

**Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan
Melalui Media *Online* dan Media Konvensional**

**(Studi Tentang Efisiensi Waktu dan Tenaga dari PT. Jasa Marga (persero)
Tbk)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**RAFI DHARMAWAN
NIM. 135030218114002**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA
MALANG**

2018

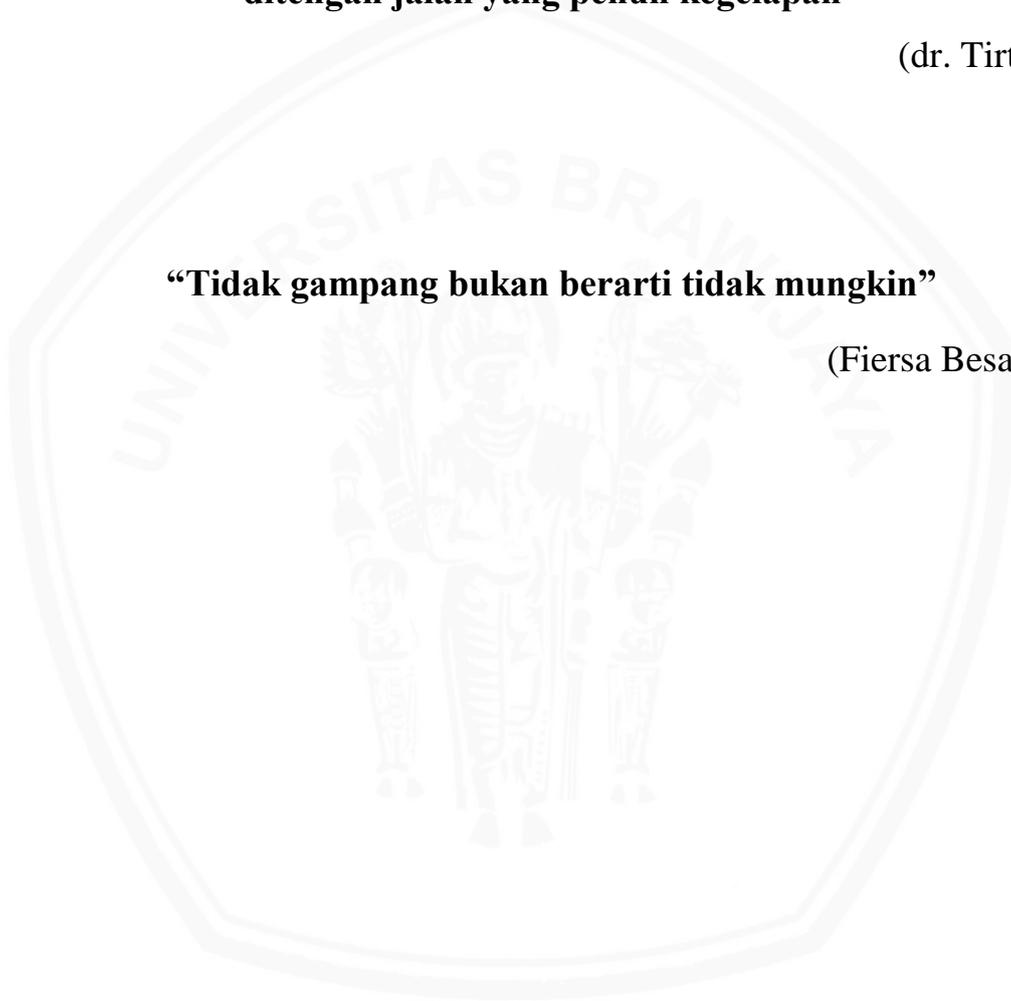
MOTTO

**“Kita gak akan tau kapan terang itu datang kalau kita berhenti
ditengah jalan yang penuh kegelapan”**

(dr. Tirta)

“Tidak gampang bukan berarti tidak mungkin”

(Fiersa Besari)



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Melalui Media
Online dan Media Konvensional (Studi tentang Efisiensi
Waktu dan Tenaga dari PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

Disusun oleh : Rafi Dharmawan

NIM : 135030218114002

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi/Minat : MSDM

Malang, 24 Agustus 2018

Komisi Pembimbing
Ketua,

Komisi Pembimbing
Anggota,

Drs. Heru Susilo, MA
NIP. 195912101986011001

Edlyn Khurotul Aini, S.AB., M.AB, M.BA
NIP. 2013048705312001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 24 September 2018
Jam : 10.00
Skripsi atas nama : Rafi Dharmawan
Judul : Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Melalui Media
Online dan Media Konvensional

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,

Anggota,

Drs. Heru Susilo, MA.
NIP. 19591210198601001

Edlyn Khurotul Aini, S.AB, M.AB, M.BA
NIP. 2013048705312001

Anggota,

Anggota,

Prof. Dr. Bambang Swasto S, ME
NIP. 194504081973021002

Muhamad Cahyo Widyo S, SE, MBA
NIP. 2013048303181000

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 24 Agustus 2018

Mahasiswa,

Rafi Dharmawan
135030218114002

RINGKASAN

Rafi Dharmawan., 2018. **Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Melalui Media Online dan Media Konvensional** (Studi tentang Efisiensi Waktu dan Tenaga dari PT. Jasa Marga (persero) Tbk.), Drs. Heru Susilo, MA dan Edlyn Khurotul Aini, S.AB., M.AB, M.BA.

Proses rekrutmen dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang terbaik untuk berada di posisi yang telah disediakan oleh perusahaan. Selain rekrutmen harus efektif disamping itu proses rekrutmen juga harus efisien guna menekan waktu dan tenaga yang diperlukan dalam proses rekrutmen. Terdapat beberapa metode rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas, salah satunya dengan cara mempromosikan melalui media *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menjelaskan dan menganalisis alur proses rekrutmen karyawan melalui media online pada PT Jasa Marga (persero) Tbk dan (2) Menjelaskan dan menganalisis efisiensi rekrutmen karyawan berbasis media online pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data dan observasi secara langsung. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memecahkan masalah dengan menggambarkan keadaan, objek/ subjek dan juga berdasarkan pada kenyataan atau kondisi aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan rekrutmen online di PT. Jasa Marga (persero) Tbk. dari tahap awal Mengidentifikasi jabatan yang lowong dan berapa jumlah tenaga yang diperlukan sampai dengan Memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan jabatan terakhir sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan landasan teori. Dan untuk sarana Job Posting yang digunakan, PT. Jasa Marga (persero) Twitter, Wassapp, Website, Web Carrier kampus. Sedangkan media cetak menggunakan Koran dan Poster yang disebar di internal perusahaan dan eksternal. Dari segi efisiensinya, jika ditinjau dari tenaga, dan waktu jika dibandingkan dengan metode rekrutmen konvensional sangat efisien. Karena dari hasil penelitian yang dilakukan di PT. Jasa Marga (persero) Tbk diketahui bahwa penerapan rekrutmen melalui media online dapat lebih menekan tenaga dan waktu yang harus dibutuhkan dibandingkan media konvensional seperti job fair, walk in dan media cetak.

SUMMARY

Rafi Dharmawan, 2018. **Efficiency Analysis of Employee Recruitment Through Online Media and Conventional Media** (Study of Time and Labor Efficiency in PT. Jasa Marga (Persero) Tbk), Drs. Heru Susilo, MA and Edlyn Khurutul Aini, S.AB, M.AB, M.BA.

The recruitment process was applied by the company to get the best human resources to fill the position that has been offered by the company. In addition to the effectiveness, the recruitment process must also efficiently conducted to save time and power needed in the recruitment process. There is several recruitment methods applied by the company to get a good employee, one of them is by promoting through the online media.

This research was aimed to (1) explain and analyze the step of recruitment process through the online media in PT. Jasa Marga (persero) Tbk and (2) explain and analyze the recruitment efficiency based on online media in PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

The type of research used was descriptive research by qualitative approach, with direct observation and data collection. The descriptive research was used to make problem solving which describes situation, subject/ object and also based on the reality when the research was conducted.

The research shows that the application of online recruitment in PT. Jasa Marga (persero) Tbk. From identifying the empty position and how much Human Resources needed until called the applicant whom met the standard has already been well conducted and matched with the theory. For the media used was PT. Jasa Marga (persero) Twitter, WhatsApp, Website, and Web Carrier Campus. For printed media used was newspaper and poster which delivered in Both internal and external the company. The online recruitments is very efficient compared to the conventional recruitment. Because the online recruitment has been proven to save time and power during the recruitment process.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Berbasis Media Online (Studi tentang Efisiensi Waktu dan Tenaga dari PT. Jasa Marga (persero) Tbk”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S-1) Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesimpulan ini peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Dr. Drs. Mochammad Al Musadieg, MBA. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Mohammad Iqbal, S.sos, M.IB., DBA selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
4. Ibu Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., Msi., Ph.D selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
5. Bapak Drs. Heru Susilo, MA dan Ibu Edlyn Khurotul Aini, S.AB., M.AB, M.BA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk

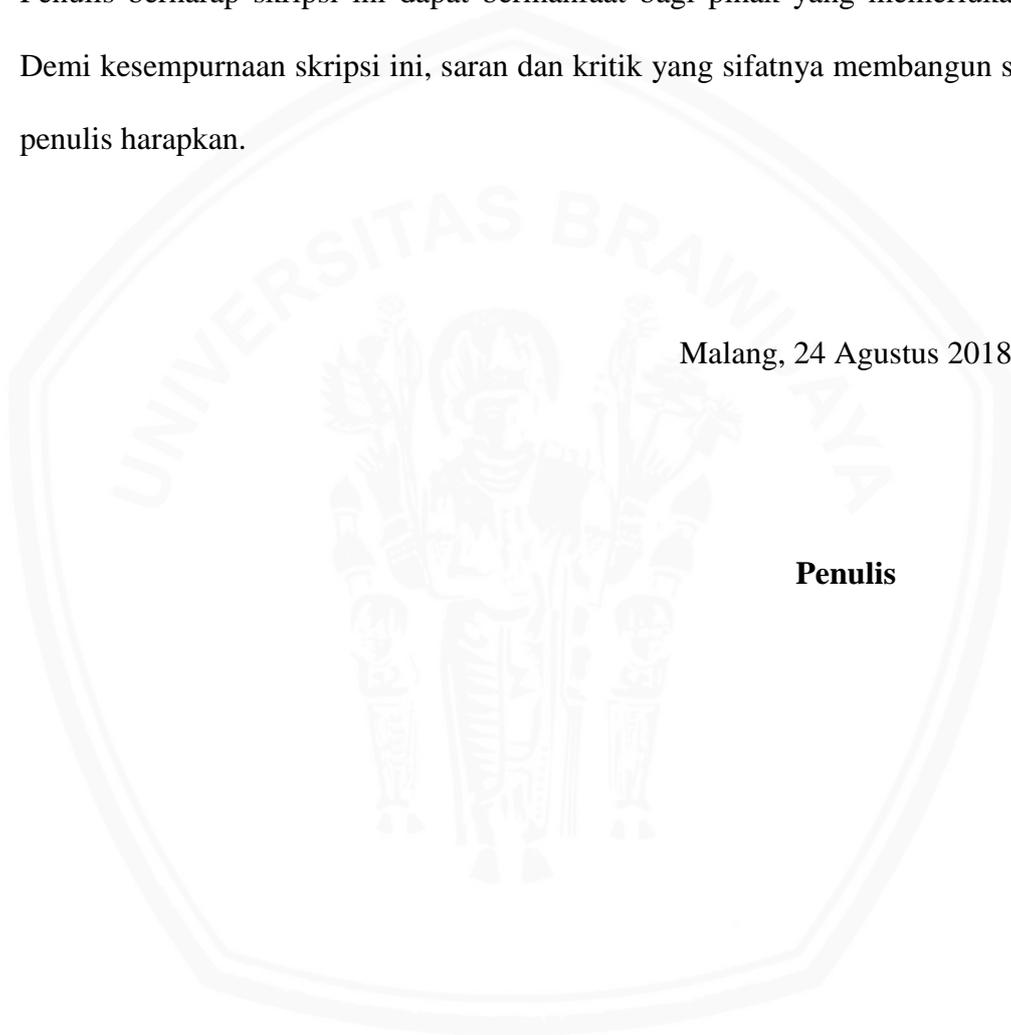
- meluangkan waktu untuk memberikan saran dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan staff karyawan dilingkungan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
 7. Bapak Daryitno dan Ibu Ratu Asmawati selaku orang tua yang telah memberikan dukungan yang tidak ternilai, serta senantiasa memberikan doa dan motivasi.
 8. Kakak dan adik saya tercinta Andhika Wicaksono dan Khairunnisa yang selama ini selalu memberi bantuan, doa serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
 9. Pimpinan dan karyawan PT Jasa Marga (persero) Tbk yang telah memberikan izin dan bantuan selama kegiatan penelitian.
 10. Seluruh teman-teman Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2013.
 11. Teman-teman berbagi cerita dan tempat bertukar pikiran Putri P, Erzi, Putri, Paron, Samid, Bagus, Fajar, Agung, Abdul, Bayu, Ranti, Vicko, Novian, Yedi, Bella, Iha, Akbar, Clara, Zaky, Aufa, Kukuh, Kevin, Riza, Lukman, Arthur dan kawan-kawan yang lain yang tidak bisa disebut satu persatu terimakasih atas dukungan dan motivasinya.
 12. Teman Kontrakan Sekret, Dimas, Angga, Hafidh, Zulfa, Dicky, Alif, Willy, Zam, Guntoy, Panji, Ammar, Rizal dan Raja
 13. Tuan Kayu Band, Dilla, Ary, Dimas, Mas Rifi, Nico, Akbar, Zulfa.

14. Keluarga Besar Indonesian Future Leaders Malang terutama keluarga PSDM yang selalu memberikan dukungan yang positif.

Dan seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa serta dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan.

Malang, 24 Agustus 2018

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teoritis.....	20



1. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	20
a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	20
b. Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia	21
c. Rekrutmen	22
1. Pengertian Rekrutmen.....	22
2. Tujuan Rekrutmen	24
3. Sumber-sumber Dalam Mendapatkan Karyawan.....	25
4. Metode Rekrutmen Karyawan.....	28
5. Sikap Dalam Rekrutmen	29
6. Proses dan Tahapan Rekrutmen	30
7. Evaluasi Kuantitas dan Kualitas Perekrutan	33
2. Media Massa	34
a. Pengertian Media Massa	34
b. Peran Media Massa	35
c. Karakteristik Media Massa.....	35
d. Media Online.....	36
1. Pengertian Media Online.....	36
2. Karakteristik Media Online	37
3. Keunggulan Media Online	38
4. Kelemahan Media Online.....	40
3. Efisiensi	41
a. Pengertian Efisiensi.....	41
b. Konsep Efisiensi	42
4. Kerangka Berfikir	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian45

B. Fokus Penelitian 46

C. Lokasi Penelitian47

D. Jenis dan Sumber Data48

E. Teknik Pengumpulan Data 49

F. Instrumen Penelitian.....51

G. Keabsahan Data.....52

H. Teknik Analisis Data53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan56

 1. Sejarah Perusahaan.....56

 2. Subsidiary Company58

 3. Lokasi Perusahaan.....61

 4. Visi dan Misi Perusahaan.....61

 5. Tata Nilai Perusahaan62

 6. Struktur Perusahaan63

B. Data Hasil Fokus Penelitian.....65

 1. Proses Rekrutmen Berbasis Media Online.....65

 2. Efisiensi Rekrutmen Media Online.....78

C. Pembahasan Analisis Data Hasil Penelitian81

 1. Analisis Data Proses Rekrutmen Online81

 2. Analisis Efisiensi Rekrutmen Media Online.....88

D. Keterbatasan Penelitian.....95

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan96



B. Saran97

DAFTAR PUSTAKA99



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 : Sarana Job Posting	82
Tabel 3 : Perbandingan Metode Rekrutmen.....	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Hasil survei pengguna Internet Indonesia	3
Gambar 2 : Alur Pemikiran	44
Gambar 3 : Triagulasi Sumber	52
Gambar 4 : Komponen Analisis Data Model Interaktif	54
Gambar 5 : Logo PT. Jasa Marga.....	56
Gambar 6 : Struktur Organisasi.....	64
Gambar 7 : Pesan Pengingat kepada pelamar	70
Gambar 8 : Contoh Informasi Lowongan	76
Gambar 9 : Media Publikasi yang digunakan	83
Gambar 10: Tahap Rekrutmen	87
Gambar 11: Hasil Pooling Sumber Iklan Lowongan	93

DAFTAR LAMPIRAN

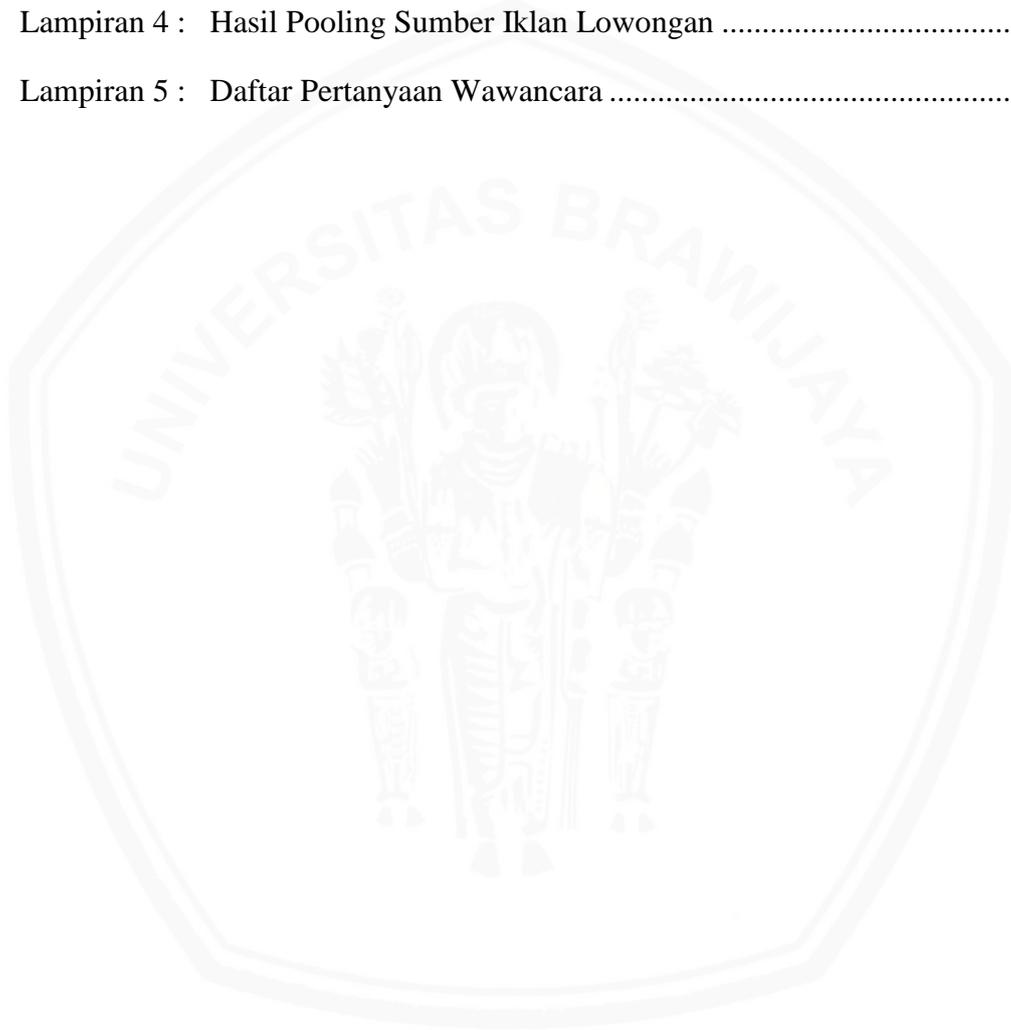
Lampiran 1 : Biaya Sewa Stand Job fair UB103

Lampiran 2 : Rencana Tahap Rekrutmen dan Seleksi Tahun 2016.....104

Lampiran 3 : Media publikasi yang digunakan PT. Jasa Marga105

Lampiran 4 : Hasil Pooling Sumber Iklan Lowongan106

Lampiran 5 : Daftar Pertanyaan Wawancara107



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi berkembang secara pesat dari masa ke masa diseluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia. Era globalisasi pada saat ini, segala aspek kehidupan mengalami perubahan yang cukup signifikan. Salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan itu terjadi adalah adanya perkembangan media massa, teknologi komunikasi dan teknologi informasi yang sangat berperan penting dalam terjadinya perubahan dalam segala aspek tersebut. Ciri globalisasi informasi tersebut ditandai dengan adanya perkembangan internet dan berbagai media sosial yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh seluruh manusia dalam kegiatan bisnis apapun yang menyangkut kegiatan pribadi orang tersebut. Tidak dapat dipungkiri hal tersebut berdampak langsung ataupun tidak langsung pada individu maupun suatu organisasi, baik itu dampak yang positif ataupun dampak negatif.

Perubahan tersebut tentu membawa dampak pada individu ataupun organisasi di seluruh dunia tidak terkecuali Indonesia. Perkembangan tersebut mencakup dalam segala bidang salah satunya adalah dalam bidang media massa. Media massa terbagi dua macam antara lain media cetak dan media elektronik seperti yang dikemukakan Cangara (2002) Media Massa adalah “alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, Televisi”. Sebelum

media massa dan teknologi berkembang di era saat ini, banyak individu yang cenderung menggunakan surat kabar, televisi dan radio sebagai media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan menyebarkan informasi. Seiring berjalannya waktu di era globalisasi seperti ini media elektronik mengalami perkembangan dengan munculnya media *online*. Melalui media *online* ini manusia dapat memperoleh informasi yang diinginkan dan dibutuhkan dengan mudah dan waktu yang diperlukan sangat singkat.

Tidak hanya individu yang mengaplikasikan media online ini, perusahaan pada era sekarang juga berlomba-lomba menggunakan media *online* untuk memasarkan produk yang dimiliki maupun menyebarluaskan informasi rekrutmen karyawan. Fenomena ini terjadi karena media *online* dinilai sangat efisien dan sangat efektif karena hanya memerlukan waktu yang singkat, biaya dan tenaga yang sedikit namun penyebarannya sangat luas dan mudah di akses oleh siapapun. Keuntungan lain dari media online atau internet ini proses penyebaran informasi sangat cepat karena pengguna internet di Indonesia sangat tinggi dan rata-rata setengah dari manusia di Indonesia aktif menggunakan internet, data tersebut dapat dilihat dari hasil survei pengguna internet yang ada di Indonesia dibawah ini:



Gambar 1 : Hasil survei pengguna internet di Indonesia
 Sumber : *we are social* (id.techinasia.com) Tahun 2017

Sesuai analisis survei yang dilakukan tersebut menunjukkan pengguna internet di Indonesia 88,1 juta orang pada awal tahun 2016, jumlah pengguna internet di tanah air telah naik secara signifikan ke angka 132,7 juta pengguna pada awal 2017 dan dengan survei yang dilakukan tersebut, *We Are Social* menetapkan Indonesia adalah negara ke-4 yang memiliki pengguna internet terbesar di dunia.

Media online saat ini merupakan sarana yang peranannya sangat vital untuk menyebarkan informasi, karena di era modern seperti ini internet sangatlah erat hubungannya dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi sekarang zaman berkembangnya teknologi setiap orang memiliki gadget yang aktif terhubung dengan internet dan media sosial sehingga penyebaran informasi sangat mudah didapatkan oleh masyarakat.

Efektif sering kali dikaitkan dengan Efisien walaupun artinya tidak sama, sesuatu yang dilakukan secara efisien belum tentu efektif, begitupun sebaliknya.

Menurut pendapat Zahnd (2006:200) dalam bukunya Perancangan Kota Secara Terpadu mendefinisikan efektivitas dan efisiensi, sebagai berikut: “Efektivitas yaitu berfokus pada akibatnya, pengaruhnya atau efeknya, sedangkan efisiensi berarti tepat atau sesuai untuk mengerjakan sesuatu dengan tidak membuang waktu, tenaga dan biaya”.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa efektivitas lebih memfokuskan pada pengaruh atau hasil, sedangkan efisiensi menekankan pada ketepatan mengenai sumber daya, yaitu mencakup anggaran, waktu, tenaga, alat dan cara supaya dalam pelaksanaannya tepat waktu. Maka dari itu dalam penelitian ini penulis tertarik mengangkat efisiensi rekrutmen media online dibanding efektifitas karena melihat dari segi indikator pengukuran lebih mudah yang mengacu berdasarkan waktu dan tenaga, sedangkan efektifitas lebih terpaku pada target atau hasil. Selain itu ketertarikan penulis mengangkat tema efisiensi ini adalah di Indonesia masih sedikit penelitian mengenai efisiensi rekrutmen media online sedangkan penelitian tentang efektifitas rekrutmen sudah banyak dilakukan dan dari jurnal internasional berjudul *A Conceptual Study on E- Recruitment System and Its Efficiency in Indian MNC Companies* (2017) menunjukkan bahwa rekrutmen media online memiliki efisiensi 80% lebih besar dibanding media konvensional, ini menjadi pendorong peneliti untuk membuktikan bahwa di Indonesia apakah rekrutmen berbasis media online berpengaruh positif dalam segi efisiensi.

Pengelolaan sumber daya manusia merupakan hal yang fundamental dalam sebuah perusahaan seperti yang dikemukakan oleh Rivai dan Jauvani (2009:1) yang mengemukakan bahwa :

“Manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya me-*manage* (mengelola) sumber daya manusia yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian fungsi produksi, pemasaran, maupun kepegawaian dalam pencapaian tujuan perusahaan”.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia harus secara maksimal dilakukan sehingga tidak terjadi kesalahan selama dalam proses awal rekrutmen karyawan, penempatan karyawan, proses training organisasi dan evaluasi karyawan. Pengelolaan Sumber Daya Manusia ini penting bagi perusahaan, karena jika melakukan pengelolaan secara maksimal perusahaan dapat mengetahui sejauh mana kinerja setiap karyawan dan dapat menjadi dasar perusahaan memberikan penghargaan ataupun memberikan hukuman.

Proses awal sumber daya manusia harus melewati proses rekrutmen, Hasibuan (2011) menjelaskan bahwa penarikan (rekrutmen) adalah “usaha mencari dan mempengaruhi tenaga kerja agar tertarik melamar lowongan pekerjaan yang ada dalam suatu perusahaan”. Rekrutmen juga sangat berperan penting dalam suatu perusahaan, sesuai yang dikemukakan Amirullah dan Hanafi (2002) Tujuan rekrutmen adalah “menyediakan tenaga kerja yang cukup agar manajer dapat memilih karyawan yang memenuhi kualifikasi yang mereka perlukan”. Sehingga diharapkan tenaga kerja tersebut akan dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang dibebankan kepadanya dengan cara seefisien mungkin guna tercapainya tujuan perusahaan.

Proses rekrutmen ini dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang terbaik untuk berada di posisi yang telah disediakan oleh perusahaan. Proses rekrutmen harus dilakukan dengan semaksimal mungkin

karena dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang sehingga harus dilakukan semaksimal mungkin agar mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Selain proses rekrutmen harus dilakukan secara maksimal, disisi lain perusahaan harus melakukan proses rekrutmen secara efisien guna meminimalisir pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan namun tetap bertujuan untuk mendapat karyawan atau sumber daya manusia yang berkualitas. Cara yang dilakukan perusahaan untuk menyebarluaskan informasi rekrutmen karyawan dalam posisi tertentu yaitu salah satunya dengan cara mempromosikan melalui media *online*.

Penyebaran informasi rekrutmen karyawan di era sekarang sering kali diterapkan melalui media *online* oleh berbagai perusahaan, karena dinilai penyebarannya sangat luas karena terhubung melalui internet atau melalui website perusahaan itu sendiri, sehingga setiap orang dapat mengetahui bila ada penerimaan di perusahaan tertentu dengan posisi tertentu. Setiap individu saat ini dapat dengan mudah untuk meng-akses informasi melalui media online.

Kepala Biro Hubungan Masyarakat Badan Kepegawaian Negara (BKN), Mohammad Ridwan pada saat penerimaan PNS Kemenkumham lalu menungkapkan “menjelang penutupan pendaftaran *online* Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan Mahkamah Agung (MA), data SSCN BKN per 31 Agustus 2017 *update* jumlah pelamar Kemenkumham dan MA sudah mencapai 1.137.73” (Tribunnews.com), Ini menunjukkan media massa khususnya media *online* sangat berpengaruh positif dan cukup efektif dalam penyebaran informasi lowongan pekerjaan pada calon pelamar dan media *online* bermanfaat

dalam rekrutmen agar perusahaan mendapatkan karyawan yang berkualitas untuk mengisi kekosongan dalam posisi tertentu.

Penerapan rekrutmen media online ini tidak hanya dilakukan oleh Instansi pemerintah saja melainkan saat ini rekrutmen media online ini sering dilakukan oleh perusahaan *start up* yang kita ketahui memiliki budget yang seadanya dalam menjalankan bisnis. Namun, tidak hanya perusahaan kecil *start up* saja yang menggunakan proses penerimaan melalui media online ini, melainkan banyak perusahaan yang telah lama berjalan dan juga perusahaan BUMN yang juga menerapkan proses rekrutmen ini. Hal ini yang menjadi daya tarik bagi penulis untuk meneliti tentang rekrutmen melalui media online dibanding rekrutmen konvensional. Karena, disamping penelitian mengenai rekrutmen konvensional telah banyak dilakukan, selain itu media online di era modern saat ini sangat diandalkan oleh perusahaan besar maupun perusahaan kecil. PT. Jasa Marga (persero) Tbk merupakan salah satu perusahaan besar yang menerapkan sistem rekrutmen karyawan melalui media *online* dan dahulu juga menerapkan sistem rekrutmen konvensional, Sehingga penulis tertarik untuk mencari tau perbedaan atau keuntungan dan efisiensi yang di dapat jika perusahaan menerapkan rekrutmen melalui media online.

PT. Jasa Marga (persero) Tbk. adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang penyelenggara jasa jalan tol. Perusahaan ini dibentuk pada tanggal 1 Maret 1978 setelah jalan tol pertama, yang menghubungkan Jakarta-Bogor selesai dibangun. Sebagai perusahaan jalan tol pertama di Indonesia, dengan pengalaman lebih, didirikan pada tanggal 1 Maret 1978 dalam

membangun dan mengoperasikan jalan tol, saat ini Jasa Marga adalah pemimpin dalam mengelola lebih dari 531 km jalan tol atau 76% dari total jalan tol di Indonesia.

Selain menjadi penguasa dalam bidang penyelenggara jasa jalan tol, PT. Jasa Marga (persero) Tbk juga memiliki anak perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sejenis dan juga memiliki anak perusahaan yang bergerak dalam bidang tidak sejenis. Alasan pemilihan lokasi penelitian di PT. Jasa Marga (persero) Tbk Mengingat perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk perusahaan BUMN yang memiliki cabang dan anak perusahaan yang tersebar di Indonesia dan hampir setiap tahun perusahaan PT. Jasa Marga (Persero) Tbk melakukan rekrutmen karyawan dengan proses rekrutmennya selalu menerapkan rekrutmen melalui media online untuk mengisi posisi tertentu dalam perusahaan. Tidak dapat dipungkiri peminat perusahaan BUMN setiap tahunnya sangat tinggi maka dari itu penulis tertarik untuk mengetahui seperti apa proses rekrutmen melalui media *online* yang diterapkan di perusahaan PT. Jasa Marga (Persero) Tbk serta ingin mengetahui efisiensi rekrutmen karyawan berbasis media online yang diterapkan oleh perusahaan.

Bedasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik dan memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Melalui Media *Online* dan Media Konvensional**” (Studi tentang Efisiensi Waktu dan Tenaga dari PT Jasa Marga (Persero) Tbk).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana alur proses rekrutmen karyawan berbasis media online pada PT Jasa Marga (persero) Tbk?
2. Bagaimana analisis efisiensi rekrutmen karyawan melalui media online dan media konvensional di PT Jasa Marga (Persero) Tbk ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang sesuai dengan permasalahan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan dan menganalisis alur proses rekrutmen karyawan berbasis media online pada PT Jasa Marga (persero) Tbk.
2. Menjelaskan dan menganalisis efisiensi rekrutmen karyawan melalui media online dan media konvensional pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

D. Kontribusi penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai dan kontribusi terkait dengan media online dan hubungannya dalam efisiensi rekrutmen karyawan.

1. Kontribusi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding, acuan dan sumber informasi bagi pihak-pihak yang ingin meneliti tentang media online, terutama kaitannya dengan efisiensi rekrutmen karyawan.

2. Kontribusi Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi perusahaan ataupun pelaku bisnis lainnya khususnya terkait dengan media online dan konvensional dalam menciptakan efisiensi rekrutmen karyawan.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian dapat dijadikan menjadi masukan maupun dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam menerapkan rekrutmen karyawan melalui media online dan konvensional.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penulisan skripsi ini, maka peneliti menampilkan sistematika pembahasan yang secara garis besar dibagi dalam 5 (lima) bab yang semuanya merupakan suatu rangkaian kesatuan meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah yang berkaitan dengan judul penelitian, tujuan

penelitian, dan kontribusi penelitian serta ditutup dengan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini, teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, yaitu teori yang berkaitan dengan media massa, media online, rekrutmen, efisiensi, kerangka berfikir dan hubungan antara media online dalam menciptakan efisiensi rekrutmen karyawan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, penguraian analisis data sesuai hasil penelitian. Bab ini juga menampilkan data hasil fokus penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah serta berbagai keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya dan saran penelitian. Kesimpulan diambil

dari seluruh hasil penelitian dan analisis data penelitian. Saran ditujukan kepada pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penulis dalam penyusunan penelitian tidak lepas dari adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang dapat dijadikan acuan dan pertimbangan dalam penulisan penelitian. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan pertimbangan untuk penelitian yang disusun penulis :

1. Emma Parry and Hugh Wilson (2008)

Penelitian dalam jurnal ini membahas tentang : *Factors influencing the adoption of online recruitment*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji alasan dibalik keputusan sebuah perusahaan menggunakan sistem rekrutmen online serta faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan metode rekrutmen ini. Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang meliputi wawancara mendalam, survei manajer sumber daya manusia (SDM) yang bertanggungjawab dalam sistem rekrutmen perusahaan dan perbandingan teori dari Rogers (DIT) dan Ajzen (TPB). Hal ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk melakukan perekrutan secara online.

Hasil yang didapat yaitu adalah faktor-faktor yang terkait dengan penerapan situs website perusahaan dan papan reklame rekrutmen terdapat temuan yaitu ada keyakinan positif terdapat pada perekrutan melalui website perusahaan dibanding papan reklame rekrutmen.

2. Sherrie A. Madia (2011)

Penulisan penelitian dalam jurnal ini membahas dengan judul : *Best practices for using social media as a recruitment strategy*. Peneliti melakukan penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana karyawan SDM yang profesional dapat menggunakan media sosial dalam pencarian calon karyawan yang memiliki bakat yang baik dan memiliki kualitas yang diinginkan oleh perusahaan. Dalam jurnal ini membahas tentang keadaan media sosial yang menjadi sarana untuk rekrutmen karyawan, termasuk pertimbangan rencana strategi perusahaan dalam melakukan perekrutan online, serta menjelaskan pentingnya konten yang dimuat dalam media online.

Penelitian ini berdasarkan tinjauan literatur yang komprehensif dan pengalaman penulis dalam menyusun strategi perekrutan media sosial yang sukses. Temuan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah tingkat kesadaran dalam mengaplikasikan media online untuk melakukan rekrutmen terus berkembang secara baik, serta organisasi harus mempertimbangkan untuk menggunakan media sosial dalam strategi perekrutan karyawan untuk memenuhi tujuan yang efektif, sesuai dengan target yang diinginkan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas sehingga tidak kalah kompetitif dengan perusahaan lain. Poin yang penting adalah penelitian ini menunjukkan strategi memenuhi kebutuhan berawal dari respon kecil terhadap situasi perkembangan teknologi yang ada dan memanfaatkan perkembangan media online yang sangat pesat untuk perekrutan yang optimal.

3. Kristin Juwita (2013)

Penelitian dalam jurnal ini membahas tentang: Analisis Efektivitas Metode Rekrutmen Melalui *Social Media*. Pada penelitian ini tujuan penulis ingin mengetahui seberapa besar efektivitas implementasi social media sebagai metode perekrutan calon pelamar kerja di Indonesia dibanding dengan metode rekrutmen lainnya. Dalam penulisan jurnal ini penulis menggunakan pendekatan konseptual yang didukung oleh data-data hasil survey dari beberapa sumber informasi baik dari beberapa buku dan media informasi online yang dipercaya.

Hasil dari penelitian ini Kristin menemukan bahwa, efektivitas implementasi social media sebagai metode perekrutan calon pelamar kerja di Indonesia masih kurang jika dibanding dengan metode rekrutmen lain seperti job fair, job boards, ataupun melalui website perusahaan itu sendiri. Hal ini cenderung dikarenakan social media facebook atau twitter digunakan hanya sekedar untuk berkomunikasi dan bersosialisasi saja oleh rata – rata warga Indonesia.

4. Shahid Wazed, Eddy S.W. Ng, (2015)

Penelitian dalam jurnal ini membahas dengan judul : *College recruiting using social media: how to increase applicant reach and reduce recruiting cost*. Yaitu penelitian ini bertujuan untuk memberikan alternatif pendekatan yang digunakan perusahaan untuk merekrut karyawan dari universitas atau kampus tradisional melalui media online untuk mengurangi biaya pengeluaran. Dalam penelitian ini terdapat terdapat 3 langkah strategi yaitu dengan menggunakan facebook untuk melakukan rekrutmen. Langkah pertama yaitu penggunaan facebook untuk menarik sebanyak mungkin siswa untuk bergabung dengan grup

facebook, langkah kedua yaitu secara aktif dalam meningkatkan nama dari perusahaan agar calon karyawan tertarik, langkah ketiga adalah mulai bertindak untuk mengajak dan mendorong siswa agar siswa tertarik untuk mengisi kesempatan kerja yang telah disediakan oleh perusahaan.

Temuan atau hasil yang didapatkan yaitu perekrutan melalui media sosial dapat memberi hasil dengan beberapa cara yaitu : 1) Perusahaan memiliki keuntungan memiliki efisiensi atau kecepatan waktu dengan mengaplikasikan rekrutmen online. 2) perusahaan dapat memiliki akses yang lebih luas dan dapat mengurangi biaya dalam melakukan perekrutan. Sistem perekrutan ini meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan dapat dijadikan opsi selain perekrutan karyawan melalui *Jobfair* di kampus.

Kesimpulan penelitian ini adalah media online atau media sosial memiliki potensi untuk membantu perusahaan atau pengusaha yang kecil dapat menonjol diantara perusahaan besar, serta dapat mendapat calon pelaman yang lebih besar, serta perekrutan media online mempercepat proses rekrutmen dan mengurangi biaya perekrutan secara keseluruhan.

5. Ahmad Muqaffi (2017)

Penelitian ini membahas dengan judul: Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Proses Rekrutmen Batch 3 MaharAgung Organizer. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui Bagaimana pengemasan isi pesan media sosial di Instagram dalam proses rekrutmen batch 3 MaharAgung Organizer, (2) Bagaimana proses seleksi menggunakan media sosial di Instagram dalam proses rekrutmen batch 3 MaharAgung Organizer. Informan yang dipilih dalam penelitian ini untuk dikaji

dan mendapatkan data yang diperlukan bagi penelitian ini adalah para petinggi Mahar Agung Organizer yang memiliki pengaruh besar dalam menentukan kebijakan perusahaan diantaranya: *ceo*, *general manager*, *business manager* dan *human resourch manager*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan Pendekatan interaksionisme simbolik. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipasi, *focus group discussion*, dan analisis dokumen.

Hasil dari analisis data dari penelitian ini menghasilkan beberapa hal: (1) Penggunaan media sosial yang tepat akan memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan apabila kita mengetahui dengan baik fungsi media tersebut (2) Setiap media memiliki segmentasi penggunaanya masing – masing, kita tidak bisa menyama ratakan seluruh media dengan *event* yang sama (3) Setiap postingan yang akan diunggah di media sosial harus memiliki makna supaya bisa memiliki kesan pada khalayak (4) Sebagai media promosi, media sosial tidak dapat berdiri sendiri, media sosial membutuhkan dukungan dari media konvensional dan kualitas kerja dilapangan, karena *client* juga membutuhkan bukti dan mengenal perusahaan secara langsung (5) Proses seleksi yang diterapkan oleh Mahar Agung Organizer dalam alur rektumennya ada 5 babak. (6) Instagram Efektif karena bisa menjangkau khalayak yang luas, dan juga efisien karena dampak yang dirasakan bisa terasa dengan cepat. Berdasarkan hasil penemuan pada penelitian tersebut, telah terbukti bahwasannya media sosial yang digunakan dengan baik dan benar akan memberikan dampak yang cepat dan juga kuat.

Tabel 1, Pemetaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.Emma Parry and Hugh Wilson	2008	<i>Factors influencing the adoption of online recruitment</i>	Deskriptif kualitatif	Ada keyakinan positif terdapat pada perekrutan melalui website perusahaan dibanding metode rekrutmen konvensional
2. Sherrie A. Madia	2011	<i>Best practices for using social media as a recruitment strategy</i>	Kuantitatif	Tingkat kesadaran perusahaan dalam menerapkan rekrutmen secara online meningkat, karena rekrutmen online dinilai efektif dan sesuai dengan strategi perusahaan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas
3. Kristin Juwita	2013	Analisis Efektivitas Metode Rekrutmen Melalui <i>Social Media</i>	Konseptual	Efektivitas Media Sosial sebagai metode perekrutan karyawan dinilai di Indonesia masih kurang efektif dibanding metode lain seperti job fair, job boards, ataupun web perusahaan.

Lanjutan Tabel 1, Pemetaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4. Shahid Wazed, Eddy S.W. Ng	2015	<i>College recruiting using social media: how to increase applicant reach and reduce recruiting cost</i>	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan memiliki keuntungan memiliki efisiensi atau kecepatan waktu dengan mengaplikasikan rekrutmen online. 2. Perusahaan dapat memiliki akses yang lebih luas dan dapat mengurangi biaya dalam melakukan perekrutan.
5. Ahmad Muqaffi	2017	Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Proses Rekrutmen Batch 3 Maharagung Organizer	Deskriptif Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan Media Sosial yang tepat akan memberikan dampak signifikan bagi perusahaan. 2. Media Sosial sebagai media promosi, media sosial tidak dapat berdiri sendiri sehingga membutuhkan dukungan dari media konvensional. 3. Media Sosial Instagram sangat efektif karena bisa menjangkau khalayak yang luas dan juga efisien karena dampak yang dirasakan bisa terasa dengan cepat.

Sumber : diolah oleh peneliti dari penelitian terdahulu.

B. Kajian Teoritis

1. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Dalam suatu perusahaan atau suatu organisasi, faktor SDM memiliki peranan yang sangat dominan dalam perusahaan mengingat dalam suatu perusahaan tidak akan berjalan jika tidak memiliki sumber daya manusia yang memadai. Selanjutnya pelaksanaannya akan lebih baik lagi apabila terkelola dalam artian ada yang mengarahkan dan mengatur dalam perusahaan tersebut yang disebut dengan Manajemen Sumber Daya Manusia. Sehubungan dengan hal tersebut, beberapa ahli memberikan definisi tentang manajemen sumber daya manusia. Menurut Hasibuan (2001) mengungkapkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah Ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Sedangkan Manajemen Sumber Daya Manusia menurut Rivai dan Jauvani (2009:1) mengemukakan bahwa Manajemen sumber daya manusia (MSDM) merupakan kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya manage (mengelola) sumber daya manusia yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian fungsi produksi, pemasaran, maupun kepegawaian dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Sedangkan menurut Flippo (dalam Hasibuan, 2005:11) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian,

pemeliharaan dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan perusahaan, individu, karyawan dan masyarakat.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli maka dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan bagian yang melakukan kontrol pada karyawan atau tenaga kerja serta pengawasan pada masalah-masalah kepegawaian atau personalia dalam rangka pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

b. Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen seperti yang kita ketahui adalah ilmu yang memberikan kita pengetahuan tentang cara cara menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan menggunakan orang lain. Oleh karenanya, anda perlu mengetahui peranan MSDM sehingga anda paham pentingnya sumber daya manusia, yang merupakan inti dari manajemen itu sendiri. Menurut Hasibuan (2005:14) MSDM mengatur dan menetapkan program kepegawaian yang mencakup masalah-masalah sebagai berikut:

1. Menentukan penarikan, seleksi, dan penempatan karyawan berdasarkan asas *the right man in the right seat and the right man in the right job*.
2. menetapkan jumlah, kualitas, dan penempatan tenaga kerja yang meliputi dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description, job specification, job requirement*, dan terakhir *job evaluation* .
3. Menentukan dan menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi dan pemberhentian.

4. Memproyeksikan atau memprediksi penawaran dan permintaan sumber daya manusia (SDM) pada masa yang akan datang.
5. Memprediksi situasi perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan pada khususnya.
6. Mengawasi dengan cermat undang undang perburuhan dan kebijaksanaan pemberian balas jasa perusahaan perusahaan sejenis.
7. Mengawasi kemajuan serikat buruh dan perkembangannya.
8. Melaksanakan pendidikan, latihan dan penilaian prestasi karyawan.
9. Mengatur dan mengendalikan mutasi karyawan baik secara vertikal maupun horizontal.
10. Mengatur pensiun, pemberhentian dan pesangonnya.

c. Rekrutmen

1. Pengertian Rekrutmen

Rekrutmen memegang peranan yang cukup penting bagi sebuah organisasi, baik itu organisasi pemerintahan ataupun organisasi bisnis. Karena pegawai merupakan sumber daya yang paling penting dan menentukan bagi keberhasilan organisasi untuk mencapai tujuan. Untuk mendapatkan sumber daya yang berkualitas, maka proses rekrutmen harus dilakukan secara efektif dan efisien. Berikut merupakan pengertian rekrutmen menurut para ahli:

Hasibuan (2011) menjelaskan bahwa penarikan (rekrutmen) adalah usaha mencari dan mempengaruhi tenaga kerja agar mau melamar lowongan pekerjaan yang ada dalam suatu perusahaan. Rekrutmen merupakan suatu cara untuk

memperoleh orang yang tepat untuk menduduki suatu jabatan tertentu dalam perusahaan. Oleh sebab itu pengertian mengenai rekrutmen karyawan perlu dipahami lebih mendalam.

Ambar dan Rosidah (2003) menyatakan bahwa pada prinsipnya yang disebut dengan rekrutmen adalah proses mencari dan menarik para pelamar untuk menjadi pegawai pada dan oleh organisasi tertentu. Selanjutnya rekrutmen juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang teridentifikasi dalam perencanaan kepegawaian.

Pengertian lain yang kurang lebih sama dikemukakan oleh Simamora (1997) yang menyatakan bahwa rekrutmen (*recruitment*) adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian. Proses rekrutmen akan berjalan sesuai harapan perusahaan apabila semakin banyak pelamar yang dapat mengikuti seleksi berdasarkan dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan guna menutupi kebutuhan akan posisi tertentu dalam organisasi atau perusahaan. Pelaksanaan rekrutmen perlu diinformasikan secara jelas kepada masyarakat untuk mengundang minat pendaftar sebanyak mungkin.

Penarikan karyawan atau sering disebut dengan *recruitment* adalah proses pencarian dan pemikatan para calon karyawan (pelamar) yang mampu untuk melamar sebagai karyawan proses ini dimulai ketika para pelamar dicari dan berakhir bila lamaran (aplikasi) mereka diserahkan. Berdasarkan beberapa definisi

mengenai rekrutmen tersebut, dapat disimpulkan bahwa rekrutmen merupakan proses mencari, mempengaruhi, menemukan, dan menarik sebanyak mungkin calon pegawai yang memenuhi syarat untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja saat ini dan masa mendatang.

2. Tujuan Rekrutmen

Setiap organisasi dalam melakukan rekrutmen pada dasarnya memiliki suatu tujuan tertentu. Untuk lebih memperjelas mengenai tujuan dari rekrutmen maka perlu disajikan pendapat para ahli mengenai tujuan rekrutmen. Berikut ini tujuan-tujuan rekrutmen yang diutarakan para ahli:

Rekrutmen karyawan dalam suatu perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk mendapatkan karyawan guna untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja sehingga perusahaan dapat terus berjalan. Pengadaan karyawan dapat tercapai dengan baik jika perusahaan dapat mendapatkan calon karyawan atau pelamar sebanyak mungkin sehingga perusahaan dapat memperoleh dan memilih calon karyawan yang benar-benar berkualitas dan sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan.

Tujuan rekrutmen menurut Amirullah dan Hanafi (2002) adalah menyediakan tenaga kerja yang cukup agar manajer dapat memilih karyawan yang memenuhi kualifikasi yang mereka perlukan. Sehingga diharapkan tenaga kerja tersebut akan dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang dibebankan kepadanya dengan cara seefisien mungkin guna tercapainya tujuan. Rekrutmen bermanfaat bagi manajer untuk memilih tenaga kerja terbaik yang tersedia untuk ditempatkan dalam organisasi. Hal ini bertujuan agar pegawai baru dapat

menyumbangkan kreativitas, tenaga, ide, dan keterampilan yang dimiliki kepada organisasi tersebut.

Simamora (1997:214) mengungkapkan Rekrutmen memiliki beberapa tujuan, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk memikat sebagian besar pelamar kerja sehingga organisasi akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan pemilihan terhadap calon-calon pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi organisasi.
2. Tujuan pasca pengangkatan adalah penghasilan karyawan-karyawan yang merupakan pelaksanapelaksana yang baik dan akan tetap bersama dengan perusahaan sampai jangka waktu yang masuk akal.
3. Meningkatkan citra umum organisasi, sehingga para pelamar yang gagal mempunyai kesankesan positif terhadap organisasi atau perusahaan.

Tujuan rekrutmen karyawan adalah untuk mendapatkan persediaan sebanyak mungkin calon-calon pelamar sehingga organisasi akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan pilihan terhadap calon pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi organisasi. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan rekrutmen adalah menarik sebagian besar pelamar kerja untuk diseleksi oleh manajer berdasarkan standar kualifikasi organisasi sehingga didapatkan tenaga kerja yang dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang dibebankan kepadanya dengan cara seefisien mungkin guna tercapainya tujuan organisasi. rekrutmen adalah suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan tambahan karyawan yang berkualitas melalui beberapa tahapan yang mencakup identifikasi dan evaluasi sumber-sumber penarikan tenaga kerja, serta menentukan kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan sehingga diharapkan mampu untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

3. Sumber-sumber Dalam Mendapatkan Kayawan

Suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan akan tenaga kerja dari berbagai sumber. Pemilihan sumber-sumber tersebut antara perusahaan yang satu dengan yang lain bisa berbeda.

S.Schuler and Jackson (1997) mengungkapkan beberapa sumber dalam memperoleh karyawan:

a) Sumber Internal

Sumber ini meliputi karyawan yang ada sekarang yang dapat dicalonkan untuk mengisi jabatan yang kosong yaitu meliputi:

1) Promosi

Pekerjaan yang tidak tampak unik, ternyata memerlukan pengenalan yang baik dengan orangnya, prosedur serta kebijakannya, dan karakteristik khusus lainnya dari perusahaan. Potensi promosi dan kebutuhan pengembangan ditunjukkan oleh tingkat kinerja karyawan.

2) Transfer

Transfer terjadi jika karyawan lama dipindahkan secara menyamping ke jenis pekerjaan lain. Transfer sering digunakan untuk mengembangkan karyawan yang memiliki wawasan perusahaan yang luas, suatu pandangan yang mungkin perlu untuk promosi di masa mendatang.

3) Rotasi Pekerjaan

Rotasi pekerjaan biasanya dilakukan untuk sementara. Program semacam ini memberi karyawan perspektif yang berbeda serta kesempatan mencoba posisi baru. Pihak manajemen memberi gambaran kepada karyawan sebelum menentukan komitmen jangka panjang.

4) Pengkayaan dan Pemanggilan Kembali

Pemanggilan kembali mungkin terjadi pada jabatan-jabatan tinggi di sejumlah perusahaan. Perusahaan telah memiliki informasi mengenai kinerja, catatan presensi atau kehadiran karyawan dan catatan kelakuan baik dari para karyawan tersebut.

b) Sumber Eksternal

Rekrutmen secara internal mungkin tidak menghasilkan calon karyawan berbobot sejumlah yang diperlukan, terutama dalam perusahaan yang tumbuh secara cepat atau perusahaan yang tinggi tingkat permintaannya akan karyawan manajerial yang profesional dan cakap serta berbakat tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus merekrut dari sumber eksternal.

1) Program Referral Karyawan

Program referral karyawan adalah iklan secara lisan, yaitu sarana bagi karyawan lama memberi rekomendasi mengenai karyawan dari luar perusahaan. Program-program rekomendasi tidak resmi meliputi

pemberitahuan kepada para karyawan mengenai adanya lowongan pekerjaan, dan mendorong mereka untuk mencari teman-teman yang berbobot agar melamar lowongan yang sesuai. Program-program rekomendasi formal memberikan imbalan pada karyawan yang mampu menunjukkan karyawan yang terampil pada perusahaan.

2) *Walk-in Applicant*

Sejumlah karyawan mencalonkan diri dengan mendatangi langsung bagian rekrutmen di perusahaan tersebut. Rekrutmen ini sederhana dan murah. Namun pelamar tidak tahu banyak tentang pekerjaan spesifik yang ada.

3) Biro-biro Tenaga Kerja

Biro tenaga kerja swasta melayani para pelamar profesional, manajerial dan pelamar tidak terampil. Biro tenaga kerja pemerintah menawarkan bimbingan, tes, dan penempatan bagi siapa saja dan menyediakan pelayanan khusus bagi para veteran militer, anggota kelompok minoritas, akademi, dan teknisi serta para profesional lainnya.

4) Perusahaan Lain

Karyawan dari perusahaan-perusahaan yang terkenal mempunyai manajer handal selalu dihubungi oleh biro-biro tenaga kerja swasta dan sering dihubungi langsung oleh perusahaan yang menghendaki mereka.

5) Biro-biro bantuan sementara

Biro bantuan sementara dapat menyediakan calon tenaga kerja untuk sehari, sampai dua tahun. Perusahaan menggunakan biro-biro bantuan sementara, karena sejumlah ketrampilan yang sulit diperoleh tidak tersedia sama sekali. Ini terutama berlaku untuk perusahaan kecil yang tidak jelas pola rekrutmennya. Selain itu, banyak perusahaan membutuhkan orang hanya untuk waktu yang sangat singkat. Mendapatkan karyawan tanpa melewati jerih payah pencarian besar-besaran, tanpa harus membayar pesangon dan kompensasi pengangguran, merupakan keuntungan yang jelas.

6) Asosiasi dan Serikat Dagang

Serikat dagang untuk pengembangan perdagangan dan industri maritim bertanggung jawab mensuplai anggotanya dengan tenaga kerja terampil.

7) Sekolah

Sekolah dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis: sekolah menengah, sekolah kejuruan dan teknik, serta perguruan tinggi. Sebagian besar perusahaan menganggap bahwa semuanya merupakan sumber calon karyawan yang penting, sekalipun tingkat kepentingannya bervariasi tergantung pada jenis pelamar yang dicari.

8) WNA

Sejumlah profesi seperti teknik kimia, teknik perangkat lunak, dan lain-lain yang melibatkan teknologi tinggi menyebabkan pengusaha merekrut warga negara asing dari luar negeri atau lewat kantor

penempatan tenaga kerja di perguruan tinggi karena keterbatasan tenaga kerja dalam negeri.

4. Metode Rekrutmen Karyawan

Metode rekrutmen karyawan akan berpengaruh terhadap jumlah calon pegawai yang mengikuti seleksi. Metode rekrutmen dibagi menjadi 2 sesuai teori yang dikemukakan S. Schuler and Jackson (1997) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia mengungkapkan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan karyawan suatu perusahaan yaitu meliputi:

a) Metode Internal

1) *Job Posting*

Job posting memperlihatkan pada semua karyawan pembukaan lowongan yang ada di sebuah perusahaan. *Job posting* ini dapat meningkatkan pengetahuan karyawan akan tingkat gaji, uraian tugas, promosi umum dan prosedur transfer. Selain itu, *job posting* juga dapat mengkomunikasikan tujuan-tujuan organisasi dan memungkinkan setiap individu memiliki kesempatan untuk mendapatkan posisi yang paling tepat dalam struktur pekerjaan perusahaan. *Job posting* biasanya didapatkan dari papan pengumuman, buletin perusahaan, atau diumumkan pada rapat-rapat staf.

2) Daftar Ketrampilan (*Skill Inventories*)

Sebagian perusahaan memiliki informasi yang berkaitan dengan ketrampilan yang tersimpan dalam dokumen-dokumen personalia. Informasi umum antara lain mencakup nama, nomor induk karyawan, klasifikasi pekerjaan, pekerjaan sebelumnya, pengalaman, dan tingkat gaji. Daftar ketrampilan juga harus mencakup minat kerja karyawan, pilihan geografis dan tujuan karir.

b) Metode Eksternal

1) Iklan Radio dan Televisi

Sejumlah perusahaan enggan menggunakan media elektronik karena kekhawatiran mereka akan mahal biaya, atau karena khawatir perusahaan mereka akan tampak tidak berdaya atau rusak citra konservatifnya. Penggunaan radio maupun televisi sebenarnya tidak menunjukkan keputusan dalam mencari tenaga kerja. Tingkat keputusan lebih tampak tergantung pada apa yang disampaikan dan bagaimana menyampaikannya.

2) Iklan di Koran dan Jurnal Perdagangan

Koran dapat menjangkau secara luas calon-calon karyawan yang potensial dengan biaya relatif murah untuk setiap karyawan. Jurnal perdagangan memungkinkan perusahaan mengarahkan pada kelompok calon karyawan potensial yang lebih spesifik.

3) *Computerized Service Listings*

Layanan ini bekerja sebagai suatu tempat baik untuk memasang daftar lowongan pekerjaan maupun mencari pelamar kerja. *Job/net* merupakan salah satu penyedia layanan ini.

4) Akuisisi dan Merger

Sebuah perusahaan yang mengakuisisi perusahaan lain dengan karyawan berketrampilan tinggi, pool yang telah siap ini bisa memungkinkan perusahaan mengejar rencana bisnis yang sebelumnya mungkin dianggap tidak layak.

5) *Open House*

Open house merupakan kegiatan untuk memperkenalkan seseorang pada perusahaan dan menarik minat mereka yang mungkin tidak sedang melamar. Orang dapat masuk dan melihat-lihat perusahaan serta mempelajari pekerjaan yang mungkin tersedia

6) Rekrutmen Berdasarkan Kontrak (*Contract Recruiting*)

Contract Recruiter adalah konsultan yang menerima penugasan temporer, biasanya tiga sampai enam bulan, menjadi bagian integral dari staf SDM dan menangani masalah rekrutmen. Tenaga kontrak bisa siap dalam waktu singkat tanpa beban tunjangan karyawan.

7) *Contingent Workforce Recruiting*

Tenaga kerja sementara (*Contingent Workforce*) memberikan gambaran awal satu sama lain (antara individu dan perusahaan). Tenaga kerja ini membantu perusahaan memenuhi tuntutan fleksibilitas dan perubahan. Ketersediaan para pekerja temporer membantu penerapan kebijakan cuti sementara, yang menguntungkan bagi karyawan inti.

5. Sikap Dalam Rekrutmen

Menurut Nawawi (2008:175) terdapat 3 (tiga) sikap yang berbeda di lingkungan organisasi/perusahaan dalam melakukan rekrutmen. Ketiga sikap tersebut adalah :

- a) Sikap pasif tanpa diskriminasi, sikap ini merupakan sikap para eksekutif di lingkungan organisasi/perusahaan untuk meniadakan perbedaan dan memberlakukan secara sama dalam mengangkat, menggaji dan memberikan promosi bagi para calon dan para pekerja.
- b) Rekrutmen berdasarkan perbedaan, rekrutmen ini dilakukan secara aktif untuk mengelompokkan para pelamar, dengan hanya menerima kelompok tertentu.

- c) Rekrutmen berdasarkan prioritas, rekrutmen ini dilakukan dengan mendahulukan atau memprioritaskan kelompok tertentu. Rekrutmen dengan penjabatan, rekrutmen ini dilakukan dengan menetapkan jatah untuk kelompok tertentu.

Berdasarkan ketiga sikap tersebut, maka keputusan dalam rekrutmen dan pengaturan staf sebaiknya dilakukan berdasarkan kasus masing-masing. Dengan demikian ras dan jenis kelamin yang seringkali menjadi masalah, dapat dijadikan salah satu faktor saja dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak calon pelamar. Keputusan harus berdasarkan pada kombinasi semua faktor yang ada, dengan harus mengutamakan hasil skor (nilai) tes sebagai usaha dalam memprediksi kemampuan calon sebelum diterima.

6. Proses dan Tahapan Rekrutmen

Suatu perusahaan memiliki proses dan sistem yang berbeda-beda setiap perusahaan namun memiliki tujuan yang sama untuk mendapat karyawan sesuai kualitas dan sesuai posisi yang diinginkan. Menurut Daura (2001:2) proses rekrutmen karyawan merupakan urutan kerja atau langkah kerja yang digunakan untuk memperoleh karyawan. Proses ini dilakukan secara bertahap guna mempermudah memperoleh karyawan yang sesuai kualifikasi dan cara menerapkannya pada tiap proses rekrutmen.

Rekrutmen karyawan perlu didukung dengan persiapan yang mantap dalam bentuk analisis pekerjaan, persiapan deskripsi pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan. Menurut Moenir (1982) proses rekrutmen karyawan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Analisa Pekerjaan
Analisis pekerjaan itu dilakukan melalui proses analisis untuk mencari hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang sekarang

lowong. Dalam analisis pekerjaan juga terdapat kebiasaan untuk meminta pegawai membuat catatan kerja harian sehingga akan tersedia catatan tentang bagaimana para pekerja menggunakan waktu kerja mereka.

b) Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi pekerjaan terdiri dari pokok-pokok pekerjaan, tugas-tugas yang ada didalamnya, tanggung jawab dan kondisi-kondisi. Deskripsi pekerjaan merupakan dasar utama bagi sejumlah praktek sumber daya manusia yang disusun dari rekrutmen yang akan digunakan bagi pelatihan.

c) Spesifikasi Pekerjaan

Spesifikasi pekerjaan digunakan untuk mendeskripsikan penggunaan informasi yang terdapat pada deskripsi pekerjaan untuk membantu menggambarkan tipe seseorang yang sekiranya mampu menjalankan tugas-tugas yang dibedakan dalam pekerjaan dengan sukses.

Lebih lengkapnya berdasarkan literatur jurnal menurut Baiq Setiani (2013) terdiri dari Beberapa langkah atau tahapan dalam proses pelaksanaan rekrutmen dan seleksi yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi jabatan yang lowong dan berapa jumlah tenaga yang diperlukan.

Proses rekrutmen dimulai saat adanya bidang pekerjaan baru di perusahaan, karyawan dipindahkan atau dipromosikan ke posisi lain, mengajukan permintaan pengunduran diri adanya PHK, atau karena pensiun yang direncanakan. Dengan melihat dinamika dari beberapa hal tersebut dan mencocokkannya dengan perencanaan sumber daya manusia yang sudah tersusun (jika ada) maka akan diketahui jabatan apa saja yang sedang lowong dan berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengisi jabatan tersebut.

2. Mencari informasi jabatan melalui analisis jabatan

Untuk memperoleh uraian jabatan (job description) dan spesifikasi jabatan (job specification) sebagai landasan dalam membuat persyaratan jabatan yang harus dibuat secara hati-hati dan sejelas mungkin agar dalam penerapannya tidak ditemui berbagai kerancuan yang mengganggu proses selanjutnya.

3. Menentukan sumber kandidat yang tepat

Dua alternatif untuk mencari kandidat yakni dari dalam perusahaan atau dari luar perusahaan. Jika diambil dari dalam, apabila kebutuhan staf untuk

masa yang akan datang telah direncanakan, maka perlu juga diketahui siapa kira-kira karyawan yang ada saat ini yang dapat dipindahkan atau dipromosikan. Jika kandidat harus dicari dari luar perusahaan maka perlu dipertimbangan dengan cermat metode rekrutmen yang tepat untuk mendapatkan kandidat tersebut.

4. Memilih metode-metode rekrutmen yang paling tepat untuk jabatan.

Metode rekrutmen yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam melakukan rekrutmen seperti iklan, employee referrals, walk-ins dan write-ins, Depnakertrans, perusahaan pencari tenaga kerja, lembaga pendidikan, organisasi buruh, dan lain sebagainya. Perusahaan juga dapat memilih lebih dari satu metode, tergantung situasi dan kondisi yang terjadi saat itu. Metode perekrutan akan berpengaruh besar terhadap banyaknya lamaran yang masuk ke dalam perusahaan.

Metode perekrutan calon karyawan baru terdiri dari:

- a. Metode Tertutup; yaitu perekrutan itu hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu saja. Akibatnya lamaran yang masuk menjadi relatif sedikit, sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang baik akan semakin sulit.
- b. Metode Terbuka; adalah perekrutan tersebut diinformasikan secara luas melalui metode seperti memasang iklan pada media massa baik cetak maupun elektronik, agar tersebar luas ke masyarakat. Dengan metode terbuka ini diharapkan banyak lamaran yang akan masuk, sehingga kesempatan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas menjadi lebih besar.

5. Memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan jabatan.

Mengumpulkan berkas-berkas lamaran mereka, dan meminta mereka mengisi formulir lamaran pekerjaan yang telah disediakan untuk selanjutnya diproses dalam tahap seleksi

6. Menyaring / menyeleksi kandidat. Prosedur seleksi perlu dilakukan jika:

- a. Pelaksanaan tugas pada jabatan yang akan diisi memerlukan ciri-ciri fisik dan psikis tertentu yang tidak dimiliki oleh setiap orang
- b. Ada lebih banyak kandidat yang tersedia dibandingkan jumlah jabatan yang akan diisi.

Terdapat beberapa teknik atau metode seleksi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Hal terpenting untuk diperhatikan adalah bahwa masing-masing teknik seleksi mengukur karakteristik tertentu, sehingga akan memberi informasi yang berbeda-beda mengenai kandidat. Pemilihan suatu teknik/metode sebagai predictor dalam prosedur seleksi sangat tergantung pada: ciri-ciri pekerjaan, validitas dan reliabilitas metode, persentase calon

yang terseleksi, dan biaya penggunaan teknik tertentu. Beberapa teknik seleksi yang sering digunakan adalah formulir lamaran, data biografi, referensi dan rekomendasi, wawancara, test kemampuan dan kepribadian, test fisik/fisiologis, test simulasi pekerjaan dan assessment center.

7. Membuat penawaran kerja.

Setelah proses seleksi dianggap cukup dan petugas rekrutmen sudah dapat menentukan kandidat terbaik untuk jabatan tertentu, maka selanjutnya perlu dipersiapkan penawaran kerja. Kegiatan pada tahap ini adalah mempersiapkan perjanjian kerja (KKB), memperkenalkan secara lebih mendalam tentang peraturan dan kondisi kerja di perusahaan, dan memastikan kapan kandidat akan mulai bekerja. Hal terpenting dalam tahap ini adalah petugas rekrutmen harus menyiapkan kandidat cadangan untuk mengantisipasi kalau kandidat pertama menolak tawaran kerja atau terjadi hal-hal tak terduga.

8. Mulai bekerja.

Setelah kandidat menerima penawaran kerja, sehingga pada saat yang bersangkutan sudah menjadi pegawai maka masih perlu dibantu agar ia dapat bekerja secara optimal dan bertahan untuk waktu yang lama. Pegawai yang bersangkutan harus dimonitor dan dinilai kinerjanya secara teratur, serta diberikan pelatihan dan pengembangan. Pada tahap ini petugas rekrutmen perlu mengkaji ulang cara-cara yang dipakai dalam merekrut dan menyeleksi pegawai, Hal ini sangat penting demi mencegah masalah-masalah yang mungkin timbul setelah pegawai diterima bekerja.

7. Evaluasi Kuantitas dan Kualitas Perekrutan

Tahap akhir dalam rekrutmen adalah penilaian atau pemilihan pelamar dengan kualifikasi yang diinginkan untuk mengisi posisi-posisi kosong dalam suatu organisasi.

Menurut Moenir (1982: 131) proses pemilihan ini terdiri dari dua kegiatan:

- a) Penentuan lulus tidaknya para peserta dalam ujian saringan.
- b) Pemanggilan peserta yang telah dinyatakan lulus yang dapat diterima bekerja sesuai kualifikasi peserta dan syarat pekerjaan

Tujuan mengevaluasi perekrutan ialah organisasi dapat melihat bagaimana usaha-usaha perekrutan mereka dibanding dengan pola-pola di masa yang lalu dan kinerja perekrutan dari organisasi lain.

Menurut Mathis dan Jackson, (2006) Ukuran tertentu dari efektifitas perekrutan sangat berguna dalam mengidentifikasi apakah populasi pelamar yang ditargetkan dapat ditarik dalam jumlah yang cukup dan apakah semua yang direkrut dapat memenuhi standart kualifikasi dan kompetensi yang telah ditentukan, sesuai yang digambarkan.

2. Media Massa

a. Pengertian Media Massa

Media massa bukan hal yang asing dalam kehidupan sehari-hari, dapat dibayangkan hampir semua manusia setiap hari bertemu dengan yang dapat disebut media, terlebih di era modern seperti sekarang banyak masyarakat yang menggunakan media secara online terlepas dari media yang konvensional yang sering ditemui contohnya media cetak dan media elektronik.

Terdapat beberapa pengertian media massa menurut para ahli antara lain dipaparkan dibawah ini:

Menurut Soehadi (1978) mengemukakan bahwa Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain.

Menurut Nurudin (2007) media massa juga dapat disebut sebagai alat yang digunakan untuk dan memiliki kemampuan dalam menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens yang luas dan heterogen dalam sebuah komunikasi

Menurut Cangara (2002) Media massa didefinisikan sebagai suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator atau sumber pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti film, surat kabar, radio, atau TV.

Dapat disimpulkan bahwa media massa adalah alat atau penghubung yang digunakan dalam menyampaikan sesuatu informasi yang dibutuhkan masyarakat melalui media online ataupun media cetak dan media elektronik.

b. Peran Media Massa

Perkembangan globalisasi pada saat ini media massa berperan sangat vital dalam kehidupan sehari-hari. Media massa diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi penggunanya. Media massa memiliki berbagai peran yaitu seperti dikatakan McQuail (1987) mengemukakan sejumlah peran yang dimainkan media massa, yakni:

- a) Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan atau promosi.
- b) Dapat menjadi sumber kekuatan atau alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat
- c) Media massa berperan menjadi wadah untuk menampilkan peristiwa masyarakat.
- d) Dapat menjadi wahana pengembangan keudayaan, informasi, mode, gaya hidup, dan norma.
- e) Berperan dalam pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

c. Karakteristik Media Massa

Dalam peranannya Media massa sangat vital dalam kehidupan sehari-hari maka dari itu media massa memiliki karakteristik yaitu antara lain yang dikemukakan para ahli, Seperti yang dikemukakan oleh Cangara (2006) Karakteristik Media Massa antara lain :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana

informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Pendapat lain yang mengemukakan tentang Karakteristik Media Massa juga dikemukakan oleh Assegaf (1991) yang mengemukakan bahwa Media Massa memiliki karakter sebagai berikut :

1. Komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah. Komunikannya tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikasinya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (*delay feedback*).
2. Media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukkan bahwa pesan yang ada dalam media massa berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya.
3. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikannya dalam media massa berjumlah besar dan menyebar di mana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal.
4. Media massa menyajikan materi yang dapat mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikannya dari kalangan bawah sampai kalangan atas.
5. Media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur. Penyelenggara atau pengelola media massa adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap permasalahan kemasyarakatan.

d. Media Online

1. Pengertian Media Online

Media Online bukan merupakan hal yang asing bagi masyarakat mengingat di era globalisasi saat ini setiap orang dapat dengan mudah mengakses seluruh kebutuhan yang diinginkan melalui media online. berikut merupakan pengertian media online menurut para ahli:

Severin dan Tankard, (2005:445) Mengungkapkan bahwa Media *online* adalah media yang terbit di dunia maya, istilah dunia maya pertama kali dikenalkan oleh William Gibson (1984/1994) dalam novelnya yang mengartikan dunia maya yaitu realita yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artificial, atau virtual.

Halim (2006: 27) juga berpendapat mengenai media *online* yaitu Media *online* yaitu website/situs yang difungsikan sebagai media komunikasi elektronik yang tidak terikat ruang dan waktu dengan tujuan untuk memberikan informasi aktual yang dapat diakses oleh publik secara *in real time*.

Kesimpulannya media online adalah media yang terdapat pada dunia maya yang memiliki fungsi sebagai media komunikasi elektronik yang terhubung secara global dan didukung computer dengan tujuan untuk memberikan informasi aktual yang dapat diakses oleh publik secara luas.

2. Karakteristik Media Online

Media online memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari terebih di era modern seperti saat ini. Lebih lanjut tentang media *online* berupa portal informasi ini, Iswara (2001) menjelaskan karakteristik umum yang dimiliki media jenis ini, yaitu:

a. Kecepatan (aktualitas) informasi

Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung di upload ke dalam situs web media *online* ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dan dalam waktu bersamaan .dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

b. Adanya pembaruan (*updating*) informasi

Informasi disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*)informasi. Penyajian yang bersifat realtime ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistemewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

c. Interaktivitas

Salah satu keunggulan media *online* ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (linear) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan media *online* bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai features yang ada seperti *chatroom*, *e-mail*, *online polling/survey*, games, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media *online*. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.

d. Personalisasi

Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media *online* memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).

e. Kapasitas muatan dapat diperbesar

Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di *server* komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

f. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*)

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke *bank data* yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media *online* dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau games.

3. Keunggulan Media Online

Setelah munculnya media *online* bukan berarti menggeser media cetak dan elektronik karena media *online* memiliki keunggulan yang lebih dari pada media cetak dan elektronik. Media *online* memiliki wilayah konsumen (pembaca/komunikasi) tersendiri hanya saja media *online* memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media cetak dan media elektronik.

Menurut Yunus (2010) Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita. Keunggulan media *online* adalah informasi/berita bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis.

1. *Up to date*, media *online* dapat melakukan *upgrade* (pembaharuan) suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu dan dimana saja, tidak melulu menggunakan bantuan komputer, tetapi fasilitas teknologi pada *handphone* (telepon genggam) atau lebih spesifik dengan kata *smart phone* (telepon genggam yang telah memiliki fasilitas teknologi internet). Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi/berita yang lebih mudah dan sederhana.
2. *Real time*, cara penyajian berita yang sederhana tersebut menjadikan media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung hal ini yang dimaksud dengan *real time*. Wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa dengan bantuan telepon atau fasilitas internet seperti *E-Mail* dan lainnya.
3. Praktis, media *online* terbilang praktis karena kemudahan untuk mendapatkan berita dan informasinya, kapan saja bila diinginkan media *online* dapat dibuka dan dibaca sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. *Handphone* yang memiliki fasilitas koneksi internet, komputer yang memiliki sambungan internet baik di perkantoran atau di rumah, dan dapat pula di warung internet (warnet)

Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, Menurut Vivian (2008) media *online* tidak hanya dimiliki oleh institusi media yang menerbitkan secara *online* namun saat ini media cetak dan media elektronik juga memiliki versi *online* untuk melengkapai kekurangannya hal ini dimaksudkan untuk memaksimalkan audien.

Pendapat yang sama juga dikatakan oleh Santana (2005:136) yaitu: Model situs berita secara general yang kebanyakan digunakan oleh media berita tradisional sekedar merupakan edisi *online* dari media induknya. Isi orisinalnya diciptakan kembali oleh internet dengan cara mengintensifkan isi

dengan kapabilitas-kapabilitas teknis dari *cyberpace*. Sejumlah fitur interaktif dan fungsi-fungsi multimedia ditambahkan. Isinya di *update* lebih sering daripada medium induknya. Misalnya *Washington Post Online* (www.washingtonpost.com), *CNN Interaktive* (www.CNN.com), dan di Indonesia ada *Kompas Online* (kompas.com) dan lainnya.

4. Kelemahan Media Online

Media *online* bisa dikatakan media tersempurna dibandingkan dengan media sebelumnya (media tradisional). Selain terbitnya *real time* media *online* juga dapat menerbitkan berita berupa tulisan, audio, dan video layaknya surat kabar, radio, dan televisi. Namun tidaklah sesempurna itu, media *online* juga mempunyai kekurangan. Hanya saja kekurangan media *online* lebih kepada komunikasi atau audien. Meski memiliki audien yang lebih global dan luas, media *online* tidak akan mampu menjangkau khalayak yang masih terisolasi oleh teknologi.

Dalam buku *Teori Komunikasi Massa* yang disusun oleh Vivian (2008:286) mengatakan, ada problem yakni banyak belahan dunia yang belum bisa akses ke internet. Semua negara di Timur Tengah dan Afrika secara keseluruhan hanya punya 7,5 juta pengguna web. Termasuk Indonesia yang masih sangat minim dalam akses internet.

Severin dan Tankard mengutip dari *Nando Times* (1998) dalam bukunya yang berjudul *. Teori Komunikasi: Sejarah, Merode, dan Terapan di Media Massa* (2005:454) yang mengatakan bahwa hasil survei yang dilakukan oleh Grllupe Organization untuk penelitian pasar *online* menunjukkan bahwa kaum muda mengakses internet tidak untuk mencari informasi dan berita melainkan

beragam tujuan, hanya kaum dewasa dengan umur 35 tahun sampai dengan 54 tahun yang menggunakannya untuk berita dan informasi.

3. Efisiensi

a. Pengertian Efisiensi

Efisiensi seringkali dikaitkan dengan kinerja suatu organisasi karena efisiensi mencerminkan perbandingan antara keluaran (output) dengan masukan (input). Dalam berbagai literatur, efisiensi juga sering dikaitkan dengan produktivitas karena sama-sama menilai variabel input terhadap output.

Terdapat beberapa pengertian Efisiensi menurut para ahli antara lain dipaparkan dibawah ini :

Menurut Kamus Besar Ekonomi (2003;178) menyatakan bahwa efisiensi adalah Hubungan atau perbandingan antara faktor keluaran (output) barang dan jasa dengan masukan (input) yang langka di dalam suatu unit kerja, atau ketetapan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya).

Menurut Mulyadi (2007;63) mengemukakan bahwa efisiensi adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan suatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi juga berarti rasio antara *input* dan output satau biaya dan keuntungan.

Sedangkan Menurut Hasibuan (2005;233) yang mengutip pernyataan H. Emerson Efisiensi adalah perbandingan yang teraik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber terbatas. Dengan kata lain hubungan antara apa yang telah diselesaikan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001;283) menyatakan bahwa efisiensi adalah Ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya), kedayagunaan, ketepatangunaan, kesangkilan serta kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya).

Menurut Wirapati (1976) mendefinisikan tentang yaitu efisiensi sebagai usaha untuk mencapai hasil yang maksimal dengan menggunakan sumber daya yang tersedia, yang meliputi sumber daya alam, modal, dan manusia dalam suatu

waktu. Jadi menurut Wirapati, efisiensi dapat dilihat dari 2 segi, yaitu pertama, hasil yang telah dicapai, dan kedua adalah usaha yang telah dilakukan.

Menurut Gie dan Thoha (1978) menjelaskan tentang efisiensi adalah bahwa suatu kegiatan dapat disebut efisien jika usaha yang telah dilakukan, memberikan output yang maksimum, baik dari jumlah maupun kualitas. Suatu kegiatan juga dapat dikatakan efisien jika dengan usaha minimum dapat mencapai output tertentu. Usaha yang dimaksud mencakup material, pikiran, tenaga jasmani, ruang, dan waktu.

Menurut pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa efisiensi adalah suatu cara dengan bentuk usaha yang dilakukan dalam menjalankan sesuatu dengan baik dan tepat serta meminimalisir pemborosan dalam segi waktu, tenaga dan biaya serta mendapat output yang diinginkan.

b. Konsep Efisiensi

Dasar efisiensi adalah rasio/perbandingan output terhadap input. Output atau input disini yaitu output adalah keluaran (hasil), sedangkan input adalah masukan (alokasi biaya, waktu, tenaga). Artinya bahwa dengan input atau perencanaan tujuan maka bisa mendapatkan hasil output yang maksimal, atau berdaya guna. Dengan kata lain, dengan konsep efisiensi maka bisa berdaya guna. Bahwa dengan input yang baik juga, maka akan didapatkan output dengan hasil yang maksimal juga.

Berikut merupakan cara menurut osman (2008) untuk meningkatkan efisiensi antara lain dengan :

1. Meningkatkan output (hasil)
2. Mengurangi input (biaya, waktu, tenaga)
3. Jika kedua output dan input ditingkatkan, maka tingkat kenaikan untuk output harus lebih besar dari pada tingkat kenaikan untuk input atau,
4. Jika kedua output dan input diturunkan, laju penurunan untuk output harus lebih rendah daripada tingkat penurunan untuk input.

Cara lain yang bisa digunakan untuk mencapai efisiensi yang lebih tinggi selain keempat cara di atas adalah dengan menerapkan teknologi manajemen yang

dapat mengurangi input maupun meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan lebih banyak output.

Beberapa konsep mengenai efisiensi antara lain yang dikemukakan oleh Ramesh Bhat (2001) dalam Wulansari (2010) sebagai berikut:

1. Efisiensi teknis

Efisiensi ini berkaitan dengan penggunaan tenaga kerja, modal, dan mesin sebagai input untuk menghasilkan output maksimum. Dengan menerapkan teknologi yang sama pada semua unit maka diharapkan tidak akan ada input yang sia-sia dalam memproduksi kuantitas output tertentu. Sebuah organisasi yang beroperasi lebih baik dari pada semua organisasi lain yang disampel, maka bisa dikatakan bahwa organisasi ini telah efisien secara teknis.

2. Efisiensi alokatif

Berkaitan dengan meminimalkan biaya produksi dengan pilihan input yang tepat untuk menghasilkan suatu tingkat output tertentu dengan mempertimbangkan tingkat harga input, dengan asumsi bahwa organisasi yang diuji sudah sepenuhnya efisien secara teknis. Efisiensi alokatif dinyatakan sebagai skor persentase, dimana skor 100 persen menunjukkan bahwa organisasi telah menggunakan inputnya dalam proporsi yang akan meminimalkan biaya. Sebuah organisasi yang beroperasi pada praktek terbaik secara teknis masih bisa secara alokatif dikatakan tidak efisien karena tidak menggunakan input dalam proporsi yang meminimalkan biaya, pada harga input relatif tertentu.

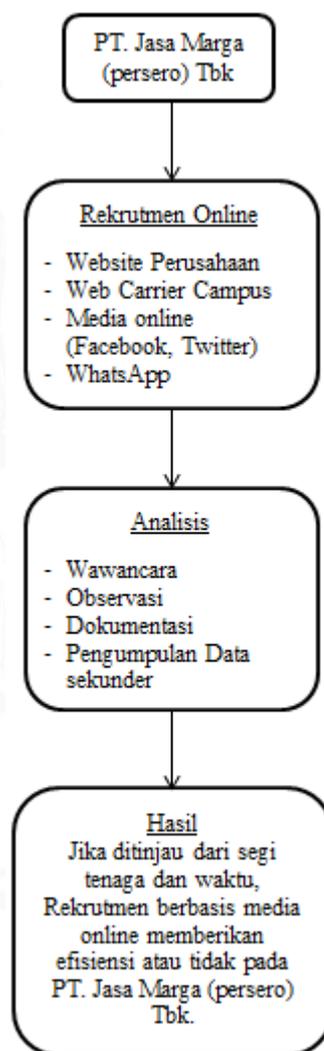
3. Efisiensi biaya/ keseluruhan

Berkaitan dengan kombinasi efisiensi teknis dan alokatif. Sebuah organisasi dikatakan melakukan efisien biaya jika dia bisa efisien baik secara alokatif maupun secara teknis. Efisiensi biaya dihitung sebagai produk dari nilai efisiensi teknis dan efisiensi alokatif (ditunjukkan dalam persentase), sehingga organisasi hanya dapat mencapai 100 persen nilai efisiensi biaya jika telah mencapai 100 persen efisiensi baik teknis dan alokatif.

4. Kerangka berfikir

Dalam penelitian ini, tujuan dari rekrutmen bagi perusahaan adalah mendapat calon pelamar yang sesuai harapan perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, disamping itu perusahaan juga

dituntut untuk meminimalisir pengeluaran yang dikeluarkan dalam melakukan rekrutmen, salah satunya dengan menggunakan media online dalam melakukan rekrutmen. Penggunaan metode rekrutmen online yang efektif dan efisien diharapkan dapat menjadi metode rekrutmen yang utama bagi perusahaan tidak hanya PT.Jasa Marga (Persero) saja tetapi dapat diterapkan di perusahaan lainnya. Berikut merupakan konsep alur pemikiran dalam penelitian ini :



Gambar 2 : Alur Pemikiran
Sumber : Pemikiran Peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Objek dan tujuan penelitian akan mempengaruhi dalam penentuan jenis penelitian yang akan digunakan. Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan maka jenis penelitian yang akan ditetapkan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Singarimbun (1995:4) adalah suatu penelitian yang dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Sedangkan tujuan penelitian deskriptif menurut Mardalis (2002:26) adalah untuk memaparkan apa yang saat ini berlaku, didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi. Menurut Sekaran (2007:159) Tujuan studi deskriptif yaitu memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi, industri, atau lainnya.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau paparan tentang bagaimana proses pelaksanaan rekrutmen dan analisa efisiensi rekrutmen karyawan melalui media online dan media konvensional. Dalam hal ini pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan agar dapat ditentukan batasan penelitian sehingga obyek yang diteliti tidak terlalu luas dan agar lebih jauh lagi peneliti dapat mengetahui dengan pasti data yang dikumpulkan dan dianalisis sehubungan dengan penelitian yang dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh Moleong (2011) terdapat dua tujuan penelitian dalam menentukan fokus penelitian. Pertama, fokus penelitian dapat membatasi studi, dalam hal ini fokus penelitian akan membatasi bidang inkuiri. Kedua, penetapan fokus penelitian berfungsi untuk memenuhi kriteria masuk dan keluarnya (inklusi-eksklusi) terhadap segala informasi yang diperoleh dilapangan. Sehingga adapun fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penggambaran proses rekrutmen karyawan berbasis media online dan media konvensional yang telah diterapkan pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk kepada calon pelamar. Secara spesifik dapat dilihat dari sistem yang diterapkan oleh perusahaan pada calon pelamar serta data calon karyawan yang mendaftarkan diri pada perusahaan tersebut sehingga dapat disimpulkan apakah sesuai target dan dapat terbilang efisien.
2. Penggambaran tentang analisis efisiensi rekrutmen karyawan berbasis media online yang ada pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang dapat diukur dari:
 - a) Tenaga yang dikeluarkan dan di simpan karyawan perusahaan untuk melakukan rekrutmen media online jika dibandingkan dengan metode rekrutmen konvensional.

- b) Waktu yang dikeluarkan dan di simpan perusahaan untuk melakukan rekrutmen media online jika dibandingkan dengan metode rekrutmen konvensional.

Agar penelitian ini terfokus sesuai dengan tema penelitian. Maka, pihak-pihak yang dijadikan informan dalam penelitian ini yaitu Manager HRD PT. Jasa Marga (persero) Tbk, Staff HRD perusahaan, dan karyawan yang mengikuti rekrutmen melalui media *online*. Hal ini dilakukan untuk mendapat fakta yang terjadi pada perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu area dengan batasan yang jelas agar tidak menimbulkan ketidakjelasan daerah atau wilayah tertentu. Penelitian ini mengambil lokasi di PT Jasa Marga (persero) Tbk, yang bertempat di Plaza Tol Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta Timur. dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Pertimbangan rasa ketertarikan penulis untuk mengetahui lebih jelas tentang analisis efisiensi rekrutmen karyawan berbasis media online pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Mengingat perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk merupakan perusahaan BUMN yang sejak tahun 2012 hingga sekarang melakukan rekrutmen karyawan dan proses rekrutmennya selalu menerapkan rekrutmen melalui media online untuk mengisi posisi tertentu dalam perusahaan.

- b. PT. Jasa Marga (persero) Tbk disamping menggunakan rekrutmen online, sejak dulu perusahaan ini menggunakan metode rekrutmen konvensional sampai rekrutmen tahun 2016, sehingga dapat dijadikan perbandingan antara rekrutmen konvensional dengan rekrutmen online.
- c. Serta keinginan penulis mengetahui pengaplikasian media online dalam perusahaan untuk menginformasikan kepada calon pelamar serta untuk mengetahui dampak atau peranan media online dalam penyebaran informasi pada calon pelamar apakah dapat terbilang efisien atau tidak.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperoleh dari perusahaan harus valid dan sesuai dengan apa yang ada di lapangan, maka dari itu dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan pada bagian HRD, karyawan bagian HRD dan juga calon pelamar yang menggunakan metode pendaftaran online serta informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data kualitatif merupakan data yang berupa keterangan-keterangan dan bukan data yang berupa bentuk angka-angka.

Menurut Lofland dalam Idrus (2009) sumber data yang digunakan menurut derajat sumbernya dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dengan cara wawancara kepada responden, observasi dan melakukan dokumentasi, dalam hal ini kepada pimpinan serta karyawan PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang dapat memberikan data atau informasi sesuai dengan topik penelitian.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, data sekunder sebagai contoh adalah data yang diperoleh dari pihak ketiga seperti publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web yang memberikan data atau informasi sesuai dengan topik penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lofland dalam Idrus (2009) data merupakan bahan atau keterangan-keterangan tentang kejadian-kejadian nyata atau fakta yang berkaitan dengan tujuan penelitian dan memberikan keterangan yang dapat berupa catatan dalam bentuk buku atau file-file. Menurut Loflan dalam Idrus (2009) dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Pada dasarnya proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua tahap, yaitu:

1. Studi Lapangan

Studi lapangan ini diterapkan atau dilakukan untuk mengumpulkan data yang menunjang dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang ingin diteliti melalui observasi, dokumentasi dan dengan

cara wawancara yang dilakukan pada responden, dalam hal ini pimpinan perusahaan dan karyawan. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara:

a) Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, bukan untuk mengubah atau mempengaruhi pendapat responden.

b) Dokumentasi

Peneliti ini mencari dan mempelajari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan fokus permasalahan yang diteliti yaitu dokumen-dokumen berupa tata kegiatan atau berkas laporan yang berisi tentang sesuatu yang berkaitan dengan penelitian ini.

c) Observasi

Merupakan suatu pengamatan langsung terhadap lingkungan fisiknya atau pengamatan langsung suatu aktifitas yang sedang berlangsung yang meliputi seluruh aktifitas perhatian terhadap suatu kajian objek dengan menggunakan alat indranya. Atau suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mengumpulkan data dan dilakukannya dengan cara sistematis dan sesuai prosedurnya.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari perusahaan mengenai landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari bahan kuliah, literatur-literatur dan hasil penelitian lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai topik penelitian yang akan dibahas.

F. Instrumen Penelitian

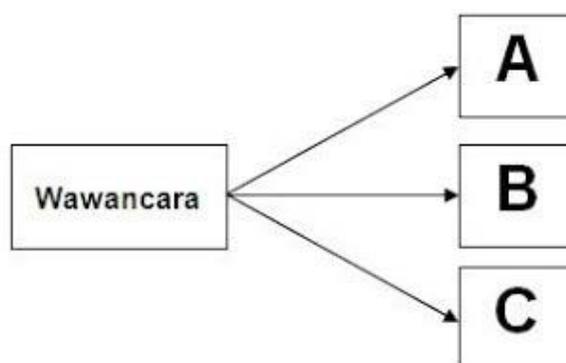
Peneliti kualitatif sebagai *Human Instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih responden sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

Menurut Arikunto (2006) instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga mudah untuk diolah datanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pokok dan instrumen penunjang. Instrumen pokok adalah manusia itu sendiri sedangkan instrumen penunjang adalah pedoman observasi dan pedoman wawancara. Peneliti sebagai instrumen pokok dapat berhubungan langsung dengan responden dan mampu memahami serta menilai berbagai bentuk interaksi di lapangan. Sedangkan instrumen penunjang berupa pedoman observasi dan pedoman wawancara untuk membantu peneliti dalam melakukan observasi dan wawancara kepada responden agar sesuai dengan pedoman yang telah dibuat sebelumnya.

G. Keabsahan Data

Peneliti mengumpulkan dan sekaligus menguji kredibilitas data dengan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2013:424) triangulasi merupakan “metode pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai metode pengumpulan data dan sumber data yang telah ada”. Dalam penelitian ini cara mengukur keabsahan data dengan cara Triangulasi Sumber.

Menurut Sugiyono (2013:424) Triangulasi Sumber yaitu cara untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang perilaku murid, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dapat dilakukan ke guru, teman murid yang bersangkutan dan orang tuanya. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa diratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi di deskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah di analisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member chek) dengan ketiga sumber data tersebut.



Gambar 3 : Triangulasi Sumber
Sumber : Sugiyono (2013:424)

H. Teknik Analisis Data

Dalam suatu penelitian, agar data yang telah dihasilkan dapat disajikan dengan baik maka perlu menggunakan suatu metode untuk menganalisis data tersebut. Analisis data yang dimaksud adalah untuk mencapai kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Model ini ada 4 komponen analisis yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Moleong (2004:280-281) Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif menurut (Miles, Huberman dan Saldana, 2014), adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

2. Reduksi data

yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada di lapangan langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian.

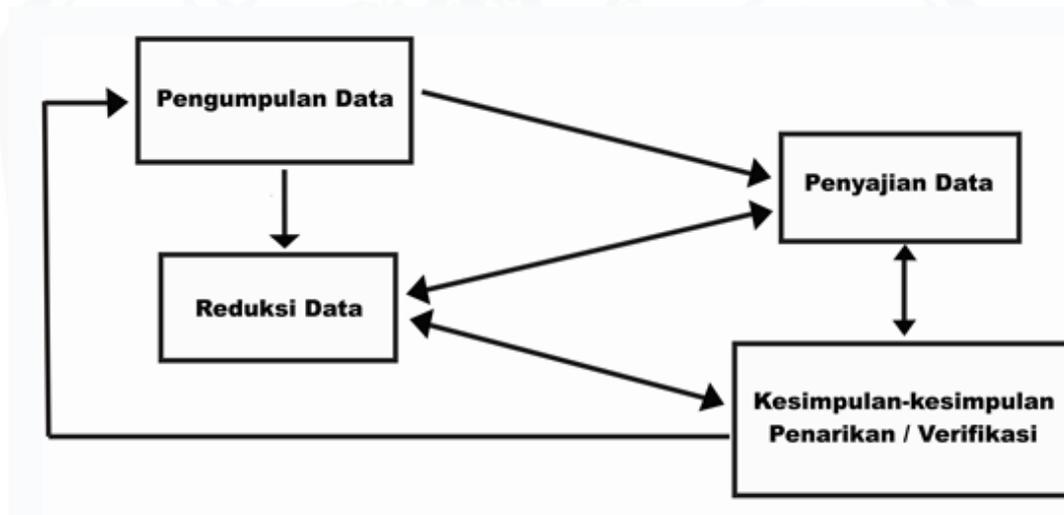
3. Penyajian data

yaitu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Penyajian data diperoleh berbagai jenis, jaringan kerja, keterkaitan kegiatan atau tabel.

4. Penarikan kesimpulan

yaitu dalam pengumpulan data, peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab akibat.

Siklus analisis interaktif ditunjukkan dalam bentuk skema berikut ini :



Gambar 4 : Komponen Analisis Data Model Interaktif

Sumber : Miles dan Huberman, (2009 : 20)

Maka Langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk menganalisis data adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara tentang:

- a. Media massa meliputi tentang fungsi media massa/ Media *online* dalam perusahaan, Penerapan dan penggunaan media *online* yang dilakukan oleh perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk.
 - b. Rekrutmen meliputi tentang tujuan rekrutmen, rencana rekrutmen, metode rekrutmen, proses rekrutmen, pelaksanaan rekrutmen, dan efisiensi rekrutmen.
2. Data primer dikategorikan ke dalam bagian-bagian tertentu secara rinci dan sistematis sesuai dengan fokus penelitian.
 3. Pengumpulan data sekunder berupa profil perusahaan, struktur organisasi, metode dan prosedur pelaksanaan rekrutmen karyawan yang berasal dari dokumen dan arsip perusahaan yang dapat dipertanggungjawabkan.
 4. Menyusun dan menyajikan data secara terperinci dan jelas sesuai dengan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti.
 5. Hasil penyajian dan analisis data yang dilakukan akan memberikan suatu kesimpulan disertai dengan pemberian saran yang bermanfaat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan



Gambar 5 : Logo PT. Jasa Marga (persero) Tbk
Sumber : PT. Jasa Marga (persero) Tbk

Untuk mendukung gerak pertumbuhan ekonomi, Indonesia membutuhkan jaringan jalan yang handal. Melalui Peraturan Pemerintah No. 04 Tahun 1978, pada tanggal 01 Maret 1978 Pemerintah mendirikan PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Tugas utama Jasa Marga adalah merencanakan, membangun, mengoperasikan dan memelihara jalan tol serta sarana kelengkapannya agar jalan tol dapat berfungsi sebagai jalan bebas hambatan yang memberikan manfaat lebih tinggi daripada jalan umum bukan tol.

Pada awal berdirinya, Perseroan berperan tidak hanya sebagai operator tetapi memikul tanggung jawab sebagai otoritas jalan tol di Indonesia. Hingga tahun 1987 Jasa Marga adalah satu-satunya penyelenggara jalan tol di Indonesia yang pengembangannya dibiayai Pemerintah dengan dana berasal dari pinjaman luar negeri serta

penerbitan obligasi Jasa Marga dan sebagai jalan tol pertama di Indonesia yang dioperasikan oleh Perseroan, Jalan Tol Jagorawi (Jakarta-Bogor-Ciawi) merupakan tonggak sejarah bagi perkembangan industri jalan tol di Tanah Air yang mulai dioperasikan sejak tahun 1978.

Pada akhir dasawarsa tahun 80-an Pemerintah Indonesia mulai mengikutsertakan pihak swasta untuk berpartisipasi dalam pembangunan jalan tol melalui mekanisme Build, Operate and Transfer (BOT). Pada dasawarsa tahun 1990-an Perseroan lebih berperan sebagai lembaga otoritas yang memfasilitasi investor-investor swasta yang sebagian besar ternyata gagal mewujudkan proyeknya. Beberapa jalan tol yang diambil alih Perseroan antara lain adalah JORR dan Cipularang.

Dengan terbitnya Undang Undang No. 38 tahun 2004 tentang Jalan yang menggantikan Undang Undang No. 13 tahun 1980 serta terbitnya Peraturan Pemerintah No. 15 yang mengatur lebih spesifik tentang jalan tol terjadi perubahan mekanisme bisnis jalan tol diantaranya adalah dibentuknya Badan Pengatur Jalan Tol (BPJT) sebagai regulator industri jalan tol di Indonesia, serta penetapan tarif tol oleh Menteri Pekerjaan Umum dengan penyesuaian setiap dua tahun. Dengan demikian peran otorisator dikembalikan dari Perseroan kepada Pemerintah. Sebagai konsekuensinya, Perseroan menjalankan fungsi sepenuhnya sebagai sebuah perusahaan pengembang dan operator jalan tol yang akan mendapatkan ijin penyelenggaraan tol dari Pemerintah. Sebagai perusahaan jalan tol pertama di Indonesia, dengan pengalaman lebih,

didirikan pada tahun 1978 dalam membangun dan mengoperasikan jalan tol, saat ini Jasa Marga adalah pemimpin dalam mengelola lebih dari 531 km jalan tol atau 76% dari total jalan tol di Indonesia.

2. *Subsidiary Company*

Jasa Marga sebagai perusahaan penyedia jasa jalan tol terbesar di Indonesia memiliki anak usaha yang mampu mendukung jalannya bisnis inti perusahaan yang terbagi menjadi dua kelompok yaitu, usaha jalan tol dan usaha nonjalan tol, berikut merupakan anak perusahaan Jasa Marga :

a) **Anak usaha yang bergerak dibidang jalan tol :**

Bidang usaha Jasa Marga adalah membangun dan menyediakan jasa pelayanan jalan tol. Untuk itu Jasa Marga melakukan aktifitas usaha sebagai berikut:

1. Melakukan investasi dengan membangun jalan tol baru.
2. Mengoperasikan dan memelihara jalan tol.
3. Mengembangkan usaha lain, seperti tempat istirahat, iklan, jaringan serat optik dan lain-lain, untuk meningkatkan pelayanan kepada pemakai jalan dan meningkatkan hasil usaha perusahaan.
4. Mengembangkan usaha lain dalam koridor jalan tol.

Saat ini Jasa Marga mengelola dan mengoperasikan 13 hak pengusahaan (konsesi) jalan tol melalui delapan kantor cabang dan satu anak perusahaan yaitu :

- a) Jalan tol Jagorawi

- b) Jalan Tol Jakarta-Tangerang
- c) Jalan Tol Jakarta- Cikampek
- d) Jalan Tol Dalam Kota Jakarta
- e) Jalan Tol Prof. Dr.Ir. Sedyatmo
- f) Jalan Tol Serpong-Pondok Aren (dioperasikan oleh JLJ)
- g) Jalan Tol Cikampek -Purwakarta-Cileunyi
- h) Jalan Tol Padalarang –Cileunyi
- i) Jalan Tol Palimanan-Kanci
- j) Jalan Tol Semarang
- k) Jalan Tol Surabaya Gempol
- l) Jalan Tol Belawan-Medan-Tanjung Morawa
- m) Jalan Tol Lingkar Luar Jakarta (dioperasikan oleh JLJ)

Dibawah ini adalah anak perusahaan Jasa Marga pemegang konsesi Jalan Tol :

- a. PT Jalan Tol Lingkar Luar Jakarta (JLJ)
- b. PT Marga Sarana Jabar (MSJ)
- c. PT Marga Lingkar Jakarta (MLJ)
- d. PT Marga Trans Nusantara (MTN)
- e. PT Jasamarga Kunciran Cengkareng (JKC)
- f. PT Trans Marga Jateng (TMJ)
- g. PT Jasamarga Surabaya Mojokerto (JSM)
- h. PT Jasamarga Pandaan Tol (JPT)

- i. PT Transmarga Jatim Pasuruan (TJP)
- j. PT Jasamarga Bali Tol (JBT)
- k. PT Jasamarga Kualanamu Tol (JKT)
- l. PT Solo Ngawi Jaya (SNJ)
- m. PT Ngawi Kertosono Jaya (NKJ)
- n. PT Cinere Serpong Jaya (CSJ)
- o. PT Jasamarga Batang Semarang (JBS)
- p. PT Jasamarga Balikpapan Samarinda (JBS)
- q. PT Jasamarga Manado Bitung (JMB)
- r. PT Jasamarga Pandaan Malang (JPM)
- s. PT Jasamarga Jalanlayang Cikampek (JJC)

b) Anak usaha yang bergerak di bidang non jalan tol :

Dalam rangka mengoptimalkan aset, Perseroan melakukan pengembangan usaha non tol yang mendukung pengembangan dan pengoperasian jalan tol melalui pengembangan bisnis pada koridor jalan tol atau pengembangan bisnis yang memanfaatkan kompetensi Perseroan.

Pengembangan usaha non tol ini dengan mengkapitalisasi aset-aset tangible dan intangible Perseroan untuk meningkatkan nilai tambah bagi stakeholder, seperti pengembangan properti pada koridor jalan tol atau pemanfaatan daerah ruang milik jalan tol untuk pemasangan jaringan fiber optik. Pengembangan bisnis yang

dilakukan dapat dilaksanakan secara mandiri maupun dikerjasamakan dengan mitra strategis. Sampai saat ini Perseroan telah memiliki 3 (tiga) Anak Perusahaan yang bergerak dibidang Non Tol, yaitu :

- a) PT Jasa Layanan Pemeliharaan (JLP) dengan bidang usaha pemeliharaan jalan dan jembatan tol (kepemilikan saham sebesar 99%)
- b) PT Jasamarga Properti (JMP) dengan bidang usaha pengembangan bisnis properti (kepemilikan saham sebesar 99%)
- c) PT Jasa Layanan Operasi (JLO) dengan bidang usaha pengoperasian jalan tol (kepemilikan saham sebesar 99%)

3. Lokasi Perusahaan

Plaza Tol Taman Mini Indonesia Indah

Jakarta, 13550 Indonesia

Telp. : +6221 841 3630, +6221 841 3526

Fax. : +6221 841 3540

4. Visi dan Misi Perusahaan

- a) Visi

Menjadi Perusahaan Jalan Tol Nasional Terbesar, Terpercaya, dan Berkesinambungan.

- b) Misi

1. Memaksimalkan Pengembangan Kawasan untuk Meningkatkan Kemajuan Masyarakat dan Keuntungan Perusahaan.
2. Menjalankan Usaha Jalan Tol di Seluruh Rantai Nilai Secara Profesional dan Berkesinambungan.
3. Memimpin Pembangunan Jalan Tol di Indonesia untuk Meningkatkan Konektivitas Nasional.
4. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan Pelayanan Prima.

5. Tata Nilai Perusahaan

Tata nilai ini merupakan perwujudan dari sikap dan perilaku seluruh karyawan Jasa Marga yang dilaksanakan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan secara baik dan benar.

a) *Agility*

Jasa Marga GESIT dan mampu menghadapi perubahan serta berkembang secara berkesinambungan dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian.

b) *Professionalism*

Jasa Marga memiliki KOMPETENSI terbaik dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan secara sistematis dengan penuh semangat dan berorientasi ke depan.

c) *Integrity*

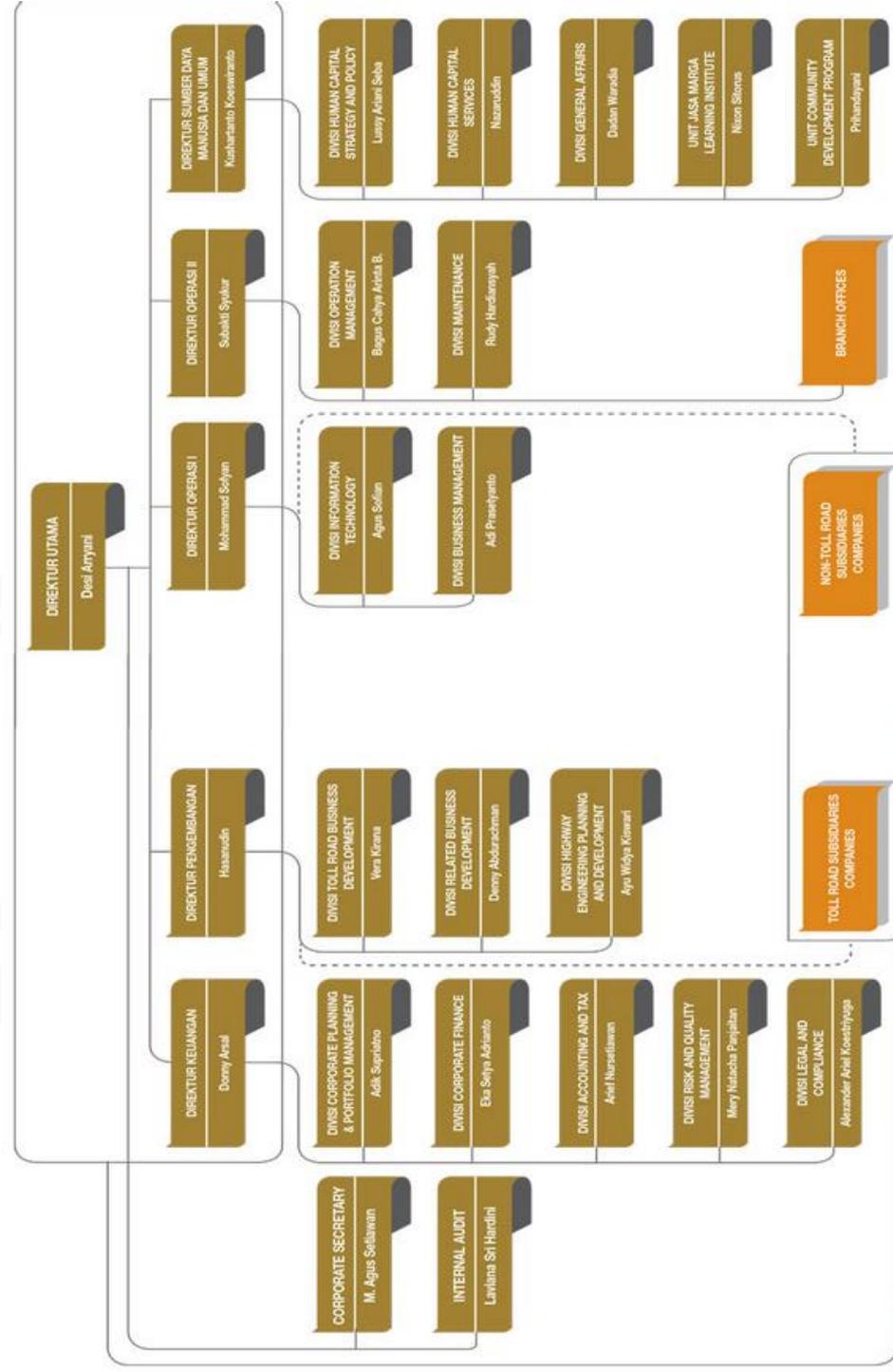
Jasa Marga menjunjung KONSISTENSI antara pikiran perkataan dan tindakan berlandaskan kejujuran, kebenaran, keadilan serta taat pada aturan dan etika yang berlaku.

d) Customer Focus

Jasa Marga senantiasa memberikan PELAYANAN TERBAIK dan berkelanjutan kepada pelanggan di seluruh rantai proses bisnis sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan.

6. Struktur Perusahaan

Struktur organisasi merupakan acuan dalam menentukan tugas, wewenang, dan tanggung jawab didalam jalannya suatu organisasi. Pembuatan struktur organisasi dapat membantu memudahkan koordinasi antar divisi. Berikut ini adalah struktur organisasi pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. :



Gambar 6 : Struktur Organisasi PT. Jasa Marga (persero) Tbk.
Sumber : PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

B. Data Hasil Fokus Penelitian

Hasil data ini merupakan uraian dari hasil penelitian yang didapat dari perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Dalam pembahasan ini terdapat beberapa poin yang saling berkaitan yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang ada dalam penulisan ini. Penjelasan yang lebih detail mengenai fokus penelitian mengenai efisiensi rekrutmen karyawan melalui media online dan media konvensional adalah sebagai berikut.

1. Proses Rekrutmen Berbasis Media Online

a. Media yang digunakan PT. Jasa Marga (persero) Tbk sebagai sarana penyebaran informasi rekrutmen.

Sesuai hasil penelitian yang didapatkan di lapangan mengenai proses rekrutmen pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk ini, terdapat beberapa responden yang memberikan penjelasan yang dapat menjadi acuan untuk menyimpulkan data pada penulisan ini. Proses rekrutmen karyawan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nana selaku manajer rekrutmen pada tahun 2016 mengungkapkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“Dari tahun 2012 kita pakai rekrutmen lewat jalur media online sampai sekarang ini sarananya dari website dan media sosial. Selain itu media yang digunakan PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Sebagai sarana *job posting* media cetak kita juga pakai”

Selaras dengan hasil wawancara dengan Ibu Nana yang mengungkapkan media rekrutmen yang digunakan di PT. Jasa Marga (persero) Tbk, Ibu Fika selaku Manajer rekrutmen tahun 2018 mengungkapkan (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“Job posting yang dipakai buat penyebaran informasi rekrutmen lewat website perusahaan, Twitter JM dan juga jasa marga kerjasama dengan beberapa universitas negeri di Indonesia untuk penyebaran melalui poster-poster informasi penerimaan di universitas yang bersangkutan”

Dan juga dijelaskan oleh Ibu Ires selaku staff *Human Capital Service* di PT Jasa Marga (persero) Tbk adalah sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“Untuk job posting kita pakai media WA, Twitter, Website. Kemarin juga kerjasama dengan universitas melalui job carrier campus untuk menysar freshgraduate terus kita juga pakai media cetak untuk sarana awalnya saja”

Media cetak yang digunakan perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk ada dua yaitu melalui poster dan koran, sesuai yang diungkapkan oleh Ibu Nana selaku manajer rekrutmen pada tahun 2016 adalah sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“Di perusahaan ini rekrutmen media cetaknya terbagi dua yaitu rekrutmen media cetak poster dan media cetak koran. Waktu rekrutmen karyawan tahun 2016 Jasa Marga menginformasikan rekrutmen di koran Media Indonesia dan koran Kompas. Alasan perusahaan tetap melakukan rekrutmen melalui iklan koran karena prinsip perusahaan yang ingin menjangkau calon pelamar kerja dari daerah terpencil dan mencakup seluruh lapisan masyarakat”

Secara garis besar Ibu Nana mengatakan dan menyimpulkan bahwa PT. Jasa Marga (persero) Tbk merupakan perusahaan BUMN yang berkomitmen melayani masyarakat dalam segala bentuk salah satunya menyebarkan rekrutmen melalui berbagai media untuk mendapat calon pelamar yang berkualitas dari penjuru negeri. Disisi lain perusahaan juga melakukan inovasi dengan berkembangnya teknologi dengan menyebarkan informasi rekrutmen melalui media online karena dinilai

lebih cepat, jangkauan lebih luas, dan lebih terjangkau seperti yang di kemukakan oleh ibu Nana (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) yang mengungkapkan bahwa :

“Kalau penerapan rekrutmen melalui media online karena proses yang dibutuhkan cepat dalam penyebarannya, selanjutnya jangkauan media online lebih luas karena dapat diakses dimana saja jika memiliki koneksi internet dan biaya serta tenaga yang dikeluarkan lebih sedikit”

Dari kedua media yang digunakan oleh Jasa marga dalam penyebaran informasi rekrutmen, ada satu media yang tidak digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk karena perusahaan memiliki pertimbangan untuk tidak menggunakan media elektronik (Televisi, Radio) karena dinilai kurang efisien. Sesuai yang hasil wawancara dengan Ibu Fika (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) berpendapat bahwa :

“pihak jasa marga tidak pernah menggunakan media rekrutmen melalui media elektronik karena menurut kami kurang efektif dan biaya yang dikeluarkan besar. Pada tahun 2016 lalu kita menggunakan streaming sindo TV, tapi mungkin itu masuk dalam media online”

Dari beberapa hasil wawancara dengan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa penerapan rekrutmen karyawan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk menggunakan dua media yaitu adalah media online dan media cetak. Media online yang digunakan perusahaann yaitu dengan penggunaan *Website, website carrier campus* dan media sosial (Twitter dan Whatsapp). Sedangkan media cetak yang digunakan yaitu melalui koran dan poster yang disebar ke beberapa Universitas yang ada di Indonesia. Pemilihan dua media tersebut sesuai yang

dikatakan narasumber karena adanya pertimbangan dari perusahaan yang berpendapat bahwa penggunaan rekrutmen melalui media online yang memiliki proses lebih cepat dan biaya serta tenaga yang dikeluarkan lebih sedikit dibanding media lain. Selain itu pemilihan penggunaan rekrutmen melalui media cetak dikarenakan prinsip perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk yang merupakan perusahaan BUMN yang ingin menjangkau ke pelosok negeri untuk mendapat calon karyawan yang berkualitas.

b. Proses alur rekrutmen karyawan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

Penelitian yang dilakukan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk terdapat beberapa informasi. Pada penulisan ini selain telah menjelaskan media yang digunakan dalam rekrutmen karyawan, poin selanjutnya yaitu mengenai proses tahapan rekrutmen karyawan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Pada penerapannya, rekrutmen yang digunakan yaitu dengan menggunakan dua media yaitu media cetak dan media online. Jika ditinjau dari pengelola rekrutmen PT. Jasa Marga (persero) Tbk, penerapan proses rekrutmen sesuai yang diungkapkan oleh ibu nana selaku manajer rekrutmen pada tahun 2016 di PT. Jasa Marga (persero) Tbk (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) adalah sebagai berikut :

“Untuk penerapan rekrutmen dan seleksi sebagian kita masih kerjasama dengan konsultan rekrutmen, jadi sebagian di handle oleh konsultan dan akan dilimpahkan ke perusahaan pada saat tahap interview user. Jadi awal kita menyiapkan posisi apa saja yang kira-kira butuh karyawan,

setelah itu kita buat persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh calon karyawan seperti CV, Ijazah dan lain- lain setelah itu publikasi”

Dan juga dijelaskan oleh Ibu Ires selaku Staff HCS di PT. Jasa Marga (persero) Tbk sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“pihak perusahaan melakukan job posting, pelamar melakukan registrasi ke email kemudian pelamar yang memenuhi kriteria kita hubungi untuk tes online dan mengikuti tahap seleksi selanjutnya”

Namun dalam penerapan teknis publikasi rekrutmen dilapangan yang diungkapkan oleh ibu nana yaitu sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“Perusahaan memposting melalui website dan media sosial perusahaan namun pada penerapannya banyak akun-akun atau website loker kembali menyebarkan contohnya melalui kaskus dan Whatsapp. Dan jika melalui media cetak (poster) jasa marga menempatkan poster dilingkungan perusahaan, di mading sebagian universitas yang ada di Indonesia serta menginformasikan pada calon pelamar melalui media cetak koran”

Dari hasil wawancara narasumber diatas mengungkapkan tahapan rekrutmen pada perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Selanjutnya setelah proses rekrutmen tersebut akan masuk pada tahap seleksi melalui 8 tahap yang diawali dengan identifikasi calon karyawan hingga pengangkatan karyawan tetap. Sesuai dengan fokus penelitian, lebih spesifik adapun tahapan proses rekrutmen karyawan PT. Jasa Marga (persero) Tbk. berbasis media online adalah sebagai berikut sesuai hasil wawancara dengan Ibu Fika selaku manajer rekrutmen pada tahun 2018 (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“waktu rekrutmen tahun 2016 kemarin, kita publikasi lebih condong ke media online tapi tetap tidak melupakan media lain. Untuk proses awal kita menentukan persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan, habis itu melakukan publikasi melalui WA, twitter, website, dan media lain, setelah itu calon pelamar melakukan pendaftaran online dan mengumpulkan persyaratan Foto, CV, surat lamaran dan ijazah melalui website jasamarga.experd.com, setelah terkumpul pelamar yang masuk kriteria melalui seleksi administrasi, kita kasih tau melalui email dan sms untuk mengikuti tes online”

Dibawah ini merupakan contoh format yang diberikan dari pihak PT. Jasa Marga (persero) Tbk sebagai pengingat kepada pelamar yang lolos ke tahap tes online dan email kepada pelamar yang belum melengkapi biodata:



PESAN PENGINGAT KEPADA PELAMAR

E-MAIL	SMS BROADCAST
<p style="font-size: x-small;">Yang Terhormat Pelamar PT JASA MARGA (Persero) Tbk, Terima kasih atas pendaftaran Anda di website https://jasamarga.experd.com/, Mohon untuk mengirimkan aplikasi Anda pada sebelum 7 Maret 2016.</p> <p style="font-size: x-small;">Untuk mengirimkan aplikasi Anda, silahkan ikuti tahapan berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masuk ke website https://jasamarga.experd.com/ 2. <i>Login</i> menggunakan email dan password Anda yang telah terdaftar 3. Klik "Resume Saya" pastikan data diri Anda sudah benar dan sesuai 4. Tekan tombol "Kirim Aplikasi Lamaran" 5. Cek "Status Aplikasi" Anda. Pengiriman lamaran berhasil jika status Anda: "Seleksi Administrasi" <p style="font-size: x-small;">Jika anda menemukan surat elektronik kami ini berada pada SAMPAH ELEKTRONIK (SPAM)/ bulk / trash, mohon untuk klik tombol "Bukan Sampah Elektronik" untuk membuat email dari kami tidak masuk ke dalam folder Sampah Elektronik/Bulk/Trash.</p> <p style="font-size: x-small;">Hormat Kami,</p> <p style="font-size: x-small;">Atas nama Tim Rekrutmen PT Jasa Marga (Persero) Tbk. EXPERD Consultant</p>	<p style="font-size: x-small;">Yang Terhormat Pelamar PT JASA MARGA (Persero) Tbk, Anda diundang untuk mengikuti seleksi tes online. Mengetai tata cara pengerjaan silahkan membuka jasamarga.experd.com Salam.</p>

Ket :
Pesan pengingat berupa e-mail dikirimkan setiap hari kepada pelamar yang belum melengkapi biodata dan SMS Broadcast dikirimkan setiap hari kepada pelamar yang belum mengisi pooling konfirmasi kehadiran.

Gambar 7 : Pesan pengingat kepada pelamar
Sumber : PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

Sesuai penjelasan narasumber diatas tentang proses rekrutmen ditinjau dari segi pengelola rekrutmen. Jika ditinjau dari karyawan yang masuk melalui jalur rekrutmen online, sesuai wawancara dengan Pak Duta yang merupakan karyawan yang masuk pada tahun 2016

menuturkan bahwa saat itu PT. Jasa Marga (persero) Tbk melakukan beberapa tahapan rekrutmen dan seleksi berbasis online sesuai yang dikemukakan oleh nya (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) antara lain:

“Media dipakai pada tahun 2016 menggunakan media online terus juga media cetak koran terus juga ada di website universitas. Kalo saya tahu kabar dari temen saya di grup WA alumni UGM ada yang nge-share loker dari perusahaan jasa marga setelah itu saya coba mendaftar dari online dengan cara Email semua persyaratan seperti Curriculum Vitae, ijazah dan foto via E-mail, Setelah mendaftar online untuk seleksi administratif setelah itu saya dapat panggilan untuk melakukan tes secara online”

Dari penjelasan hasil wawancara dengan narasumber diatas dapat diketahui tahapan dan proses pelaksanaan rekrutmen karyawan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Pada tahap awal perusahaan menyiapkan posisi yang membutuhkan karyawan, setelah itu membuat persyaratan dan ketentuan umum serta khusus bagi calon karyawan yang ingin mendaftar, selanjutnya melakukan publikasi melalui media online dan cetak, setelah itu pelamar melengkapi berkas lamaran kerja meliputi surat lamaran kerja , CV dan berkas pelengkap lamaran kerja lainnya seperti foto terbaru dan melakukan pendaftaran secara online di website jasamarga.experd.com, lalu pihak perusahaan melakukan pengiriman email bagi para pelamar yang belum melengkapi berkas, setelah dinyatakan lolos seleksi administrasi pihak perusahaan memberikan pemberitahuan melalui sms kepada pelamar yang beres undangan untuk melakukan seleksi tes online.

Dalam penerapan rekrutmen ini saat berjalan prosesnya masih terdapat permasalahan karena antusias pelamar yang cukup banyak sehingga perusahaan harus menambahkan server untuk menampung pelamar yang melebihi target. Sesuai pernyataan dari manajer rekrutmen Ibu nana (wawancara pada tanggal 15 maret 2018) mengungkapkan :

“Sebenarnya tidak terlalu banyak masalah yang timbul pada saat rekrutmen, tapi ada sedikit permasalahan karena terlalu banyak pelamar yaitu sekitar 36.000 pelamar mendaftar sehingga server sempat penuh tapi dapat diatasi dengan penambahan server baru”

Hal yang berbeda disampaikan oleh Mas Duta karyawan yang notabennya masuk melalui jalur online pada tahun 2016, mengungkapkan bahwa (wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“pas waktu saya daftar sih gak ada masalah sih aman-aman saja pas login pendaftaran juga gak ada masalah dengan server atau yang lainnya”

Sesuai dengan penuturan pelaksana rekrutmen ada sedikit kendala yang timbul saat melakukan rekrutmen, masalah itu muncul dikarenakan terlalu banyak pelamar yang mendaftarkan sekitar 36.000 sehingga menyebabkan server down namun dapat segera diatasi dengan penambahan server baru sehingga proses rekrutmen dapat berjalan dengan baik.

c. Tahapan Rekrutmen yang diterapkan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk secara lebih spesifik.

Pada penjelasan diatas telah disajikan tentang tahapan rekrutmen yang diterapkan secara umum pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Pada

poin ini akan dijelaskan data hasil penelitian mengenai tahapan rekrutmen secara spesifik mulai dari perencanaan rekrutmen, penentuan persyaratan dan kriteria pelamar, penentuan media yang digunakan dan waktu publikasi.

1. Perencanaan Rekrutmen

Dalam melakukan rekrutmen harus ada sebuah perencanaan, sesuai hasil penelitian pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Ibu Nana selaku Manajer mengungkapkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“tahap awal kita menyiapkan konsultan rekrutmen yang sekiranya bisa handle rekrutmen skala besar, terus kita analisis apasaja bagian yang lowong selanjutnya kita bikin kriteria sesuai posisi tersebut untuk kita publish calon pelamar”

Pendapat lain mengenai perencanaan rekrutmen yang juga sependapat dengan Ibu Nana. Ibu Fika selaku karyawan HCS pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk menuturkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“Untuk perencanaan pertama cari tau posisi apa saja yang butuh karyawan misalnya ada promosi jabatan atau mutasi dan sebagainya kan dari situ kita dapat acuan juga kita membuat persyaratan”

Selaras yang diungkapkan narasumber sebelumnya mengenai perencanaan rekrutmen pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Ibu Ires selaku Staff HCS juga menuturkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“misalnya bagian keuangan kekurangan orang kita lakukan rekrutmen, sumbernya bisa dari karyawan perusahaan bisa juga dari luar”

Dari penjelasan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan yaitu tahap awal ialah menganalisis jabatan yang kosong setelah itu menentukan kriteria selanjutnya melakukan publikasi dari internal atau pun eksternal perusahaan.

2. Kriteria Pelamar

Secara lebih spesifik mengenai kriteria pelamar yang dibutuhkan perusahaan Ibu Fika menjelaskan sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“kita sesuaikan dengan posisi yang kosong contohnya misalnya kita butuh bagian legal, kita cari mahasiswa jurusan hukum dari universitas yang terakreditasi, kalo persyaratan khusus mungkin sama aja seperti tinggi badan minimal, CV dan lain lain”

Penjelasan berikutnya diungkapkan oleh Ibu Ires selaku Staff HCS mengenai kriteria pelamar mengungkapkan sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“perusahaan menginfokan mengenai keperluan apa saja yang harus dipenuhi oleh pelamar sesuai kebutuhan perusahaan, serta kami juga melampirkan persyaratan apa saja yang harus dilampirkan untuk mendaftar”

Dari penjelasan narasumber diatas, Ibu Nana selaku manajer rekrutmen PT. Jasa Marga (persero) Tbk juga menjelaskan mengenai kriteria pelamar yaitu sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“Kita sesuaikan dengan bagian pekerjaan yang dibutuhkan, waktu rekrutmen tahun 2016 kemarin kita ada persyaratan umum dan khusus,

persyaratan umum seperti jurusan kuliah dsb, kalo khusus lebih ke personal orangnya”

Sesuai penjelasan ketiga narasumber diatas dapat disimpulkan penentuan kriteria pelamar disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan dalam persyaratan tersebut terdapat persyaratan umum dan khusus yang harus dipenuhi oleh pelamar. Berikut merupakan contoh informasi lowongan pekerjaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk:

Lowongan PT. Jasa Marga Posisi :

PEGAWAI

Persyaratan Umum Pencari Kerja :

- Warga Negara Indonesia
- Memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk)
- Berijazah Sarjana S1 atau D4 dengan latar belakang :
 - S1 :
 - Akuntansi
 - Hukum
 - Manajemen
 - Manajemen Bisnis
 - Perpajakan
 - Psikologi
 - Teknik Elektro
 - Teknik Industri
 - Teknik Sipil
 - D4 :
 - Teknik Jalan Tol
 - Teknik Sipil
- Sehat jasmani dan rohani
- Tidak sedang menjalani ikatan dinas atau bersedia melepaskan ikatan dinas dengan instansi lain apabila diterima di PT Jasa Marga (Persero) Tbk.
- Tidak pernah diberhentikan sebagai karyawan oleh pemberi kerja sebelumnya, karena suatu pelanggaran.
- Bersedia ditempatkan di seluruh wilayah operasi Perusahaan.
- Diutamakan memiliki pengalaman berorganisasi.
- Menguasai Bahasa Inggris dengan baik (lisan dan tulisan).
- Berasal dari pendidikan

Persyaratan Khusus Pencari Kerja :

- Dari Pelamar Umum :
 - Usia maksimal 27 tahun per tanggal 1 Oktober 2016
 - Berasal dari Perguruan Tinggi terkemuka dan terakreditasi
 - IPK minimal 2,75 untuk Perguruan Tinggi Negeri atau 3,00 untuk Perguruan Tinggi Swasta (skala 4,00)
 - Tinggi badan minimal 155 cm untuk Perempuan dan 160 cm untuk Laki-laki (Tinggi dan berat badan proporsional)
 - Bersedia mengikuti Ikatan Dinas selama 2 (dua) tahun
- Dari Pelamar Internal :
 - Karyawan tetap PT Jasa Marga (Persero) Tbk.
 - Usia maksimal 45 tahun per tanggal 1 Oktober 2016
 - Berasal dari Perguruan Tinggi terakreditasi
 - IPK minimal 2,75 (skala 4,00)

Gambar 8: Contoh informasi lowongan kerja PT. Jasa Marga.

Sumber : <http://bursakerjadepnaker.com/lowongan-kerja-bumn-pt-jasa-marga.html>

3. Penentuan Media yang Digunakan

Sebelum masuk pada tahap publikasi, perusahaan menentukan strategi publikasi media yang digunakan agar tepat sasaran. Ibu Ires mengungkapkan terkait penentuan media yang digunakan dalam publikasi yaitu (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“Di sesuaikan dengan jurusan yang ingin dicari contohnya kita mau mencari lulusan D4 teknik jalan tol, kita kerjasama dengan politeknik untuk share lowongan di job carier kampusnya. Kalo dari internal kita paling pake poster dan pesan WA antar karyawan”

Penjelasan selanjutnya dituturkan oleh Ibu Nana selaku manajer mengungkapkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“dari luar perusahaan kita fokus ke media online kan waktu nya lebih cepat dan lebih menasar ke freshgraduate, dari media cetak juga nantinya pelamar ditujukan untuk registrasi online”

Selaras dengan narasumber yang memberikan penjelasan mengenai penentuan media yang digunakan sebelumnya, Ibu Fika juga

memberikan penjelasan sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“sebelumnya kita nentuin rekrutmen dari internal atau eksternal, kalau dari internal lebih simple cuma lewat poster aja, dari mulut kemulut atau dari pesan WA karyawan pasti tau. Kalo dari eksternal untuk menyasar freshgraduate kita kerjasama dengan univ untuk publikasi terus dari media sosial kaya facebook, twitter kita juga pakai”

Sesuai penjelasan beberapa narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan menganalisis terlebih dahulu strategi yang digunakan untuk publikasi berdasarkan sumber yang ada.

4. Waktu Publikasi dan Pendaftaran

Dibawah ini disajikan hasil wawancara dengan narasumber PT. Jasa Marga(persero) Tbk terkait waktu publikasi dalam rekrutmen. Menurut penjelasan Ibu Nana selaku manajer mengungkapkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“tidak lama, sekitar seminggu. Kita lama di proses seleksinya 6 bulan”

Sesuai yang dikemukakan oleh Ibu Nana mengenai lamanya waktu publikasi. Ibu Fika juga mengungkapkan bahwa (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“tahun 2016 kemarin 10 hari kita publikasi dan masa pendaftaran, dari 10 hari itu juga kita sudah terkumpul 36.000 orang yang melengkapi berkas”

Dari Penjelasan hasil wawancara tersebut mengenai waktu publikasi dan pendaftaran dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk melakukan publikasi dan memberikan waktu pada pelamar 10 hari untuk melakukan pendaftaran secara online

dan melengkapi berkas-berkas. Pada Tahun 2016 kemarin dalam waktu 10 hari terdapat 36.000 orang yang tercatat terdaftar menjadi pelamar.

2. Efisiensi Rekrutmen Media Online

a. Perbandingan Efisiensi rekrutmen berbasis media online pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk jika dibandingkan metode rekrutmen lainnya.

Selain mendapatkan data tentang media rekrutmen yang digunakan serta tahapannya, dalam penelitian ini juga meneliti tentang perbandingan efisiensi media online dibandingkan media lain. Sesuai dengan hasil wawancara narasumber pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Jika dibandingkan dengan metode rekrutmen lainnya seperti job fair, iklan, walk in narasumber mengungkapkan bahwa dari segi efisiensi tenaga rekrutmen melalui media online dengan media konvensional, narasumber juga menuturkan media online memiliki keunikan lebih efisien dibandingkan dengan media lain, seperti yang diungkapkan oleh Ibu nana selaku manajer rekrutmen di PT. Jasa Marga (persero) Tbk tahun 2016 menuturkan (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“tenaga pasti kita tertolong karena pake media online ini tenaga yang dikeluarkan sedikit bisa satu orang untuk handle seharian, kita tidak perlu menyediakan tenaga kerja tambahan. untuk proses jobfair kita pernah melakukan dan harus menyediakan minimal 4 tenaga untuk bergantian dalam satu hari , walk in juga harus menyiapkan tenaga kerja yang standby untuk menerima lamaran”

Sesuai yang di kemukakan oleh Ibu nana, Ibu fika juga menuturkan mengenai perbandingan antara media online dengan media lainya jika ditinjau dari segi efisiensi tenaga nya. Ibu fika selaku manajer rekrutmen di PT. Jasa Marga (persero) Tbk menuturkan sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) :

“kalo dari media online kan dari grup WA juga bisa di share dari rumah, kantor juga bisa kan ga perlu mengeluarkan tenaga untuk memasang poster dan lain-lain. Kalo jobfair juga tenaga yang dikeluarkan juga besar kan karena banyak orang yang dibutuhkan untuk persiapan stand dan sebagainya. Buat pelamar juga otomatis memudahkan sih soalnya pelamar kan gak perlu bolak- balik naruh lamaran dan sebagainya”

Serta penjelasan yang dikemukakan oleh Ibu Ires selaku Staff HCS pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk mengenai perbandingan rekrutmen media online dengan media konvensional (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“Walk in sudah gak dipakai soalnya memakan tenaga dan kita cukup kesulitan untuk menangani pelamar yang satu per satu datang, dari job fair harus menyiapkan tenaga extra untuk jaga stand seharian minimal 3 sampai 4 orang kalo dibandingkan dari online tenaga orang yang terlibat sedikit”

Sesuai penjelasan narasumber diatas mengenai perbandingan efisiensi rekrutmen karyawan melalui media online dengan media konvensional ditinjau dari segi tenaga dapat diketahui bahwa media online dinilai lebih efisien dari segi tenaga karena informasi rekrutmen dapat dengan mudah di bagikan melalui internet dan media sosial yang tidak perlu banyak mengeluarkan tenaga dibanding harus menyebarkan poster cetak, mempersiapkan jobfair dan tenaga standby untuk walk in.

Selanjutnya merupakan perbandingan rekrutmen melalui media online dengan media konvensional ditinjau berdasarkan dari segi efisiensi waktu yang dibutuhkan. Sesuai hasil penelitian media online dinilai sifatnya lebih cepat dan cakupan media online luas sesuai yang dikemukakan oleh Ibu nana selaku manajer rekrutmen pada tahun 2016 (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018) bahwa :

“kalau dibandingkan dengan metode lain yang diterapkan jasa marga secara sifat media online lebih cepat prosesnya dan cakupan media online sangat luas mencakup seluruh indonesia sedangkan poster dan jobfair kan cakupannya kecil serta waktu yang dibutuhkan cukup banyak untuk memeriksa CV satu persatu secara manual”

Selaras yang dikemukakan oleh Ibu nana, Ibu Fika selaku manajer rekrutmen pada tahun 2018 juga menuturkan bahwa rekrutmen melalui media online membutuhkan waktu yang cukup dapat diminimalisir, sesuai hasil wawancara dengan Ibu Fika yang menuturkan sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“sangat jelas meminimalisir sih lebih efisien karena kan kalo dari internet kita upload di website atau twitter Jasa Marga juga pasti prosesnya langsung ketauan sama pelamar. Apalagi kalo broadcast dari WA kan dari mana aja bisa bagikan lowongan, contohnya kita sebar dalam satu menit bisa seratus lebih orang yang tau soalnya kan kita share di grup WA antar karyawan terus grup lainnya dan juga publish dari twitter yang langsung dapat dilihat dari followers dia akun kita sendiri. kalo dibanding media konvensional kan makan waktu ya misal satu menit hanya pasang 1 lokasi kita harus sebar poster terus kurang efektif kan gak langsung orang liat”

Dan juga penjelasan dari Ibu Ires yang mengungkapkan perbandingan antara media online dan konvensional dari segi efisiensi waktu sebagai berikut (Wawancara pada tanggal 15 maret 2018):

“melalui media online kan penyebarannya sangat cepat ya bisa dari website kita sendiri atau publikasi dari official twitter kita kebetulan ada 200ribu followers jadi kalo kita *publish* disana penyebarannya sangat cepat dan lebih efektif juga, jika dibandingkan menunggu pelamar untuk walkin atau menyebar poster membutuhkan waktu yang lama”

Sesuai pada hasil wawancara yang dilakukan pada narasumber diatas mengenai perbandingan efisiensi rekrutmen karyawan melalui media online dengan media konvensional ditinjau dari segi waktu dapat diketahui bahwa media online dinilai lebih efisien dari segi waktu karena dengan menggunakan media online informasi dapat tersebar dengan cepat dan cakupan media online yang dinilai sangat luas.

C. Pembahasan Analisis Data Hasil Penelitian

Setelah melakukan penyajian data fokus penelitian mengenai Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Berbasis Media Online pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Peneliti akan menganalisis data dengan metode perbandingan tetap, menurut Moleong (2004) dengan membandingkan antara teori dengan hasil penelitian di PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Penggunaan metode tersebut bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara teori mengenai tahapan rekrutmen dan teori mengenai efisiensi rekrutmen online. penjabaran mengenai poin pembahasan dapat lebih dijabarkan sebagai berikut.

1. Analisis Data Proses Rekrutmen Online

a. Media yang digunakan sebagai sarana *job posting*

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap PT. Jasa Marga (persero) Tbk mengenai Efisiensi Rekrutmen Media Online.

Sebagaimana penerapan media yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk sebagai sarana job posting adalah sebagai berikut:

Tabel 2 : Sarana job posting yang diterapkan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

No.	Media	Diterapkan
1.	Media Elektronik	A. Online: a) Twitter b) WhatsApp c) Website d) Web Carrier Campus B. Offline : -
2.	Media Cetak	a) Poster b) Koran

(Sumber : Wawancara Peneliti)

Dalam penelitian terkumpul data sekunder yang menggambarkan metode publikasi yang dilakukan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk. dalam menginformasikan informasi rekrutmen pada pelamar. Gambar tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 9 : Media Publikasi yang digunakan perusahaan
 Sumber : PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

Sarana Job Posting yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk yaitu antara lain adalah Media Elektronik dan Media Cetak. Media Elektronik khususnya online yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk adalah melalui website perusahaan, website bursa kerja departemen tenaga kerja, website kementerian BUMN, selain itu juga PT. Jasa Marga kerjasama dengan Universitas untuk menghimpun pelamar melalui *Career Development Center* dari universitas, penerapan job posting dari media online juga diterapkan melalui twitter, media chat WhatsApp. Untuk Media Elektronik khususnya offline contohnya radio dan televisi, perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk tidak menggunakannya dikarenakan dinilai kurang efektif dan biaya yang dikeluarkan cukup mahal. Dan untuk penerapan media cetak yang diterapkan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk yaitu

antara lain melalui poster yang disebar di internal perusahaan dan juga ke beberapa universitas yang ada di Indonesia untuk menjaring *fresh graduate*. Selain itu media cetak yang digunakan PT. Jasa Marga (persero) Tbk yaitu melalui koran seperti Media Indonesia, penyebaran melalui media cetak koran masih digunakan karena prinsip perusahaan BUMN khususnya PT. Jasa Marga (persero) Tbk untuk menjaring pelamar hingga plosok daerah yang sulit mendapat akses internet.

b. Tahapan Proses rekrutmen Online

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk tentang Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan berbasis Media Online dalam topik pembahasan fokus penelitian tentang tahapan proses rekrutmen online. Penerapan proses rekrutmen karyawan yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk, meliputi beberapa tahapan sesuai yang dikemukakan oleh Baiq Setiani (2013) yaitu mengidentifikasi jabatan yang lowong dan berapa jumlah tenaga yang diperlukan, mencari informasi jabatan melalui analisis jabatan untuk menentukan kriteria pelamar, menentukan sumber kandidat yang tepat, memilih metode-metode rekrutmen yang paling tepat untuk jabatan, memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan jabatan. Menurut Mathis dan Jackson (2001:273) rekrutmen merupakan suatu proses mengumpulkan sejumlah pelamar yang berkualifikasi baik untuk pemenuhan pekerjaan dalam organisasi. Berikut merupakan analisis tahapan rekrutmen PT

Jasa Marga (persero) Tbk, jika disesuaikan dengan tahapan rekrutmen yang ungkapkan oleh Baiq Setiani (2013) :

1. Mengidentifikasi jabatan yang lowong dan berapa jumlah tenaga yang diperlukan, yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam tahap awal melakukan rekrutmen adalah mengidentifikasi posisi yang akan diisi oleh pelamar. Pada penerapannya PT. Jasa Marga (persero) Tbk telah mengidentifikasi posisi yang akan diisi yaitu dengan cara menganalisa bagian yang lowong serta membutuhkan karyawan karena ada yang mutasi, promosi, mengundurkan diri atau dipindah tugas ke anak perusahaan. Sebagai contoh, pada bagian keuangan kekurangan orang dan membutuhkan karyawan tambahan, maka pelamar nantinya diprosesikan untuk mengisi posisi tersebut.
2. Mencari informasi jabatan melalui analisis jabatan untuk menentukan kriteria pelamar, tahap ini cukup penting dalam rekrutmen karena dengan menganalisis uraian jabatan dan spesifikasi jabatan yang ingin diisi, maka akan mendapatkan dasar dalam membuat kriteria dan persyaratan yang harus dimiliki oleh pelamar. Pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk telah diterapkan tahapan tersebut, setelah mengetahui jabatan yang membutuhkan karyawan maka perusahaan menganalisis uraian jabatan sehingga terdapat beberapa kriteria untuk pelamar, kriteria dan persyaratan untuk pelamar penting agar perusahaan mendapat karyawan sesuai dengan latar belakang yang dibutuhkan perusahaan. Sebagai contoh

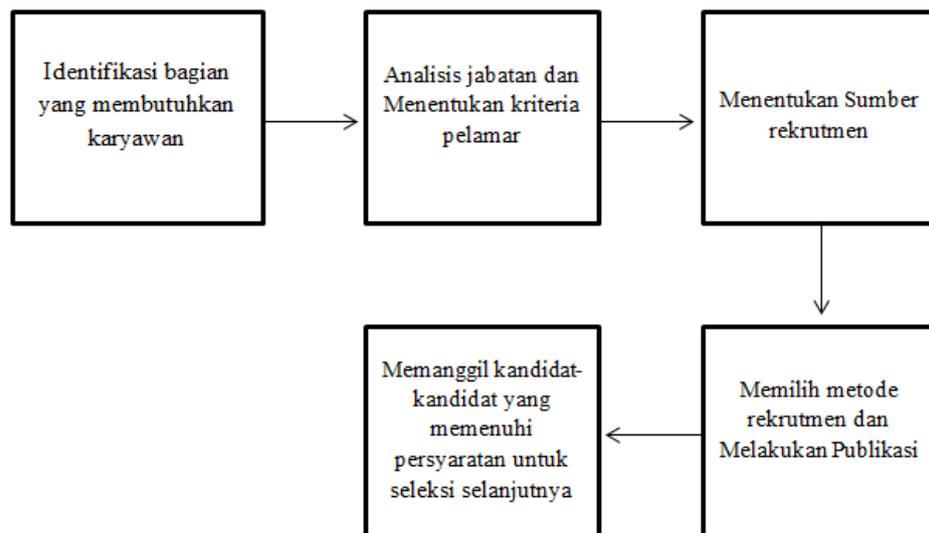
perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk memerlukan karyawan diposisi legal, dan dapat disesuaikan dengan kriteria nya yaitu lulusan hukum dengan universitas terakreditasi dan didukung dengan persyaratan lainnya. Secara spesifik PT. Jasa Marga (persero) Tbk membagi dua kriteria pelamar, yaitu persyaratan umum yang meliputi pelamar S1 maupun D3 sesuai dengan jurusan yang telah ditentukan, memiliki bahasa inggris yang baik dan selanjutnya ada persyaratan khusus yang meliputi usia maksimal, IPK, tinggi badan.

3. Menentukan sumber kandidat yang tepat, pada tahap ini terdapat dua alternatif untuk mencari kandidat karyawan yaitu dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan. Pada penerapannya PT. Jasa Marga (persero) Tbk telah menerapkan tahapan ini dan telah melakukan pencarian karyawan melalui dua sumber yaitu membuka rekrutmen dari internal perusahaan sendiri dan juga external perusahaan.
4. Memilih metode-metode rekrutmen yang paling tepat untuk jabatan, pemilihan metode yang benar akan berdampak positif dari segi jumlah pelamar dan karyawan yang berkualitas. Pada penerapannya PT. Jasa Marga (persero) Tbk melakukan dua metode yaitu dengan metode tertutup dan terbuka, metode tertutup disini yaitu pemberitahuan kepada karyawan internal perusahaan dan metode terbuka yaitu dengan publikasi melalui media cetak meliputi poster, koran dan media elektronik khususnya online meliputi Website,

Twitter, Wassap dan untuk menyasar fresh graduate atau jurusan khusus maka perusahaan bekerja sama dengan Universitas untuk menginformasikan rekrutmen melalui *Career Development Center* yang tersedia di beberapa Universitas.

5. Memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan jabatan, Setelah seluruh berkas pelamar terkumpul dan terpilih beberapa pelamar yang memenuhi persyaratan, maka akan mendapat konfirmasi berupa SMS atau E-mail dari PT. Jasa Marga (persero) Tbk ke pelamar yang bersangkutan untuk mengikuti tahap seleksi lanjutan seperti test online dan seleksi lainnya hingga tahap management trainee.

Sesuai hasil wawancara Jika dirincikan dalam segi gambar maka tahapan proses rekrutmen PT. Jasa Marga (persero) Tbk adalah sebagai berikut :



Gambar 10: Tahapan rekrutmen PT. Jasa Marga (persero) Tbk
 Sumber : Data Diolah

Sesuai definisi rekrutmen yang dikemukakan oleh Simamora (1997) yang menyatakan bahwa rekrutmen (*recruitment*) adalah serangkaian aktivitas mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan yang diperlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian. Dapat disimpulkan bahwa pada gambar tersebut proses rekrutmen dilakukan yang pertama adalah mengidentifikasi bagian yang lowong pada perusahaan, selanjutnya menentukan persyaratan dan kriteria bagi pelamar, selanjutnya melakukan publikasi dan yang terakhir memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan untuk melakukan tes online.

Dalam penerapan tahapan rekrutmen tersebut terdapat kendala yaitu antara lain karena terlalu banyak jumlah pelamar yang melebihi target perusahaan server yang digunakan perpelamar untuk registrasi online sempat down, namun tidak terlalu berpengaruh karena pihak konsultan rekrutmen langsung melakukan penambahan server untuk mengatasi jumlah pelamar yang melebihi kapasitas.

2. Analisis Efisiensi Rekrutmen Karyawan Berbasis Media Online

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk mengenai analisis efisiensi rekrutmen karyawan berbasis media online jika dibandingkan dengan metode lainya jika diukur dari segi Biaya, Tenaga, Waktu, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3 : Perbandingan Metode Rekrutmen yang digunakan PT. Jasa Marga ditinjau dari segi Tenaga dan Waktu.

No.	Rekrutmen	Tenaga	Waktu
1.	Media Online	-	-
2.	Iklan Cetak	-	✓
3.	Job Fair	✓	✓
4.	Walk-in	✓	✓

*keterangan : tanda ✓ lebih memakan tenaga dan waktu

Sesuai pengumpulan data primer maupun sekunder yang didapatkan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk menunjukkan perbandingan antar metode rekrutmen yang digunakan oleh perusahaan secara rinci akan diuraikan sebagai berikut :

a. Metode rekrutmen melalui Media Online

Pada penerapannya media metode rekrutmen melalui media online yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk yaitu melalui berbagai Website, Melalui Twitter, Melalui aplikasi Wassap. Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan, metode ini diyakini dapat menekan tenaga dan waktu yang harus dikeluarkan oleh perusahaan karena dengan metode ini pelaksana rekrutmen dapat memposting dimana saja tentunya dengan adanya internet, dan waktu yang diperlukan juga cepat informasi dapat tersebar ke seluruh Indonesia. Jika dibandingkan dengan media konvensional seperti Job Fair, Walk in diyakini sangat banyak tenaga yang terlibat dalam pengaplikasiannya dan membutuhkan waktu jika harus menunggu satu per satu pelamar mendatangi perusahaan.

b. Metode rekrutmen melalui Iklan

Iklan disini yaitu adalah Iklan media cetak, yang digunakan oleh perusahaan yaitu meliputi Koran dan Poster. Pada penerapannya perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk mendistribusikan poster ke ranah internal perusahaan dan anak perusahaan selanjutnya menyebarkan ke beberapa Universitas, jika koran disebar ke seluruh Indonesia, namun dalam iklan cetak tersebut pelamar ditujukan langsung ke web yang ditentukan jika ingin mendaftar menjadi karyawan. Namun, metode ini diyakini oleh perusahaan memakan waktu karena harus membuat poster dan membayar iklan di koran serta waktu yang harus dikeluarkan dari segi penyebaran informasinya tergolong tidak cepat. Misalkan jika menyebarkan poster di lingkungan kampus maka yang mengetahui lowongan karyawan tersebut yaitu hanya orang-orang yang ada dalam sekitar kampus atau dari mulut ke mulut sehingga metode ini memakan waktu yang tidak sedikit dalam penyebarannya.

c. Metode Rekrutmen melalui Job Fair

PT. Jasa Marga(persero) Tbk tidak menggunakan metode rekrutmen melalui media Job Fair karena dinilai kurang efektif dan juga efisien karena sesuai dengan hasil wawancara pada perusahaan tenaga yang dikeluarkan banyak misalnya contoh dalam sebuah jobfair harus terdapat orang yang menjaga stand minimal 2 orang dan jika jobfair berlangsung hingga malam maka harus menyediakan 4

orang yang terlibat untuk berjaga karena harus bergantian shift maka dapat dibayangkan pengeluaran yang harus dikeluarkan dari segi operasional maupun lainnya sehingga dapat dikatakan kurang efisien.

d. Metode Rekrutmen melalui Walk-in

Secara spesifik metode ini yaitu pelamar mendatangi langsung perusahaan untuk menyerahkan surat lamaran dan persyaratan lain. Pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk tidak menggunakan metode rekrutmen jenis ini. Sesuai hasil wawancara pada PT. Jasa Marga didapatkan bahwa metode Walk-in sangat memakan tenaga dan waktu karena harus ada orang yang standby menjaga serta melayani bila ada pelamar yang bergantian meletakkan lamaran ke perusahaan langsung dan juga waktu yang dibutuhkan cukup banyak.

Mengacu dari hasil wawancara yang dilakukan di PT. Jasa Marga (persero) Tbk. mengenai efisiensi waktu rekrutmen media online dan media konvensional. Dapat ditarik kesimpulan bahwa proses penyebarannya lebih cepat jika menggunakan media online dan proses tercapainya informasi kepada calon pelamar lebih cepat dibandingkan dengan penggunaan media konvensional. Sesuai hasil wawancara jika menggunakan media online berupa whatsapp, Twitter, dalam waktu satu menit satu orang dapat menyebarkan kepada 10 orang lebih karena dapat dengan mudah disebar ke beberapa grup serta dapat langsung diakses diseluruh indonesia dan mengingat twitter jasa marga memiliki lebih dari 200.000 followers. Sedangkan dengan

menggunakan media konvensional seperti poster, dengan penyebaran poster selama satu menit hanya dapat menaruh disatu lokasi saja. Jadi penjelasan diatas dapat disimpulkan antara kedua media tersebut memiliki perbandingan 10:1 yang artinya dalam satu menit rekrutmen media online dapat menyebarkan ke sepuluh orang lebih sedangkan media cetak hanya satu sehingga dapat dikatakan lebih efisien dari segi waktu jika melakukan rekrutmen melalui media online.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa efisiensi tenaga rekrutmen media online memberikan hal yang lebih baik dibandingkan rekrutmen melalui media konvensional, kesimpulan tersebut didapatkan dari hasil wawancara di PT. Jasa Marga(persero) Tbk. sesuai keterangan narasumber yang mengatakan bahwa rekrutmen melalui media online menghemat tenaga, melalui satu orang tenaga bisa menghimpun banyak pelamar dari berbagai daerah dengan hanya menggunakan media online dalam satu hari sedangkan menggunakan media konvensional contohnya seperti job fair memerlukan 4 orang untuk menjaga stand dalam sehari yang juga cakupannya kurang luas. Jadi, dapat disimpulkan dari penjelasan diatas antara kedua media tersebut memiliki perbandingan 1:4 yaitu diartikan jika menggunakan media online hanya memerlukan satu tenaga kerja dan jika menggunakan jobfair harus menyediakan 4 orang untuk menjaga stand pada satu hari.

Dari hasil hasil penelitian diatas, dikuatkan dengan hasil pooling sumber iklan lowongan yang menunjukkan hasil yang signifikan dapat disimpulkan dari segi efektifitas media online menjadi sarana yang paling banyak digunakan oleh pelamar untuk mengetahui informasi lowongan pekerjaan dibandingkan media konvensional lain.



HASIL POOLING SUMBER IKLAN LOWONGAN

Dibawah ini adalah hasil pooling dari sumber-sumber sarana informasi mengenai lowongan pekerjaan :

Sumber Sarana Informasi	Total
Friend / Family	19.720
Another Website / Search Engine	17.775
Social Media	17.132
Company Website	13.365
School / University	3.206
Other (write down your answer)	1.631
Newspaper / Magazine	1.083
Job Fair	962
Mailing List	494
Grand Total	75.368

Gambar 11: Hasil Pooling Sumber Iklan Lowongan
Sumber : PT. Jasa Marga (persero) Tbk

Sesuai hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Efisiensi rekrutmen yang diterapkan perusahaan jika dihubungkan dengan teori konsep efisiensi Ramesh Bhat (2001) maka perusahaan PT. Jasa Marga (persero) Tbk telah menerapkan konsep efisiensi teknis, dikarenakan perusahaan telah menerapkan seluruh yang berkaitan dengan penggunaan tenaga kerja, modal saat melakukan rekrutmen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tommy Septian Purnomo (2013) juga menjelaskan bahwa *E-recruitment* merupakan suatu

manifestasi dari kemajuan teknologi yang telah membawa manfaat besar untuk perekrutan perusahaan. Manfaat yang besar terutama berkaitan dengan efisiensi biaya dan jangkauan yang lebih luas hingga ke mancanegara, selain itu calon pelamar juga dapat dengan leluasa menemukan pekerjaan yang cocok buat mereka dan mencoba sebanyak-banyaknya kesempatan di berbagai perusahaan dengan biaya yang minim.

Hasil yang sama juga dijelaskan oleh penelitian dari Bob Wibisono (2015), *E-recruitment* memudahkan proses pencarian kerja darimana saja dan kapan saja, tidak terbatas oleh tempat dan waktu. Manfaat yang juga dapat dirasakan dari efisiensi waktu, tenaga dan biaya. Dimana untuk mengirimkan surat lamaran, tidak perlu menggunakan kertas lagi dan dengan cepat dapat sampai ke perusahaan yang menerapkan sistem *e-recruitment* ini.

Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan dan yang dilakukan peneliti bahwa metode rekrutmen melalui media online (*E-recruitment*) memberikan banyak keuntungan dalam hal tenaga dan waktu seperti yang sudah dijelaskan oleh Phoraris (2016). Metode rekrutmen *E-recruitment* banyak memberikan keuntungan bagi perusahaan yang menerapkannya, seperti *Cost effective*, *Fast processes*, *Better chances*, *Bigger audience* dan *Easy processes*, Phoraris (2016).

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini juga terdapat keterbatasan dan kendala selama penelitian berlangsung, sehingga terdapat beberapa data yang tidak bisa menjadi tambahan sebagai pelengkap dalam penulisan skripsi ini, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Terdapat data pokok yang bersifat privasi contohnya seperti biaya rekrutmen online dan konvensional secara terperinci sehingga peneliti tidak dapat secara jelas mengetahui pembiayaan yang ada dalam proses rekrutmen. Maka dalam penelitian efisiensi ini tidak diteliti tentang efisiensi rekrutmen online dari segi biaya namun meneliti dari segi efisiensi tenaga dan waktu.
2. Dokumen berupa analisis uraian jabatan dan kinerja jabatan yang menjadi salah satu data sekunder peneliti tidak dapat didapatkan karena dokumen tersebut sifatnya privasi perusahaan.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di satu perusahaan saja. Terbuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti di perusahaan yang lain sehingga dapat dilakukan perbandingan penggunaan metode rekrutmen online dengan perusahaan selain PT Jasa Marga (persero) Tbk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Alur proses tahapan rekrutmen yang dilakukan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk. telah berlangsung dengan baik sesuai dengan teori metode proses rekrutmen yang diungkapkan oleh Setiani (2013) dari Mengidentifikasi jabatan yang lowong dan berapa jumlah tenaga yang diperlukan, Mencari informasi jabatan melalui analisis jabatan untuk menentukan kriteria pelamar, Menentukan sumber kandidat yang tepat, Memilih metode-metode rekrutmen yang paling tepat untuk jabatan dan Memanggil kandidat-kandidat yang memenuhi persyaratan jabatan. Dari sejumlah proses rekrutmen tersebut seluruhnya telah diterapkan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Sedangkan sarana Job posting yang digunakan oleh perusahaan ini yaitu jika melalui media online yaitu antara lain : Twitter, WhatsApp, Website, Web Carrier kampus. Sedangkan media cetak menggunakan Koran dan Poster yang disebar di internal perusahaan dan eksternal. Namun dalam prosesnya penerapan rekrutmen ini terdapat kendala yaitu dikarenakan jumlah pelamar yang melebihi target maka sedikit terjadi server yang digunakan untuk registrasi down,

namun permasalahan tersebut dapat segera diatasi sehingga tidak mengganggu jalannya rekrutmen.

2. Efisiensi rekrutmen karyawan berbasis media online jika ditinjau dari tenaga, dan waktu jika dibandingkan dengan metode rekrutmen konvensional sangat efisien dibanding metode lain seperti Walk in, Job Fair dan Iklan cetak. Karena dari hasil penelitian yang dilakukan di PT. Jasa Marga (persero) Tbk diketahui bahwa penerapan rekrutmen melalui media online dapat lebih menekan tenaga dan waktu yang harus dibutuhkan dibandingkan media konvensional seperti job fair, walk in dan media cetak. Dari segi efektifitas nya, media online sangat efektif bagi perusahaan karena dalam penelitian yang dilakukan pada PT. Jasa Marga (persero) Tbk. Dapat diketahui bahwa dengan menggunakan media online perusahaan dapat melebihi target pelamar yang ditentukan sebelumnya, yang dari awalnya target 30.000 pelamar pada penerapannya 36.000 pelamar mendaftar dan sesuai wawancara dituturkan bahwa 80% pelamar masuk melalui jalur online.

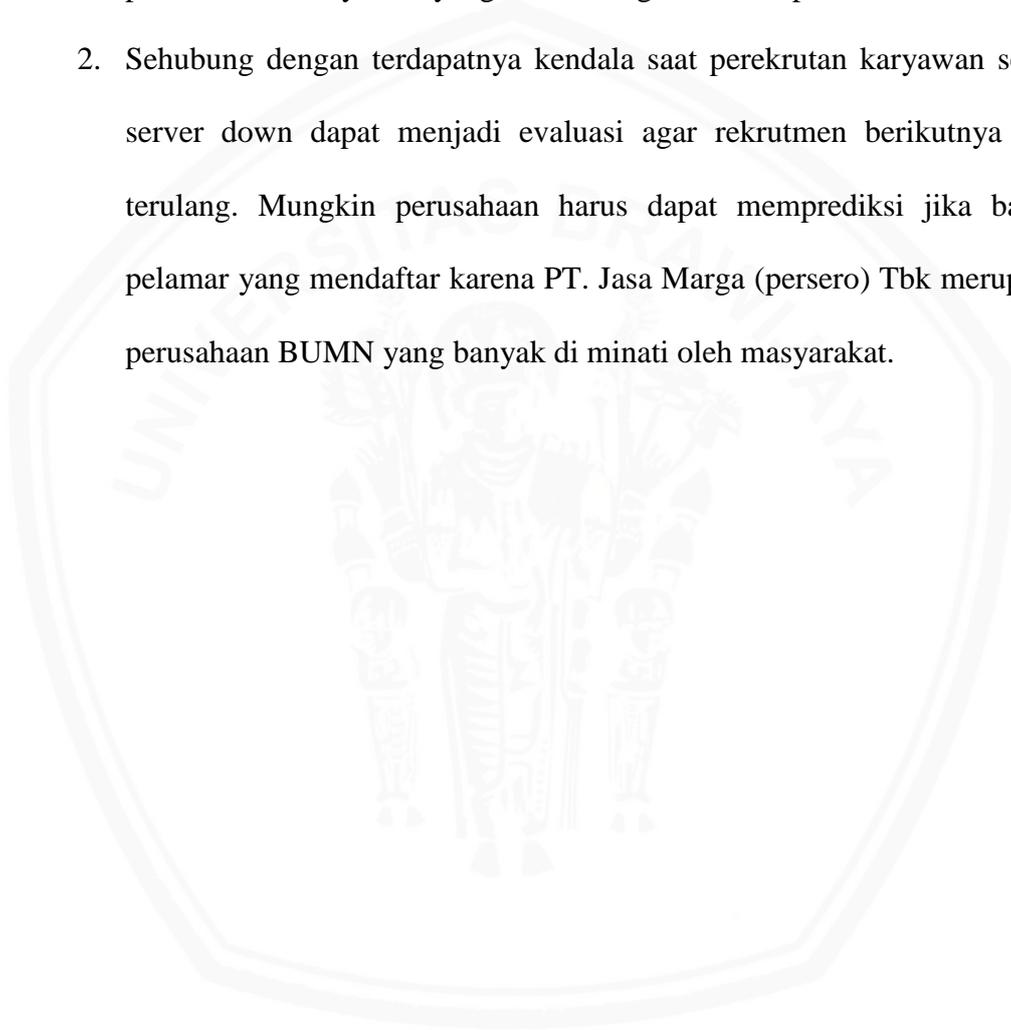
B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka saran yang diberikan kepada PT. Jasa Marga (persero) Tbk yaitu antara lain :

1. Seiring berkembangnya teknologi, masyarakat khususnya generasi milenial aktif menggunakan media sosial dan situs pencari kerja. Diharapkan pada rekrutmen selanjutnya perusahaan mempublikasi tidak hanya melalui web, twitter namun menambahkan metode publikasi

melalui media online yang dekat dengan masyarakat seperti Instagram, dan website pencari kerja contohnya seperti *Link in* dan *Job street* sehingga perusahaan mendapat lebih banyak pelamar yang memiliki latar belakang yang berbeda sehingga perusahaan dapat mendapatkan opsi pilihan calon karyawan yang sesuai dengan kriteria perusahaan.

2. Sehubungan dengan terdapatnya kendala saat perekrutan karyawan seperti server down dapat menjadi evaluasi agar rekrutmen berikutnya tidak terulang. Mungkin perusahaan harus dapat memprediksi jika banyak pelamar yang mendaftar karena PT. Jasa Marga (persero) Tbk merupakan perusahaan BUMN yang banyak di minati oleh masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ambar T, Rosidah. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Konsep, Teori dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik)*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,) hal.10
- Amirullah dan Rindyah Hanafi. 2002. *Pengantar Manajemen*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2002) hal.101
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assegaf, Djafar H. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*, Ghalia Indonesia.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gie, The Liang dan Miftah Toha. 1976. *Efisiensi Kerja bagi Pembangunan Negara*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Halim, Vini Winari. 2006. *Media Online www.seskotni.mil.id Sebagai Media House Jurnal*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Hasibuan, Melayu. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta : Bumi Aksara.) hal. 40
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta : Erlangga.
- Juju, Dominikus dan Feri Sulianta. 2010. *Branding Promotion with Social Networks*, Jakarta : PT.Elex Media Komputindo
- Mathis, Robert L. dan Jackson, John H. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis. 2002. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Surabaya : Usaha Nasional. Hal 26
- McQuail, Denis. 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI- Press.

- Moenir, AS. Tata Laksana. 1982. *(Manajemen) Perkantoran dan Penerapannya*. Jakarta: Prandnya Paramita.
- Moleong, Lexy J. 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja.
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta
- Nawawi, Hadari. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*, Gadjah Mada University Pers; Yogyakarta
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Oscan, Yazar 2008. *Health Care Benchmarking and Performance Evaluation an Asseement using Data Enveloment Analysis (DEA)*, Springer, Newton MA
- Rivai, Veithzal dan Ella, Jauvani, Sagala. 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pustaka.
- Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalistik Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Schuler, S Randall. dan Susan E. Jackson. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia, (Menghadapi Abad Ke-21)*, Jakarta:PT. Gelora Aksara Pratama.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Simamora, H. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi ke 2* (Yogyakarta: Bagian Penerbit STIE YKP) hal. 212
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Soehadi, Burhan. 1978. *Media Komunikasi Massa dan Perannya dalam Pembentukan Opini Publik* Fakultas Hukum USU, Medan.
- Sugiono, 2013. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi(Mixed Methods)”, Edisi Keempat, Bandung : Alfabeta
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: Kencana.
- Wulansari, Retno. 2010. Efisiensi relatif Operasional Puskesmas-Puskesmas Di Kota Semarang Tahun 2009. Tesis. FEUI. lontar.ui.ac.id.

Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Zahnd, Markus. 2006. *Perancangan Kota Secara Terpadu*. Yogyakarta: Kanisius.

JURNAL

Emma Parry, Hugh Wilson. 2009. Factors influencing the adoption of online recruitment. *Personnel Review*, Vol. 38 Issue: 6, pp.655-673

Juwita. 2013. Analisis Efektifitas Metode Rekrutmen Melalui Social Media.

Narmadha & Sampath Nagi. 2017. *A Conceptual Study on E- Recruitment System and Its Efficiency in Indian MNC Companies*. Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR), Vol-3, Issue-8.

Purnomo, Tommy Septian. 2013. Rekrutmen Online (E-Recruitment) sebagai suatu Inovasi dalam Perekrutan Perusahaan. *Jurnal JIBEKA*, 7 (3) : 54-59

Shahid Wazed, Eddy S.W. Ng. 2015. College recruiting using social media: how to increase applicant reach and reduce recruiting costs. *Strategic HR Review*, Vol. 14 Issue: 4

Sherrie A. Madia. 2011. Best practices for using social media as a recruitment strategy. *Strategic HR Review*. Vol. 10 Iss 6 pp. 19 – 24.

Wibisono, B., Reinaldo Arifin, Serly, Stephanie Veronica W, Yulistiawati & Yulia. 2015. E-Recruitment Pada Microsoft Corporation.

WEBSITE

bursa kerja depnaker, 2016. Info lowongan kerja PT. Jasa Marga.
<http://bursakerjadepnaker.com/lowongan-kerja-bumn-pt-jasa-marga.html>. (Di akses pukul 22.26 pada tanggal 23 maret tahun 2018)

id.techinasia, 2017. Pertumbuhan pengguna internet di indonesia
<https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>. (Di akses pukul 13.20 pada tanggal 23 Oktober 2017)

Phoraris, Soteris. 2016. *Online Recruitment: the Advantages and Disadvantages*.
<http://www.careeraddict.com/advantages-and-disadvantages-of-online-recruitment>. (Di akses pada tanggal 20 Maret 2018)

Tribunnews, 2017. Penerimaan PNS di Indonesia
<http://www.tribunnews.com/nasional/2017/08/31/resmi-ditutup-31-agustus-1137731-pendaftar-cpns-kemenkumham-dan-ma>. (Di akses pukul 13.20 pada tanggal 23 Oktober 2017)



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biaya Sewa Stand Job fair UB

BENTUK PARTISIPASI PERUSAHAAN

TYPE STAND	HARGA	FASILITAS
1 Stand Platinum (P1)	Rp. 20.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • Stand ukuran 5 x 8 = 40 m² tinggi 2,50 m² • 4 meja, 8 kursi • 1 buah LCD TV • 1 buah spanduk 5 x 1 m di luar ruangan job fair • 10 umbul –umbul • 4 buah x banner (2 x 1 m) • Iklan di Koran • 4 MCB Listrik 10 Ampere, 4 Lampu Neon TL 40 Watt, • Akses internet • Konsumsi • Karpetseluas stand
2 Stand Gold (G1 & G2)	Rp. 10.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • Stand ukuran 4 x 6 = 24 m² tinggi 2,50 m² • 3 meja, 6 kursi • 2 umbul – umbul • 2 buah x banner (2 x 1 m) • 3 MCB Listrik 8 Ampere, 3 Lampu Neon TL 40 Watt, • Akses internet • Konsumsi • Karpetseluas stand
4 Stand Silver (L1 – L4)	Rp. 6.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • Stand ukuran 4 x 4 = 16 m² tinggi 2,50 m² • 2 meja, 4 kursi • 2 MCB Listrik 6 Ampere, 2 Lampu Neon TL 40 Watt • Akses internet • Konsumsi • Karpetseluas stand
40 Stand Standard (S1 – S40)	Rp. 4.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> • Stand ukuran 3 x 3 = 9 m² tinggi 2,50 m² • 1 meja, 2 kursi • 1 MCB Listrik 2 Ampere, 1 Lampu Neon TL 40 Watt • Akses internet • Konsumsi • Karpetseluas stand

Harga diatas tidak termasuk pajak.



Ket :
Twitter informasi Rekrutmen dan Seleksi ditayangkan sebanyak 3 kali sehari

12

No	Perguruan Tinggi	Akreditasi Perguruan Tinggi	Alamat website
1	Institut Pertanian Bogor	A	http://cda.ipb.ac.id/
2	Institut Teknologi Bandung	A	http://karir.itb.ac.id/site/company/45327
3	Institut Teknologi Sepuluh November	A	http://sac.its.ac.id/sisac
4	Universitas Airlangga	A	http://www.unair.ac.id/
5	Universitas Bina Nusantara	B	http://www.binuscareer.com/
6	Universitas Diponegoro	A	http://www.ft.undip.ac.id
7	Universitas Gajah Mada	A	http://ecc.ft.ugm.ac.id/
8	Universitas Indonesia	A	http://cdc.ui.ac.id/
9	Universitas Katolik Parahyangan	B	http://unpar.ac.id/
10	Universitas Padjajaran	A	http://cdc.unpad.ac.id
11	Universitas Telkom	B	https://career.telkomuniversity.ac.id/
12	Universitas Trisakti	B	http://www.stietrisakti.ac.id/pages/catcdc/0/Career-Development-Center

Keterangan :
Informasi Rekrutmen dan Seleksi Karyawan PT Jasa Marga (Persero) Tbk ditayangkan di website Career Development Center (CDC) Perguruan Tinggi ternama

8



MEDIA CETAK



KORAN KOMPAS,
27 FEBRUARI 2016



5

Lampiran 4 : Hasil Pooling Sumber Iklan Lowongan



HASIL POOLING SUMBER IKLAN LOWONGAN

Dibawah ini adalah hasil pooling dari sumber-sumber sarana informasi mengenai lowongan pekerjaan :

Sumber Sarana Informasi	Total
Friend / Family	19.720
Another Website / Search Engine	17.775
Social Media	17.132
Company Website	13.365
School / University	3.206
Other (write down your answer)	1.631
Newspaper / Magazine	1.083
Job Fair	962
Mailing List	494
Grand Total	75.368



Lampiran 5 : Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Seputar media yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (persero) Tbk dalam rekrutmen

1. Dalam penerapannya, secara keseluruhan media apa saja yang digunakan sebagai sarana publikasi rekrutmen?
2. PT. Jasa Marga (persero) Tbk menggunakan media online apa saja sebagai sarana publikasi rekrutmen?
3. Sejak kapan PT. Jasa Marga (persero) Tbk menggunakan media online untuk sarana publikasi rekrutmen?
4. Apa alasan perusahaan untuk menggunakan media online untuk sarana publikasi rekrutmen?
5. Apakah PT. Jasa Marga (persero) Tbk menggunakan media cetak untuk sarana job posting?
6. Jika iya, Media cetak apa saja yang digunakan perusahaan untuk sarana publikasi rekrutmen?
7. Apa alasan perusahaan tetap melakukan publikasi melalui media cetak?
8. Apakah PT. Jasa Marga (persero) Tbk menggunakan media elektronik konvensional seperti Televisi, Radio untuk publikasi rekrutmen karyawan?
9. Jika iya, Apa alasan perusahaan menggunakan media online konvensional sebagai sarana publikasi rekrutmen?

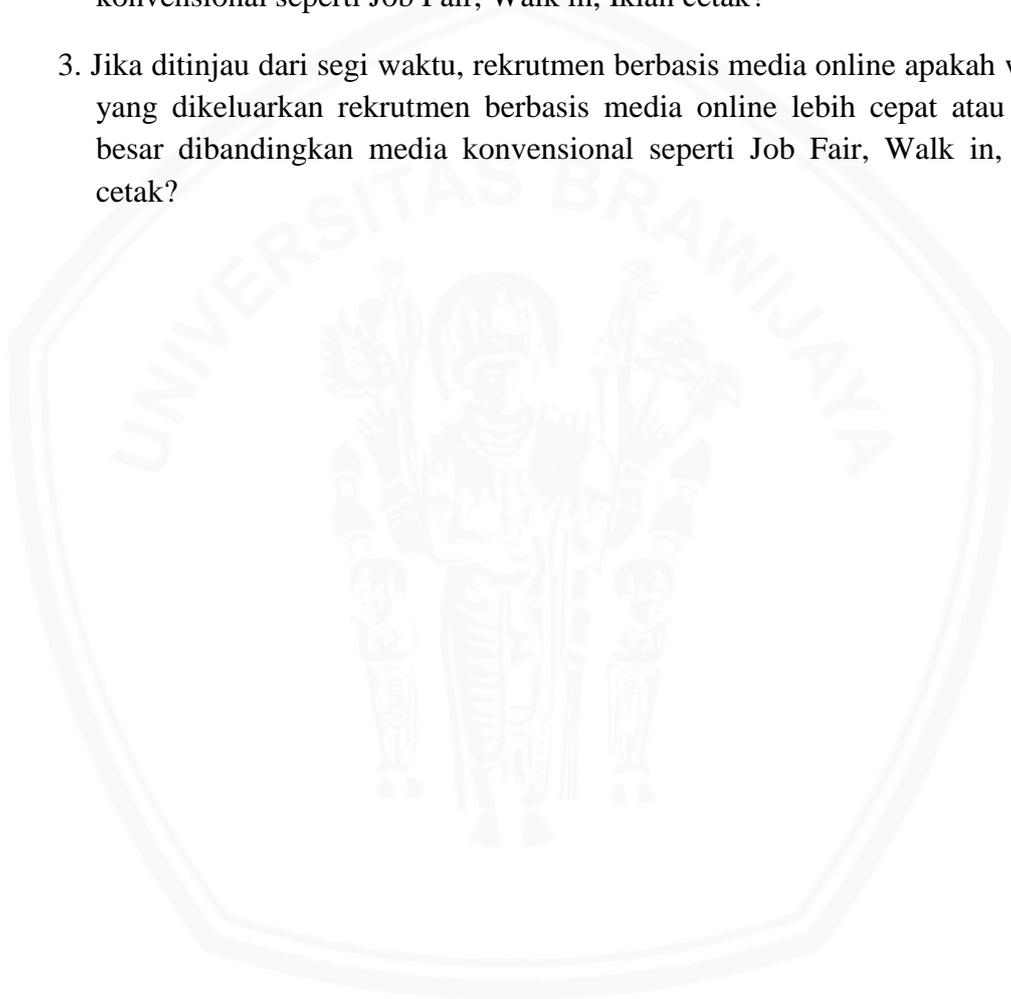
B. Seputar proses tahapan rekrutmen karyawan di PT. Jasa Marga (persero) Tbk.

1. Bagaimana penerapan proses tahapan rekrutmen karyawan di PT. Jasa Marga (persero) Tbk?
2. Bagaimana penerapan proses tahapan rekrutmen berbasis media online di PT. Jasa Marga (persero)?
3. Bisa dijelaskan secara terperinci dari proses perencanaan rekrutmen sampai pemanggilan pelamar yang lolos tahap rekrutmen?
4. Apakah ada permasalahan yang timbul saat proses rekrutmen?

5. Jika ada, bagaimana cara penanggulangan permasalahan tersebut?

C. Efisiensi Rekrutmen berbasis media online

1. Jika dibandingkan media konvensional, apakah rekrutmen media online dapat dibillang efisien?
2. Jika ditinjau dari segi tenaga, apakah tenaga yang dikeluarkan rekrutmen berbasis media online lebih sedikit atau lebih banyak dibandingkan media konvensional seperti Job Fair, Walk in, Iklan cetak?
3. Jika ditinjau dari segi waktu, rekrutmen berbasis media online apakah waktu yang dikeluarkan rekrutmen berbasis media online lebih cepat atau lebih besar dibandingkan media konvensional seperti Job Fair, Walk in, Iklan cetak?





RAFI DHARMAWAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

HOBİ

BERMAIN MUSIK, FOTOGRAFI

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Rafi Dharmawan
Nama Panggilan : Rafi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, tgl lahir : Tangerang, 18 Oktober 1995
Alamat : Jl. Magnolia II Blok B/24 Sektor 1.2
BSD, Serpong, Tangerang Selatan

No. Hp dan Email

082245081307
rafidharmawan@gmail.com

PENDIDIKAN

MI Soebono Mantofani 2001-2007
SMPN 11 Tangerang Selatan 2007-2010
SMAN 7 Tangerang selatan 2010-2013

PENGALAMAN ORGANISASI

Staff PSDM Indonesian Future Leaders 2016-2017

PENGALAMAN MAGANG

KPPBC Tipe Madya Cukai Malang

