelamar B	20	130.5	145.5	60.5*	55.5*
Pelamar C	20	120.5	130.5	65.5*	60.5*
Pelamar D	20	70.5*	55.5*	75.5*	60.5*
Pelamar E	20	80.5*	105.5*	145.5	140.5
Pelamar F	20	140.5	135.5	65.5*	80.5*
Pelamar G	20	120.5	115.5	140.5	145.5
Pelamar H	20	65.5*	60.5*	110.5	110.5
Pelamar I	20	125.5	140.5	140.5	150.5
Pelamar J	20	80.5*	60.5*	145.5	145.5
Total	200				

Sumber: Data yang diolah (2018)

Keterangan: (*) Pelamar yang lolos

b. Pembahasan Hipotesis Pertama

Konten facebook pelamar dapat mempengaruhi keputusan rekrutmen Perekrut pekerjaan.

Pelamar yang lolos proses rekrutmen adalah mereka yang dinyatakan lolos pada Tahap kedua karena informasi yang diberikan pada responden sebagai bahan penilaian merupakan gabungan dari CV dan akun facebook mereka. Pada Tahap pertama informasi yang disajikan kepada responden hanya sebatas CV dari pelamar, sedangkan pada tahap kedua yang disajikan kepada responden adalah gabungan dari informasi yang terdapat pada CV dan konten facebook pelamar yang terdiri dari bagian foto dan dinding pada akun facebook pelamar tersebut.

Dari kesepuluh pelamar tersebut akan diambil lima orang saja yang dinyatakan lolos berdasarkan informasi yang terdapat dalam CV dan akun facebook pelamar tersebut. Pelamar yang lolos yakni Pelamar A, B, C, D, dan F. Pelamar A dan D yang dinilai lolos dalam kedua tahapan eksperimen tersebut. Pelamar B, C, dan F tidak lolos pada tahap pertama tetapi lolos pada tahap kedua. Pelamar E, H, dan J hanya lolos pada tahap pertama saja. Pelamar G dan I dinilai tidak lolos dari kedua tahapan tersebut.

Karakteristik pelamar yang lolos proses rekrutmen seperti dapat dilihat pada Tabel 6 dan 7 menunjukkan bahwa konten yang terdapat pada akun facebook ternyata dapat mempengaruhi penilaian perekrut pekerjaan untuk memilih mereka. Terdapat beberapa

Pelamar yang lolos memiliki IPK yang lebih rendah dibandingkan dengan pelamar yang tidak lolos, contohnya seperti pada Pelamar B dan Pelamar F (IPK 3,30) atau Pelamar C (IPK 3,35) memiliki IPK yang lebih rendah jika dibandingkan dengan Pelamar lain yang tidak lolos seperti Pelamar E dan G (IPK 3.40), Pelamar H (IPK 3,50) Pelamar I (IPK 3,35) dan Pelamar J (IPK 3,45). Hal ini menunjukkan bahwa nilai IPK yang tinggi saja ternyata tidak cukup untuk meloloskan seseorang dalam proses rekrutmen, karena para perekrut pekerjaan dewasa ini juga mempertimbangkan konten seperti apa yang diposting oleh pelamar pekerjaan di akun facebook mereka.

Tabel 6. Pelamar yang Lolos Penilaian

Tahap Pertama	Tahap Kedua
Pelamar A	Pelamar A
Pelamar D	Pelamar B
Pelamar E	Pelamar C
Pelamar H	Pelamar D
Pelamar J	Pelamar F

Sumber: Data yang diolah (2018)

Tabel 7. Karakteristik Pelamar yang Lolos Rekrutmen

Pelamar	Karakteristik Berdasarkan CV dan Konten Facebook
Pelamar A	Pria IPK 3.50 memposting 50% foto berkonten professional dan 100% konten dinding professional
Pelamar B	Wanita IPK 3,30 memposting 75% foto berkonten professional dan 75% konten dinding professional
Pelamar C	Pria IPK 3.35 memposting 100% foto berkonten professional dan 75% konten dinding professional
Pelamar D	Wanita IPK 3,45 memposting 50% foto berkonten professional dan 100% konten dinding professional
Pelamar F	Pria IPK 3.30 memposting 75% foto berkonten professional dan 50% konten dinding professional

Sumber: Data yang diolah (2018)

Tabel 8. Karakteristik Pelamar yang Tidak Lolos Rekrutmen

Pelamar	Karakteristik Berdasarkan CV dan Konten Facebook
Pelamar E	Pria IPK 3,40 memposting 25% foto berkonten professional dan 0% konten dinding professional
Pelamar G	Wanita IPK 3,40 memposting 25% foto berkonten professional dan 0% konten dinding professional
Pelamar H	Wanita IPK 3,50 memposting 75% foto berkonten professional dan 50% konten dinding professional
Pelamar I	Wanita IPK 3,35 memposting 0% foto berkonten professional dan 25% konten dinding professional

Pelamar J	Pria IPK 3.45 memposting 0% foto berkonten professional dan 25% konten dinding professional.
-----------	--

Sumber: Data yang diolah (2018)

Dari hasil penelitian ini, seorang pelamar diputuskan lolos oleh perekrut pekerjaan apabila pada akun facebook mereka terdapat konten professional yang lebih banyak jika dibanding dengan konten non-professional yang mereka miliki. Seperti dapat dilihat pada Tabel 6 dan 7 dimana pelamar yang lolos memposting konten professional baik itu berupa foto maupun postingan pada dinding facebook mereka yang lebih banyak dibandingkan konten non-professional, hal tersebut ditunjukkan oleh besarnya persentase yang lebih dari atau sama dengan 50% ($\geq 50\%$). Pelamar yang lolos yakni Pelamar A, B, C, D, dan F memiliki persentase konten profesional yang lebih dari atau sama dengan 50% ($\geq 50\%$) baik itu konten yang berupa foto maupun postingan pada dinding facebook mereka. Sedangkan pelamar yang tidak lolos memiliki persentase konten profesional yang kurang dari atau sama dengan 50% ($\leq 50\%$) baik itu konten yang berupa foto maupun postingan pada dinding facebook mereka kecuali Pelamar H (75% foto berkonten professional dan 50% konten dinding professional).

Untuk kasus Pelamar H jika dilihat berdasarkan IPK dan konten facebook seharusnya dinyatakan lolos jika dibandingkan dengan Pelamar F, namun jika hanya berdasar konten facebook saja maka Pelamar H dan Pelamar F memiliki persentase konten profesional yang sama (75% foto berkonten professional dan 50% konten dinding professional). Faktor yang mungkin dapat mempengaruhi pilihan responden untuk meloloskan Pelamar F dibanding Pelamar H adalah faktor gender dimana Pelamar F merupakan seorang pria sedangkan Pelamar H adalah wanita, karena dari kelima pelamar yang lolos tiga diantaranya merupakan pria (Pelamar A, C, dan F). Namun perlu dilakukan kajian teori serta penelitian yang lebih lanjut untuk mengetahui apakah benar terdapat pengaruh dari gender pelamar terhadap keputusan rekrutmen.

Berdasarkan temuan seperti yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa konten facebook memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan rekrutmen sehingga **Hipotesis penelitian ini dapat diterima bahwa Konten Facebook Pelamar Mempengaruhi Keputusan Rekrutmen Perekrut Pekerjaan.**

c. Pembahasan Hipotesis Kedua

Terdapat perbedaan keputusan mengenai pelamar yang diloloskan pada proses rekrutmen antara Perekrut Wanita dengan Perekrut Pria

Tabel 9. Pelamar yang Lolos Penilaian

Tahap Pertama		Tahap Kedua	
Pria	Wanita	Pria	Wanita
Pelamar A	Pelamar A	Pelamar A	Pelamar A
Pelamar D	Pelamar D	Pelamar B	Pelamar B
Pelamar E	Pelamar E	Pelamar C	Pelamar C
Pelamar H	Pelamar H	Pelamar D	Pelamar D

Pelamar J	Pelamar J	Pelamar F	Pelamar F
-----------	-----------	-----------	-----------

Sumber: Data yang diolah (2018)

Dari hasil olah data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan pemilihan pelamar yang telah dilakukan oleh Perekrut Pria dan Perekrut Wanita pada proses rekrutmen. Pada kedua tahapan eksperimen ini baik Perekrut Pria maupun Wanita memilih pelamar yang sama untuk diloloskan, tidak hanya pada tahap ketiga yaitu tahap akhir pada eksperimen ini. Hal ini menunjukkan bahwa baik Perekrut Pria maupun Wanita melakukan penilaian secara obyektif dan sangat selektif serta penuh pertimbangan terhadap konten professional maupun nonprofesional yang terdapat pada akun facebook pelamar.

Berdasarkan temuan seperti yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pilihan pelamar dalam proses penilaian yang dilakukan oleh perkerut pria dan wanita sehingga **Hipotesis penelitian ini tidak dapat diterima bahwa Terdapat perbedaan keputusan mengenai pelamar yang dinyatakan lolos antara Perekrut Wanita dengan Perekrut Pria**

d. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah memberikan pembaruan serta informasi terhadap metode rekrutmen yang biasanya digunakan oleh perekrut pekerjaan yang selama ini terlalu mengacu pada IPK dan CV dari seorang pelamar. Selain itu memungkinkan juga untuk dikembangkan lebih luas lagi dengan menambahkan faktor gender, suku, almamater, maupun agama dari pelamar sebagai variable moderasi untuk mengetahui apakah dapat mempengaruhi keputusan rekrutmen. Selain itu juga memungkinkan untuk menerapkan penelitian ini terhadap aplikasi Sos-Med lain seperti instagram, Path, twitter dan aplikasi sejenisnya.

Sedangkan untuk implikasi manajerial adalah apabila menggunakan metode ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menghemat waktu, biaya, dan juga tenaga dalam proses rekrutmen calon karyawan. Karena perekrut pekerjaan dapat melakukan seleksi terlebih dahulu terhadap pelamar pekerjaan menggunakan bantuan aplikasi social media yang memungkinkan untuk mengetahui lebih jauh mengenai karakteristik pelamar pekerjaan yang tidak mereka tampilkan di dalam CV. Sehingga hanya pelamar yang sesuai dengan kualifikasi dan karakteristik sajalah yang akan diloloskan ke tahap berikutnya pada proses rekrutmen pekerjaan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa hipotesis pertama diterima tetapi hipotesis kedua ditolak sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah konten facebook pelamar mempengaruhi keputusan rekrutmen perekrut pekerjaan dan tidak terdapat perbedaan keputusan mengenai pelamar yang dinyatakan lolos antara perekrut wanita dengan perekrut pria. Pada hipotesis pertama dapat dilihat ternyata seorang pelamar yang memiliki nilai IPK yang tinggi saja ternyata tidak cukup untuk dapat meloloskan pelamar dalam proses rekrutmen karyawan, karena para perekrut kerja dewasa ini juga mempertimbangkan konten seperti apa yang diposting oleh pelamar pekerjaan di akun facebook mereka. Pada hipotesis

kedua menunjukkan bahwa perekrut pria maupun wanita melakukan penilaian yang obyektif terhadap pelamar pekerjaan berdasarkan CV dan konten pada facebook pelamar pekerjaan tersebut. Sehingga *stereotype* yang ada bahwa pria lebih rasional dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan wanita yang dianggap lebih mengedepankan segi emosional ternyata tidak benar. Hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian ini dimana baik perekrut pria maupun wanita mengambil keputusan rekrutmen yang sama terhadap pelamar pekerjaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, saran yang dapat diberikan adalah Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya lebih teliti dan hati-hati dalam menggali informasi sehingga akan memberikan dampak pada hasil penelitian dan juga dimungkinkan juga untuk menambah jumlah responden dengan tetap memperhatikan validitas baik itu internal maupun eksternal. Selain itu untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperhatikan kuisisioner dari segi waktu maupun isi dari kuisisioner itu sendiri, sehingga responden lebih paham dan lebih teliti serta tidak timbul kebosanan dalam pengisian kuisisioner yang diberikan.

Pada akhirnya hasil penelitian ini memberikan masukan kepada para pelamar pekerjaan untuk kedepannya agar lebih berhati – hati dan lebih bijaksana dalam membagikan sesuatu didalam akun facebook maupun akun Sosial media lainnya karena dapat berpengaruh terhadap masa depan karir mereka nanti. Apalagi sekarang ini banyak sekali terdapat berita yang tidak jelas sumber kebenarannya dan mudahnya dalam mengakses dan membagikan suatu informasi sehingga diharapkan untuk berpikir panjang dan mempertimbangkan dengan matang sebelum membagikan melalui akun social media mereka. Seperti halnya ungkapan yang saat ini viral di Sosial media “*Jejak digital tidak pernah berbohong.*”

6. REFERENSI

- [1] Berkelaar, B. L. 2014. Cybervetting, online information, and personnel selection: new transparency expectations and the emergence of a digital social contract. *Management Communication Quarterly*. 1 – 20.
- [2] Bohnert, D., & Ross, W. H. 2010. The influence of social networking web sites on the evaluation of job candidates. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. 13(3). 341 – 347.
- [3] Brown, V. R., & Vaughn, E. D. 2011. The writing on the (Facebook) wall: the use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business and Psychology*. 26(2). 219 – 225.
- [4] Caers, R., & Castelyns, V. 2010. LinkedIn and Facebook in Belgium: the influences and biases of social network sites in recruitment and selection procedures. *Social Science Computer Review*. 29(4). 437 – 448.
- [5] Chiang, J. K.-H., & Suen, H.-Y. 2015. Self-presentation and hiring recommendations in online communities: lessons from Linked. *Computers in Human Behavior*. 48. 516 – 524.
- [6] Cole, M. S., Rubin, R. S., Feild, H. S., & Giles, W. F. 2007. Recruiters' perceptions and use of applicant resume information: screening the recent graduate. *Applied Psychology*. 56(2). 319 – 343.
- [7] Davison, H. K., Maraist, C., & Bing, M. N. 2011. Friend or foe? the promise and pitfalls of using social networking sites for HR decisions. *Journal of Business and Psychology*. 26(2). 153 – 159.
- [8] El Ouiridi, M., El Ouiridi, A., Segers, J., & Henderickx, E. 2014. Social media conceptualization and taxonomy: a lasswellian framework. *Journal of Creative Communications*. 9(2). 107 – 126.
- [9] El Ouiridi, M., El Ouiridi, A., Segers, J., & Henderickx, E. 2014. Social recruiting: towards a state-of-the-art synthesis. *In Proceedings of the European Conference on social media university of Brighton*. (pp. 734 – 736)
- [10] El Ouiridi, M., Segers, J., El Ouiridi, A., & Pais, I. 2015. Predictors of job seekers' self-disclosure on social media. *Computers in Human Behavior*. 34(5). 454 – 464.
- [11] El Ouiridi, M., Segers, J., El Ouiridi, A., & Pais, I. 2016. The relationship between recruiter characteristics and applicant assessment on social media. *Computers in Human Behavior*. 62(4). 415 – 422.

- [12] Gibbs, C., MacDonald, F., & MacKay, K. 2015. Social media usage in hotel human resources: recruitment, hiring and communication. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 27(2).
- [13] Jobvite. 2013. The Jobvite 2013 Social Recruiting Survey Results, Jobvite, BurlingameJobvite.com.
- [14] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. 53(1). 59 – 68.
- [15] Karl, K., Peluchette, J., & Schlaegel, C. 2010. Who's posting Facebook faux pas? A cross-cultural examination of personality differences. *International Journal of Selection and Assessment*. 18(2). 174 – 186.
- [16] Klier, J., Klier, M., Rebhan, V., & Thiel, L. 2015. Can social media help to alleviate skilled worker shortage? first insights from the german federal employment agency. In 12th international Conference on Wirtschaftsinformatik. (pp. 797 – 810)
- [17] Kluemper, D. H., & Rosen, P. A. 2009. Future employment selection methods: evaluating social networking web sites. *Journal of Managerial Psychology*. 24(6). 567 – 580.
- [18] Kluemper, D. H., Rosen, P. A., & Mossholder, K. W. 2012. Social networking websites, personality ratings, and the organizational context: more than meets the eye? *Journal of Applied Social Psychology*. 42(5). 1143 – 1172.
- [19] Knouse, S. B. 1989. The role of attribution theory in personnel employment selection: a review of the recent literature. *The Journal of General Psychology*. 116(2). 183 – 196.
- [20] Madera, J. M., & Chang, W. 2011. Using social network sites to investigate employees in the hospitality industry. International CHRIE Conference-Refereed Track. 1 -15.
- [21] Meyers-Levy, J., & Loken, B. (2015). Revisiting gender differences: what we know and what lies ahead. *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 129e149.
- [22] Meyers-Levy, J., & Maheswaran, D. (1991). Exploring differences in males' and females' processing strategies. *Journal of Consumer Research*. 18(1). 63e70.
- [23] Melanthiou, Y., Pavlou, F., & Constantinou, E. 2015. The use of social network sites as an e-recruitment tool. *Journal of Transnational Management*. 20(1). 31 – 49.
- [24] Nguyen, N. T., Allen, C. L., & Godkin, R. L. (2006). Recruiters' assessment and use of social capital in resume screening. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(8), 1813 - 1832.
- [25] Ollington, N., Gibb, J., & Harcourt, M. 2013. Online social networks: an emergent recruiter tool for attracting and screening. *Personnel Review*. 42(3). 248 – 265.
- [26] Peluchette, J., & Karl, K. 2009. Examining students' intended image on Facebook: “what were they thinking?!” *Journal of Education for Business*. 85(1). 30 – 37.
- [27] Roth, P. L., Bobko, P., Van Iddekinge, C. H., & Thatcher, J. B. 2013. Social media in employee-selection-related decisions: a research agenda for uncharted territory. *Journal of Management*. 1 – 30.
- [28] Stoughton, J. W., Thompson, L. F., & Meade, A. W. 2013. Examining applicant reactions to the use of social networking websites in pre-employment screening. *Journal of Business and Psychology*.
- [29] Tufts, S. H., Jacobson, W. S., & Stevens, M. S. 2014. Status update: social media and local government human resource practices. *Review of Public Personnel Administration*. 1 – 15.
- [30] Van Iddekinge, C. H., Lanivich, S. E., Roth, P. L., & Junco, E. 2013. Social media for selection? validity and adverse impact potential of a facebook-based assessment. *Journal of Management*. 1 – 25
- [31] Weathington, B. L., & Bechtel, A. R. 2012. Alternative sources of information and the selection decision making process. *Journal of Behavioral & Applied Management*. 13(2). 108 – 120.