

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Pengaruh Media Sosial terhadap Kualitas Calon Karyawan Media Sosial terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan secara mandiri terhadap kualitas calon karyawan. Pemanfaatan teknologi digital melalui berbagai platform media sosial mempermudah perusahaan dalam melakukan penyaringan awal untuk mendapatkan kandidat yang kompeten. Pengelolaan konten yang informatif, jelas, dan interaktif tidak hanya memperluas jangkauan pencarian, tetapi juga memastikan bahwa kandidat yang melamar memiliki kualifikasi yang lebih relevan dengan kebutuhan spesifik perusahaan.
2. Pengaruh Employer Branding terhadap Kualitas Calon Karyawan *Employer Branding* secara mandiri berpengaruh positif dan menjadi faktor penentu yang sangat kuat bagi kandidat potensial dalam mengambil keputusan untuk melamar. Citra perusahaan yang positif sebagai tempat kerja yang ideal merupakan daya tarik utama, terutama bagi kandidat berkualitas tinggi yang cenderung selektif. Kesesuaian nilai-nilai perusahaan, budaya kerja yang sehat, serta tawaran manfaat yang jelas menjadi alasan utama bagi kandidat terbaik untuk bergabung dengan organisasi.
3. Pengaruh Media Sosial dan Employer Branding secara Simultan Secara bersama-sama, integrasi antara strategi Media Sosial dan penguatan *Employer Branding* memberikan dampak yang signifikan dalam

meningkatkan kualitas calon karyawan. Gabungan antara kanal rekrutmen digital yang efektif dengan citra perusahaan yang kuat menciptakan sinergi yang mampu menjelaskan sebagian besar variasi kualitas kandidat yang terjaring. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mendapatkan sumber daya manusia yang unggul, perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi saja, melainkan harus dibarengi dengan reputasi organisasi yang solid di mata publik.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk membangun *Employee Value Proposition* (EVP) yang jelas dan berbeda dari kompetitor dengan menonjolkan keunggulan lingkungan kerja, peluang pengembangan karier, budaya perusahaan, serta kesejahteraan karyawan. Implementasinya dapat dilakukan melalui pembuatan konten rutin di media sosial seperti aktivitas kerja harian, program pelatihan, pencapaian karyawan, dan testimoni karyawan secara langsung dalam bentuk video maupun artikel singkat. Selain itu, perusahaan perlu menjaga konsistensi identitas dan pesan employer branding pada seluruh platform digital agar citra perusahaan lebih kuat dan mudah dikenali oleh calon kandidat

2. Bagi Departemen HR

Departemen HR disarankan untuk menerapkan strategi media sosial yang lebih interaktif dan informatif, tidak hanya berfokus pada unggahan lowongan pekerjaan (*hard selling*), tetapi juga memperbanyak konten *soft selling* seperti edukasi budaya kerja, tips karier, proses rekrutmen, kegiatan internal

perusahaan, serta kisah pengalaman karyawan. HR juga dapat membuat jadwal konten mingguan dan memanfaatkan fitur interaktif seperti *Instagram Story*, *LinkedIn Post*, atau sesi Q&A untuk meningkatkan engagement dengan calon pelamar. Dengan strategi tersebut, perusahaan dapat menarik kandidat yang lebih sesuai dengan

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kualitas calon karyawan, seperti penggunaan teknologi rekrutmen (*e-recruitment* dan *AI recruitment*), sistem kompensasi, reputasi perusahaan, budaya organisasi, maupun pengalaman kandidat selama proses seleksi (*candidate experience*). Selain itu, penelitian berikutnya dapat memperluas jumlah responden dan jenis industri agar hasil penelitian lebih representatif. Peneliti juga dapat menggunakan metode penelitian campuran (*mixed method*) melalui wawancara dan kuesioner untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan komprehensif.