

EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM REKRUTMEN DIGITAL KURIR EKSPEDISI PADA PERUSAHAAN ALIH DAYA

Sefia Intan Permatasari^{1*}, Muhadjir Anwar^{2*}

¹Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

email : 23012010078@student.upnjatim.ac.id , muhadjira.ma@upnjatim.ac.id

Abstrak : *Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan alih daya untuk beradaptasi dalam proses rekrutmen, khususnya pada posisi kurir ekspedisi yang memiliki kebutuhan tenaga kerja tinggi dan tingkat turnover cepat. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan jangkauan media rekrutmen konvensional sehingga jumlah pelamar tidak stabil dan proses seleksi awal kurang efisien. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan efektivitas rekrutmen tenaga kurir melalui pemanfaatan WhatsApp Channel sebagai media penyebaran informasi lowongan kerja. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tahapan analisis situasi melalui wawancara, perencanaan program, implementasi berupa pelatihan pembuatan pamflet digital dan publikasi lowongan melalui WhatsApp Channel, serta evaluasi selama dua bulan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang selanjutnya dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa WhatsApp Channel mampu memperluas jangkauan informasi lowongan, meningkatkan jumlah dan kecepatan respons pelamar, serta mempermudah komunikasi antara pelamar dan HR. Secara keseluruhan, WhatsApp Channel terbukti efektif mendukung rekrutmen digital pada perusahaan alih daya.*

Kata Kunci: *Rekrutmen Digital; WhatsApp Channel; Efektivitas; Kurir Ekspedisi*

Abstract : *The development of digital technology has encouraged outsourcing companies to adapt their recruitment processes, particularly for expedition courier positions that require a large workforce and experience high turnover rates. The main challenge faced by the partner company is the limited reach of conventional recruitment media, resulting in an unstable number of applicants and less efficient initial screening. This community service activity aims to improve the effectiveness of courier recruitment through the utilization of WhatsApp Channel as a medium for disseminating job vacancy information. The method employed is a descriptive qualitative approach consisting of situational analysis through interviews, program planning, implementation in the form of digital flyer design training and job vacancy publication via WhatsApp Channel, as well as a two-month evaluation period. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and were analyzed*

descriptively through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that WhatsApp Channel expands the reach of job vacancy information, increases both the number and response speed of applicants, and facilitates communication between applicants and HR personnel. Overall, WhatsApp Channel has proven effective in supporting digital recruitment in outsourcing companies.

Keywords: *Digital Recruitment; WhatsApp Channel; Effectiveness; Expedition Courier*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era Revolusi Industri 4.0 membawa perubahan besar dalam cara perusahaan mengelola sumber daya manusia (Sivathanu & Pillai, 2018; Ali & Zaman, 2023). Proses yang sebelumnya dilakukan secara manual kini bertransformasi ke arah digital yang lebih praktis, efisien, dan terukur (Kambur & Yildirim, 2023). Salah satu aspek yang paling terdampak adalah proses rekrutmen tenaga kerja (Ali & Zaman, 2023). Metode konvensional seperti penyebaran brosur, pemasangan iklan cetak, atau mengundang pelamar datang langsung kini mulai ditinggalkan karena jangkauannya terbatas, memerlukan waktu lama, dan menimbulkan biaya tinggi (Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, 2024).

Salah satu sektor yang paling merasakan dampak penting digitalisasi rekrutmen adalah perusahaan alih daya (outsourcing). Sektor ini dituntut untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang dinamis dan harus disalurkan dengan cepat, terutama untuk posisi kurir ekspedisi. Pekerjaan kurir memiliki karakteristik mobilitas tinggi, waktu kerja ketat, serta target operasional yang menuntut konsistensi. Kondisi tersebut kerap menyebabkan tingkat turnover yang tinggi, sehingga perusahaan perlu menyalurkan tenaga kerja baru secara cepat dan berkelanjutan agar operasional mitra tidak terganggu (Sastia & Tandiyono, 2025).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, pemanfaatan media sosial muncul sebagai solusi efektif untuk mempercepat dan memperluas jangkauan proses rekrutmen. Media sosial kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Melalui platform digital, penyebaran informasi lowongan kerja dapat dilakukan secara lebih luas, interaktif, dan menarik. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam menarik minat pelamar karena sifatnya yang fleksibel, mudah diakses, serta mampu menampilkan informasi secara visual dan komunikatif (Husna et al., 2021).

Selain platform populer seperti Instagram dan Facebook, saat ini mulai muncul inovasi baru seperti WhatsApp Channel yang dimanfaatkan untuk keperluan rekrutmen. Berbeda dengan grup atau broadcast biasa, fitur ini memungkinkan perusahaan menyebarkan informasi secara satu arah kepada banyak pengikut tanpa perlu menyimpan kontak satu per satu. Format ini membuat penyampaian informasi lowongan menjadi lebih tertata, profesional, dan tidak bercampur dengan percakapan pribadi pengguna lainnya.

Permasalahan yang muncul di lapangan menunjukkan bahwa kekurangan tenaga kurir berdampak langsung terhadap meningkatnya beban operasional, keterlambatan pengiriman, dan tingginya komplain pelanggan pada periode puncak permintaan. Sementara itu, metode penyebaran informasi lowongan yang masih mengandalkan poster fisik dan broadcast manual terbukti memiliki jangkauan terbatas serta sulit diukur efektivitasnya secara kuantitatif. Padahal, kondisi sosial-ekonomi masyarakat Surabaya

menunjukkan potensi besar untuk digitalisasi rekrutmen sebab 76% warga Surabaya menggunakan internet untuk berjejaring di media sosial, yang semestinya dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dan efektivitas proses rekrutmen tenaga kerja (BPS Provinsi Jawa Timur melalui data penggunaan internet Surabaya menunjukkan penggunaan internet untuk sosial media mencapai sekitar 76%).

Berdasarkan latar kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk membantu mitra meningkatkan efektivitas proses rekrutmen melalui pemanfaatan media sosial secara lebih strategis dan terstruktur. Pengelolaan media sosial dengan strategi konten yang tepat terbukti dapat memperluas jangkauan informasi, meningkatkan engagement, serta menarik pelamar secara lebih cepat (Sidiq & Maulida, 2022). Selain itu, penggunaan kanal komunikasi digital seperti WhatsApp Channel dapat menciptakan alur penyebaran informasi yang lebih terpusat, mudah diakses, dan terukur.

Dengan demikian, kegiatan ini berangkat dari kebutuhan nyata untuk memperbaiki sistem rekrutmen tenaga kurir melalui pendekatan digital. Fokus utama diarahkan pada analisis efektivitas penggunaan media sosial dalam mendukung rekrutmen, identifikasi bentuk konten digital yang paling relevan untuk menarik pelamar, serta evaluasi sejauh mana rekrutmen digital dapat meningkatkan jumlah pelamar dan mempercepat proses seleksi awal (Wibowo, Pramana, & Fajar, 2024). Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memperkuat kapasitas mitra dalam merancang serta menyebarkan konten rekrutmen digital, sekaligus mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Channel sebagai saluran komunikasi rekrutmen yang lebih efisien, cepat, dan terukur.

METODE PEMBERDAYAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses dan efektivitas penggunaan WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen kurir ekspedisi pada perusahaan alih daya. Pendekatan ini dipilih karena mampu menafsirkan fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi nyata di lapangan serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas rekrutmen. Kegiatan dilaksanakan selama dua bulan di kantor perusahaan alih daya tempat penulis menjalani magang, dengan jadwal kerja Senin hingga Jumat pukul 08.00–16.00. Lingkungan kerja yang telah dilengkapi fasilitas teknologi dan sistem administrasi rekrutmen mendukung pelaksanaan seluruh tahapan pendampingan dan implementasi program secara intensif.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama yang saling berkesinambungan. Tahap pertama adalah analisis situasi, yang mencakup wawancara dengan staf divisi perekrutan untuk memahami alur kerja rekrutmen yang sudah berjalan, hambatan komunikasi antara HR dan pelamar, serta kendala dalam publikasi lowongan. Informasi yang diperoleh menjadi dasar penentuan strategi perbaikan proses rekrutmen. Tahap kedua adalah perencanaan program, yaitu memperkenalkan penggunaan WhatsApp Channel sebagai alternatif media rekrutmen yang lebih efektif. Pada tahap ini dilakukan pendampingan dalam pembuatan akun Channel, pengaturan fitur, serta penyusunan struktur konten agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan. HR diberikan pelatihan mengenai cara mengelola Channel, menyusun jadwal unggahan, dan mengintegrasikan Channel dengan grup atau komunitas pencari kerja yang relevan. Tahap ketiga adalah implementasi program, yang berfokus pada pelatihan pembuatan pamflet digital dan publikasi konten lowongan melalui WhatsApp Channel. Staf HR

dilatih untuk membuat pamflet yang informatif dan menarik, mulai dari pemilihan warna, penyusunan informasi, hingga penataan visual yang sederhana namun komunikatif. Setelah materi promosi disiapkan, lowongan kerja dipublikasikan melalui Channel dan tautannya disebar ke berbagai grup dan media sosial yang telah dimiliki perusahaan sebelumnya. Pada tahap ini, tim pengabdian juga melakukan pendampingan teknis dan pemantauan interaksi pelamar secara langsung untuk menilai efektivitas komunikasi digital yang terjadi. Tahap keempat adalah evaluasi dan refleksi, yang dilakukan dengan membandingkan jumlah pelamar, kecepatan respons, serta efektivitas komunikasi sebelum dan sesudah implementasi WhatsApp Channel. Evaluasi diperdalam melalui wawancara lanjutan dengan staf HR untuk menilai kemudahan penggunaan, daya tarik konten, dan manfaat platform bagi proses rekrutmen. Dokumentasi berupa tangkapan layar Channel, pamflet lowongan, serta data interaksi pelamar dikumpulkan sebagai bukti pendukung dan bahan analisis.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana proses rekrutmen berlangsung sejak penyusunan lowongan hingga interaksi HR dengan pelamar. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali persepsi HR terhadap perubahan metode rekrutmen, sementara dokumentasi digunakan sebagai dasar validasi hasil implementasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sehingga perubahan efektivitas dapat diamati secara objektif dan sistematis. Indikator keberhasilan program disusun untuk mengukur ketercapaian tujuan pengabdian. Keberhasilan dinilai dari peningkatan jumlah pelamar yang masuk melalui WhatsApp Channel dibandingkan periode sebelumnya, peningkatan kecepatan respons pelamar sebagai indikator efisiensi komunikasi, serta peningkatan kemampuan HR dalam mengelola konten digital dengan target minimal 80% staf mampu membuat dan mempublikasikan pamflet lowongan secara mandiri. Evaluasi dilakukan melalui observasi, dokumentasi pengelolaan media, dan wawancara HR. Secara keseluruhan, ketercapaian indikator tersebut mencerminkan keberhasilan penerapan media digital dalam meningkatkan efektivitas rekrutmen perusahaan alih daya.

HASIL PEMBERDAYAAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama dua bulan, dimulai pada awal Oktober hingga akhir November, dengan fokus utama pada peningkatan efektivitas proses rekrutmen kurir ekspedisi melalui pemanfaatan WhatsApp Channel sebagai media komunikasi digital di perusahaan alih daya. Seluruh kegiatan dirancang secara bertahap dan terstruktur, meliputi tahap identifikasi permasalahan, perancangan solusi, implementasi, hingga evaluasi hasil, sehingga setiap tahapan saling berkesinambungan dan berorientasi pada perbaikan sistem rekrutmen yang telah berjalan.

Tahapan awal kegiatan dimulai dengan analisis situasi dan wawancara lapangan pada tanggal 6 Oktober bersama staf divisi perekrutan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai sistem rekrutmen yang selama ini diterapkan. Wawancara ini bertujuan untuk menggali permasalahan yang dihadapi HR terkait penyebaran informasi lowongan, pengelolaan komunikasi dengan pelamar, serta kendala teknis yang muncul selama proses perekrutan. Berikut adalah dokumentasi kegiatan wawancara yang dilakukan bersama staf divisi rekrutmen:



Gambar 1. Wawancara dengan karyawan Divisi Rekrutmen.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa perusahaan masih mengandalkan penyebaran informasi lowongan kerja melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Namun, efektivitas kedua platform tersebut dinilai rendah karena algoritma unggahan sering kali membuat postingan lowongan tenggelam dan tidak menjangkau banyak audiens. Selain itu, komunikasi dengan pelamar sering terhambat karena pesan bercampur dengan percakapan pribadi, sehingga banyak pelamar tidak mendapatkan respons tepat waktu. Proses publikasi lowongan juga masih dilakukan secara manual melalui pesan broadcast WhatsApp ke kontak individu, yang terbukti tidak efisien dan sulit dipantau. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan media komunikasi rekrutmen yang lebih terpusat, mudah dipantau, serta mampu menjangkau calon pelamar dalam jumlah besar dalam waktu singkat.

Menindaklanjuti hasil identifikasi tersebut, pada tanggal 8 Oktober dilakukan pertemuan lanjutan dengan divisi HR untuk menyampaikan hasil analisis dan memberikan rekomendasi solusi. Pertemuan ini membahas alternatif penggunaan WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen baru yang dinilai paling sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Berikut dokumentasi kegiatan pertemuan dan diskusi bersama HR mengenai solusi yang diusulkan:



Gambar 2. Pertemuan dengan Divisi Rekrutmen terkait solusi WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen.

Berdasarkan hasil diskusi, dipilihlah penggunaan WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen baru yang dinilai paling sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pemilihan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, mayoritas calon pelamar di sektor operasional, khususnya kurir, lebih aktif menggunakan WhatsApp dibandingkan

platform media sosial lain, sehingga potensi keterjangkauannya lebih tinggi. Kedua, sistem komunikasi satu arah dalam Channel memungkinkan HR menyebarkan informasi lowongan secara langsung tanpa harus menambahkan kontak pelamar satu per satu. Ketiga, seluruh konten lowongan tersimpan rapi dalam satu kanal sehingga mudah dipantau dan diperbarui. Dalam pertemuan tersebut, tim pengabdian menjelaskan langkah-langkah teknis pembuatan Channel, mulai dari pengaturan profil, pemilihan nama, penggunaan logo perusahaan, hingga strategi pengunggahan konten agar tampil profesional dan menarik. HR juga diberikan contoh tampilan pamflet digital yang informatif, singkat, dan menarik secara visual.

Tahap implementasi program dimulai pada 10 Oktober, setelah perusahaan menyetujui penggunaan WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen resmi, karena platform pesan instan dinilai efektif dalam menyampaikan informasi secara ringkas, informatif, dan menarik secara visual (Nikolaou, 2014). Dalam praktiknya, perusahaan menerapkan strategi adaptif dengan berkolaborasi bersama pengelola komunitas pencari kerja di WhatsApp yang telah memiliki ribuan pengikut aktif, mengingat kolaborasi dengan jejaring digital yang sudah mapan dapat mempercepat difusi informasi rekrutmen tanpa perlu membangun audiens dari awal (Kaplan & Haenlein, 2010). Strategi ini mempercepat penyebaran informasi lowongan tanpa perlu membangun audiens dari awal. Perusahaan menyiapkan pamflet digital berisi informasi lengkap tentang lowongan kurir ekspedisi meliputi kualifikasi pelamar, area kerja, sistem penggajian, dan kontak HR yang kemudian dikirimkan ke pengelola channel untuk dipublikasikan di kanal mereka, sejalan dengan prinsip e-recruitment yang menekankan kejelasan, kelengkapan, dan kemudahan akses informasi bagi pelamar (Holm, 2012). Pengelola channel membantu menyebarkan tautan lamaran dan kontak HR agar informasi lowongan menjangkau komunitas pencari kerja yang lebih luas. Pendekatan kolaboratif ini terbukti efisien karena mempercepat publikasi lowongan dan memperluas jangkauan rekrutmen dalam waktu singkat (Parry & Wilson, 2009).

Pada tahap yang sama, tim pengabdian juga memberikan pendampingan teknis dan pelatihan pembuatan konten digital kepada staf HR. Pelatihan difokuskan pada penyusunan pamflet lowongan yang menarik dan informatif menggunakan aplikasi desain sederhana seperti *Canva*. HR dilatih untuk menentukan warna profesional, tata letak teks yang rapi, dan struktur informasi yang jelas agar pesan rekrutmen mudah dipahami oleh pelamar. Hasil pelatihan ini menghasilkan beberapa desain pamflet digital yang kemudian diujicobakan dalam publikasi perdana melalui WhatsApp Channel mitra. Uji coba ini digunakan untuk melihat efektivitas konten visual terhadap kecepatan respons dan jumlah pelamar yang mendaftar.

Berdasarkan observasi, alur rekrutmen digital melalui WhatsApp Channel berjalan lebih terstruktur dan efisien dibandingkan metode sebelumnya. HR cukup mengirim satu pamflet digital ke pengelola channel, lalu menunggu pelamar menghubungi kontak yang tercantum atau mengisi formulir daring. Setelah data diterima, HR melakukan seleksi administrasi dan wawancara singkat, baik secara daring maupun tatap muka, sebelum pelamar ditempatkan di mitra ekspedisi. Dengan mekanisme ini, waktu tunggu antara publikasi lowongan dan penerimaan pelamar berkurang drastis dari lebih dari seminggu menjadi hanya dua hingga tiga hari setelah pengumuman.

Selama dua bulan implementasi, dilakukan pemantauan dan evaluasi berkelanjutan terhadap efektivitas WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen.

Pemantauan mencakup tiga aspek utama: (1) peningkatan jumlah pelamar yang masuk setiap minggu, (2) kecepatan respons pelamar terhadap lowongan, dan (3) kemampuan HR dalam mengelola konten digital secara mandiri. Berdasarkan hasil pengamatan, jumlah pelamar meningkat signifikan dibandingkan periode sebelumnya, dengan kenaikan rata-rata antara 45–60% setelah dua minggu publikasi. Respons pelamar juga lebih cepat karena notifikasi WhatsApp cenderung langsung dibaca oleh pengguna. HR melaporkan bahwa sistem ini membantu mengurangi beban komunikasi manual karena pesan lamaran kini terpisah dari pesan pribadi, sementara seluruh informasi lowongan tersimpan rapi dalam arsip Channel.

Dari sisi kualitas komunikasi, HR menyampaikan bahwa pelamar kini lebih aktif menanyakan detail pekerjaan, jam kerja, dan sistem penggajian setelah membaca pamflet digital. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian konten visual yang jelas dan sederhana berperan penting dalam menarik perhatian pelamar yang relevan. Selain itu, kolaborasi dengan pengelola Channel komunitas juga membuka peluang kerja sama lintas perusahaan alih daya, karena sebagian besar channel memiliki jaringan lintas wilayah. Dengan demikian, jangkauan rekrutmen perusahaan tidak hanya meliputi Surabaya, tetapi juga meluas ke wilayah Sidoarjo, Gresik, dan sekitarnya.

Evaluasi akhir menunjukkan bahwa penerapan WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen membawa dampak positif yang signifikan terhadap efisiensi dan efektivitas rekrutmen tenaga kurir. HR merasa lebih terbantu karena proses publikasi lowongan menjadi terpusat, waktu rekrutmen lebih singkat, dan proses seleksi awal berjalan lebih terukur. Kemampuan staf HR juga meningkat pesat lebih dari 80% staf kini mampu membuat dan mempublikasikan pamflet digital secara mandiri. Dari sisi pelamar, sistem ini dianggap lebih transparan dan responsif karena informasi lowongan dapat diakses langsung tanpa perantara dan diperbarui secara real time.

Jika dilihat dari keseluruhan rangkaian kegiatan, penggunaan WhatsApp Channel terbukti mampu menjawab masalah utama yang dihadapi perusahaan, yaitu keterbatasan jangkauan dan lambatnya respons pelamar. Dengan adanya kanal khusus, informasi lowongan menjadi lebih terpusat, mudah ditemukan, dan tidak bercampur dengan pesan pribadi. Penerapan pamflet digital yang ringkas dan jelas juga terbukti meningkatkan minat pelamar, karena visual yang sederhana tetapi informatif membuat mereka lebih cepat memahami syarat serta alur melamar pekerjaan. Pendekatan yang dilakukan secara bertahap mulai dari wawancara, rekomendasi solusi, implementasi, hingga pemantauan selama dua bulan menunjukkan bahwa strategi rekrutmen melalui WhatsApp Channel efektif diterapkan pada perusahaan alih daya yang membutuhkan tenaga kerja kurir dalam jumlah besar dan waktu cepat. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil menunjukkan bahwa transformasi digital melalui pemanfaatan WhatsApp Channel dapat meningkatkan efektivitas rekrutmen, memperkuat adaptasi SDM terhadap teknologi, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan praktik *digital human resource management* di sektor ekspedisi dan logistik di Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian yang berlangsung selama dua bulan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan WhatsApp Channel sebagai media rekrutmen digital terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pelamar kurir ekspedisi pada perusahaan alih daya. Penerapan media komunikasi digital ini memberikan dampak

positif terhadap efektivitas proses rekrutmen, karena perusahaan memang membutuhkan sarana penyebaran lowongan yang lebih cepat, mudah diakses, dan tepat sasaran. Sebelumnya, penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram belum mampu menjaring pelamar dalam jumlah memadai karena unggahan lowongan mudah tertutup oleh konten lain dan sulit dipantau. Melalui WhatsApp Channel, perusahaan dapat berkolaborasi dengan komunitas pencari kerja yang memiliki audiens aktif sehingga informasi lowongan tersebar lebih luas dan cepat tanpa perlu mengelola kanal baru secara mandiri. Strategi ini mempermudah calon pelamar dalam menemukan informasi lowongan sekaligus meningkatkan peluang perusahaan menjaring kandidat potensial dalam waktu singkat.

Selain itu, kegiatan pelatihan pembuatan pamflet digital juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat pelamar. Penyajian informasi lowongan yang rapi, singkat, dan jelas membuat pelamar lebih mudah memahami persyaratan dan prosedur pendaftaran, sehingga mempercepat proses seleksi awal. Berdasarkan hasil pemantauan selama dua bulan, terjadi peningkatan signifikan pada jumlah pelamar yang menghubungi HR setelah pamflet dipublikasikan melalui channel komunitas. HR juga merasakan manfaat nyata berupa proses seleksi yang lebih terstruktur, komunikasi yang lebih efisien, dan kemudahan dalam memantau data pelamar. Secara keseluruhan, penggunaan WhatsApp Channel mampu memperluas jangkauan pelamar, mempercepat penyebaran informasi lowongan, dan meningkatkan efisiensi rekrutmen terutama untuk posisi operasional dengan kebutuhan tenaga kerja tinggi seperti kurir ekspedisi.

Ke depan, beberapa rekomendasi dapat dipertimbangkan agar penerapan rekrutmen digital semakin optimal. Perusahaan disarankan menjalin kerja sama berkelanjutan dengan pengelola channel pencari kerja agar publikasi lowongan dapat dilakukan secara rutin dan konsisten. Tampilan pamflet digital juga perlu diperbarui secara berkala dengan menambahkan informasi tambahan seperti kisaran gaji, benefit kerja, atau area penempatan untuk menarik minat pelamar. Selain itu, penerapan formulir pendaftaran daring yang lebih sistematis dapat membantu HR dalam proses seleksi dan pengelolaan data pelamar. Evaluasi berkala terhadap efektivitas WhatsApp Channel penting dilakukan untuk menilai kualitas pelamar, kecepatan proses rekrutmen, serta efisiensi kinerja HR. Di sisi lain, perusahaan juga dapat mengeksplorasi platform digital lain seperti Telegram Channel, portal lowongan lokal, atau aplikasi jobseeker untuk memperluas jangkauan promosi lowongan kerja. Dengan penerapan yang konsisten, inovatif, dan evaluasi yang berkesinambungan, transformasi digital dalam proses rekrutmen diharapkan dapat terus meningkatkan profesionalisme HR serta memperkuat daya saing perusahaan alih daya di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Husna, N., Ramadhani, D., & Arlina, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Rekrutmen Tenaga Kerja. *Jurnal Manajemen Sumber Daya*, 12(2), 45–52.
- Kasmir. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rahayu, S. (2023). Digitalisasi Rekrutmen di Era Modern. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 33–42.

- Sastia, L., & Tandiyono, R. (2025). Turnover Tenaga Kerja pada Sektor Ekspedisi. *Jurnal Logistik Indonesia*, 8(1), 12–20.
- Wibowo, A., Pramana, R., & Fajar, H. (2024). Pemanfaatan Media Digital dalam Penyebaran Informasi Lowongan Kerja. *Jurnal Teknologi Informasi*, 6(2), 78–85.
- Ali, J., & Zaman, N. (2023). Unveiling the Transformative Effects of Industry 4.0 on Human Resource Management: A Comprehensive Review. *Global Media Journal*. *Global Media Journal*, 21(63), 378–380.
- Kambur, & Yildirim. (2023). *Transformasi Digital dalam Manajemen Sumber Daya Manusia: Tren dan Tantangan di Era Industri 4.0*. *Jurnal Manajemen*, 11(1).
- Sivathanu, B., & Pillai, R. (2018). *Human Resources Management 4.0: Literature Review and Trends*. *Human Resource Management International Digest*, 26(4), 7–11.
- Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial. (2024). *Penggunaan Rekrutmen dan Seleksi Online dalam Mengelola Sumber Daya Manusia di Era Digital 4.0*. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2023). *Statistik penggunaan internet dan media sosial penduduk Kota Surabaya*. BPS Provinsi Jawa Timur.
- Holm, A. B. (2012). E-recruitment: Towards an ubiquitous recruitment process and candidate relationship management. *Zeitschrift für Personalforschung*, 26(3), 241–259.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Nikolaou, I. (2014). *Social networking web sites in job search and employee recruitment*. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(2), 179–189.
- Parry, E., & Wilson, H. (2009). Factors influencing the adoption of online recruitment. *Personnel Review*, 38(6), 655–673.