

**PERAN CYBERVETTING DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN REKRUTMEN CALON KARYAWAN*****THE ROLE OF CYBERVETTING IN EMPLOYEE RECRUITMENT DECISION MAKING***Tsurayya Syarif Zain<sup>1</sup>, Siti Dini Fakhriya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Negeri Sriwijaya, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
email: tsurayya.syarif.zain@polsri.ac.id, sitidini.fakhriya\_uin@radenfatah.ac.id

**ABSTRACT**

*Human Resources (HR) management in a company is inseparable from the importance of managing the recruitment process in accepting new prospective employees. One of the methods used in selecting employee candidates is through a cyber-vetting process on social media. Cybervetting is checking information and data of prospective candidates as well as individual internet reputation through search engines such as Google and social media (Facebook, Twitter, Instagram, and LinkedIn). Based on this background, this study aims to determine cyber-vetting on employee recruitment decision-making. This research uses the descriptive research method. Respondents in this study are people who work in the field of recruitment both as internal company recruiters and third-party recruiters in companies domiciled in South Sumatra. The instrument in this study was an online questionnaire by Google Form. A total of 12 respondents from 12 companies in South Sumatra filled out the online questionnaire. The study results show that most recruiters conduct a personal assessment of their prospective employees through social media or cyber-vetting. Therefore, social media should be used as a medium that positively impacts its users and knows the importance of paying attention to digital footprints by reflecting professionalism and good social media behavior to create trust for recruiters.*

**Keywords:** *cybervetting, recruitment, decision making*

**ABSTRAK**

Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam suatu perusahaan tidak terlepas dari pentingnya pengelolaan proses rekrutmen dalam menerima calon karyawan baru. Salah satu metode yang digunakan dalam menyeleksi kandidat karyawan adalah melalui proses *cybervetting* di media sosial. *Cybervetting* merupakan tindakan pemeriksaan informasi dan data calon kandidat serta reputasi internet individu melalui mesin pencarian seperti Google maupun media sosial (facebook, twitter, Instagram, dan LinkedIn). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *cybervetting* terhadap pengambilan keputusan rekrutmen calon karyawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Responden dalam penelitian ini merupakan orang yang bekerja di bidang rekrutmen baik sebagai internal rekruter perusahaan maupun rekruter pihak ketiga di Perusahaan yang berdomisili di Sumatera Selatan. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner online. Sebanyak 12 responden dari 12 perusahaan di Sumatera Selatan yang mengisi kuesioner yang disebarkan secara online dengan menggunakan *google form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar rekruter melakukan penilaian personal calon karyawannya melalui media sosial atau dikenal dengan istilah *cybervetting*. Oleh sebab itu, hendaknya media sosial dapat digunakan sebagai media yang memiliki dampak

positif bagi penggunaannya dan mengetahui pentingnya memerhatikan jejak digital dengan mencerminkan profesionalitas dan perilaku bersosial media yang baik untuk menciptakan kepercayaan bagi para rekruter.

**Kata Kunci:** *cybervetting*, pengambilan keputusan, rekrutmen karyawan

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan era digital, sosial media menjadi salah satu hal yang menjadi kebutuhan bagi seseorang. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan berbagai macam platform sosial media seperti, *Instagram, whatsapp, telegram, twitter, facebook* dan lain sebagainya. Data yang didapatkan dari *We Are Social* menyebutkan bahwa pada Januari 2022 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang dan telah terjadi peningkatan 12,35% dibandingkan tahun 2021 yang berjumlah sebanyak 170 juta orang (Mahdi, M., I., 2022). Adapun jumlah pengguna media sosial di Indonesia dapat terus meningkat setiap tahunnya.

Sosial media merupakan tempat untuk bersosialisasi dan menjadi sarana untuk mengungkapkan diri. Dalam sosial media seseorang dapat ditemukan berbagai informasi mengenai data pribadi, orang terdekat bahkan mengenai kehidupan yang dijalani individu tersebut. Informasi yang ada dalam sosial media dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, salah satunya adalah dalam proses rekrutmen. Rekrutmen dan seleksi adalah langkah pertama dalam proses menemukan karyawan yang diprediksi akan menjadi produktif serta patuh terhadap perusahaan. Namun, mempekerjakan karyawan baru umumnya melibatkan pengambilan risiko, terutama bila calon pekerjaan tersebut sebelumnya tidak dikenal oleh pemberi kerja. Oleh karena itu, perekrut dapat melakukan pengumpulan dan evaluasi informasi yang ekstensif tentang pencari kerja untuk mengurangi risiko pemilihan karyawan yang tidak sesuai dengan harapan mereka (Hedenus, A., & Backman, C., 2020).

Selama pandemic covid-19 segala proses rekrutmen dilakukan secara online, sehingga tidak dipungkiri bahwa setelah pandemi berakhir maka proses rekrutmen kedepannya akan banyak melibatkan perkembangan digital. Dalam kehidupan kerja digital saat ini, platform media sosial seperti *LinkedIn* dan *Jobseeker* dan pencarian informasi melalui *Google* membantu perekrut menemukan dan memilih kandidat (Hedenus, A., & Backman, C., 2020). Pencarian informasi melalui internet dan media sosial sebagai sumber baru untuk menemukan informasi bagi rekruter. Hal ini memperkaya bidang sumber daya manusia dengan menyediakan metode tambahan bagi

rekruter dan manajer perekrutan dalam menilai kandidat untuk membantu pengambilan keputusan mereka. Informasi yang ditemukan selama pemeriksaan dunia maya mungkin tidak selalu relevan untuk proses seleksi, tetapi masih berdampak pada hasil akhir apakah kandidat tersebut akan direkomendasikan atau tidak (Marinov, 2017).

Selama proses seleksi, informasi yang mudah diakses secara online, seperti konten yang ditemukan di profil *Social Networking Service*, dapat menjelaskan kepribadian, kemampuan bersosialisasi, dan kompetensi pelamar kerja. Informasi yang tersedia untuk umum ini dapat disatukan oleh HRD untuk menilai kesesuaian antara kandidat dan kebutuhan organisasi (Berkelaar & Buzzanell, 2014). Seorang HRD dapat mengetahui sisi yang berbeda dari kandidat dan melakukan seleksi pertama, sebelum wawancara tatap muka, dengan meninjau informasi pribadi mereka yang dapat diakses publik (Berkelaar & Harrison, 2017). Adapun berdasarkan pencarian informasi digital ini dapat dibuat kesimpulan tentang pelamar berdasarkan perilaku verbal, non-verbal, dan informasi visual lainnya yang ditemukan secara online (Berkelaar & Harrison, 2017). Adanya peningkatan pengguna media sosial yang terus meningkat maka tidak mengherankan jika dalam proses perekrutan dan seleksi dilakukan dengan menyaring profil media sosial pelamar kerja atau dikenal sebagai *cybervetting* (Woods et al., 2019).

*Cybervetting* menggambarkan evaluasi individu secara online untuk tujuan perekrutan atau jenis evaluasi lainnya (Berkelaar, 2014). *Cybervetting* juga memungkinkan pemberi kerja untuk memeriksa profile online calon karyawan di luar konteks profesional (Berkelar & Buzzanell, 2015). *Cybervetting* adalah menggunakan informasi yang diambil dari internet dan situs web media sosial untuk menyaring kandidat dan membuat keputusan dalam rekrutmen perekrutan. *Cybervetting* adalah praktik yang tersebar luas di mana rekruter mengambil informasi dari media sosial dan/atau sumber internet lainnya untuk menyaring dan memilih calon kandidat (Wilcox, Damarin, & Mcdonald, 2022.)

Dalam penerapannya *cybervetting* menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk menyelidiki gaya hidup pribadi dan latar belakang calon kandidat, tanpa harus berbicara dengan kandidat, rekan kerja sebelumnya atau orang dekat calon kandidat. Namun dalam proses pemeriksaan dunia maya yang termasuk melihat gambar yang diposting atau konten tertulis, dapat menimbulkan bias eksplisit atau implisit terhadap kandidat selama penyaringan resume, sebelum menawarkan posisi atau bahkan sebelum wawancara kepada pelamar (Raymond, 2019). Adapun sebagian besar fokus penyaringan media

sosial adalah untuk menemukan data eksklusif dalam rangka menghindari perekrutan pelamar yang buruk namun bukannya menghasilkan perekrutan pelamar yang baik tetapi pelamar yang berkualifikasi tinggi sering kali tersingkir selama proses penyaringan (Horwath, 2022). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *cybervetting* untuk pengambilan keputusan rekrutmen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan 7 pertanyaan terbuka dan 3 pertanyaan tertutup yang digunakan untuk mengeksplorasi persepsi/pandangan responden yang lebih luas. Responden dalam penelitian ini merupakan orang yang bekerja di bidang rekrutmen baik sebagai internal rekruter perusahaan maupun rekruter pihak ketiga di Perusahaan yang berdomisili di Sumatera Selatan. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner online berupa informasi awal terkait *cybervetting* dan peran pengambilan keputusan rekrutmen melalui *cybervetting*. Hasil jawaban dikategorisasikan melalui analisa tematik sederhana untuk mengelompokkan hasil jawaban dari responden. Jawaban akan diseleksi berdasarkan informasi yang ingin peneliti gali yaitu terkait *cybervetting*, serta pengambilan keputusan rekrutmen melalui *cybervetting*. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner penelitian merupakan pertanyaan berupa informasi terkait *cybervetting* dan pertanyaan tersebut tidak diturunkan dari teori manapun karena tujuan peneliti adalah mengumpulkan informasi awal.

## HASIL PENELITIAN

Sebanyak 12 responden dari 12 perusahaan di Sumatera Selatan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yang mengisi kuesioner terbuka. Tiap responden memiliki jabatan dan masa kerja yang berbeda-beda yang berasal dari rekruter internal perusahaan maupun rekruter pihak ketiga. Berikut lampiran karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin, tingkat jabatan, dan masa kerja untuk dianalisa.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Kriteria	Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	53,8 %
	Perempuan	46,2 %
Usia	20-30 tahun	61,5 %
	30-40 tahun	38,5 %
Tingkat Jabatan	Staf	46,2 %
	Supervisor	15,4 %
	Manager	15,4 %
	Psikolog	46,2 %
	Kepala Cabang	15,4 %
Masa Kerja	1-2 tahun	15,4 %
	2-4 tahun	46,2 %
	>4 tahun	38,5 %

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin laki-laki. Usia responden sebagian besar berusia antara 20-30 tahun. Untuk tingkat jabatan, responden memiliki tingkat jabatan yang berbeda-beda, namun sebagian besar dari responden merupakan staf perusahaan dan psikolog yang menangani proses rekrutmen.

**Tabel 2. Jawaban Pertanyaan Tertutup**

Pernyataan	Persentase				
	1 (sangat tidak setuju)	2	3	4	5 (sangat setuju)
Saya melibatkan media sosial calon karyawan untuk melakukan proses rekrutmen		7,7 %			92,3 %
Media sosial mampu menggambarkan diri seseorang	7,7%	7,7%	30,8%	38,5%	15,4%
<i>Cybervetting</i> perlu untuk dilibatkan dalam pengambilan keputusan rekrutmen			30,8%	53,8%	15 %
Saya percaya akan informasi calon karyawan yang ada di media sosial		15,4%	53,8%	23,1%	7,7%
<i>Cybervetting</i> hanya perlu diterapkan pada rekrutmen posisi pekerjaan tertentu	7,7%	7,7%	30,8%	38,5%	15,4%
<i>Cybervetting</i> hanya digunakan untuk mengklarifikasi informasi calon karyawan			30,8%	53,8%	15 %
Konten dan komentar negatif yang ditemukan di akun media sosial calon karyawan akan berpengaruh pada pengambilan keputusan rekrutmen			15,4 %	53,8 %	30,8 %

**Tabel 3. Jawaban Pertanyaan Terbuka**

Pertanyaan	Jawaban	Persentase
Peran <i>cybervetting</i> dalam proses rekrutmen	Untuk melihat jejak digital seperti sudut pandang dan perilaku calon karyawan	53,8%
	Untuk melihat kepribadian seseorang	30,8%
	Tidak terlalu penting karena ketrampilan lebih diutamakan	7,7%
Urgensi <i>cybervetting</i> perlu untuk dilibatkan dalam pengambilan keputusan rekrutmen	<i>Cybervetting</i> bukan menjadi faktor utama, sebab kualifikasi dan pengalaman kerja, prestasi kerja, pengetahuan akan tugas dan tanggungjawabnya yang perlu dipertimbangkan lebih jauh.	53,8%
	Tergantung kebutuhan apakah mendesak atau tidak	46,2%
Media sosial yang biasa digunakan untuk menyeleksi calon karyawan	Instagram	46,2%
	Linkedin	15,4%
	Twitter	7,7%
	Lainnya	7,7%

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 10 item pertanyaan dimana 3 item pertanyaan merupakan pertanyaan terbuka dan 7 item pertanyaan merupakan pertanyaan tertutup. Dari item pertanyaan tersebut, peneliti akan mendeskripsikan data berdasarkan dua jenis pertanyaan yaitu pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup.

## DISKUSI

Berdasarkan pemaparan hasil dari pertanyaan tertutup, peneliti memulai pembahasan dari item pertanyaan pertama. Sebesar 93,3% responden menjawab bahwa selama proses rekrutmen, sebagian besar responden melibatkan media sosial calon karyawan untuk melakukan proses rekrutmen. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan salah satu responden penelitian, R.A, yang merupakan Psikolog sekaligus HRD di salah satu perusahaan di Sumatera Selatan. R.A. mengungkapkan bahwa metode skrining melalui media sosial sejauh ini dinilai cukup efektif untuk menyaring kandidat. Alasannya adalah dalam proses wawancara, terkadang kandidat tidak mengungkapkan sepenuhnya mengenai informasi pribadi. Dengan menelusuri profil dan konten di media sosial kandidat, rekruter cenderung memperoleh informasi pribadi yang lebih luas seperti minat, nilai-nilai yang dipegang, perilaku dalam bersosial media, serta mampu menganalisa konten yang disukai dan tidak.

Ollington dkk Al. (2013) mengidentifikasi terdapat empat mekanisme yang digunakan perekrut di berbagai situs jejaring sosial: (1) menghubungkan kandidat pelamar yang sesuai dengan kualifikasi yang ditentukan (2) membangun *company branding* (3) memberikan informasi terkait lowongan pekerjaan (4) memperoleh data akurat tentang calon pelamar kerja. Oleh sebab itu, rekruter seringkali melibatkan media sosial untuk memperoleh data akurat dari calon pelamar (Gruzd, Jacobson, & Dubois, 2020).

Roth et al., (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa sebagian besar rekruter menggunakan media sosial untuk menyaring kandidat, akan tetapi metode ini memiliki keterbatasan dalam validitas dan reabilitas. Selama ini prosedur pelaksanaan *cybervetting* masih cenderung subjektif ditinjau dari analisis pengamatan dari para rekruter, dan sejauh ini digunakan sebagai data pendukung dari hasil wawancara dengan calon karyawan (Alzamel & Al-jabri, 2021).

Pada hasil jawaban responden pada pertanyaan tertutup kedua, dapat dianalisis bahwa sebesar 38% responden setuju bahwa media sosial mampu menggambarkan kepribadian diri seseorang. Namun, pertanyaan ini memiliki sejumlah respon yang beragam. Sebesar 30,8% responden meragukan bahwa media sosial sepenuhnya dapat menggambarkan diri seseorang. Alasannya bahwa tidak sepenuhnya seseorang mampu menggambarkan dirinya di media sosial. Seseorang bisa saja memiliki akun berbeda guna menggambarkan citra dirinya, atau bisa saja membatasi seseorang yang bisa melihat konten yang menggambarkan siapa dirinya, namun cenderung profesional saat membagikan informasi kepada pengikutnya secara umum.

Lampropoulos, Siakas, & The (2022) mengungkapkan bahwa ciri-ciri kepribadian maupun karakteristik seseorang berpengaruh pada bagaimana seseorang dalam bersosial media. Dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ciri kepribadian seseorang sangat berkaitan dengan penggunaan dan keterlibatan seseorang di media sosial. Orang yang memiliki keterbukaan dengan pengalaman baru, ekstrovert, cenderung mampu mengekspresikan diri baik di dunia nyata maupun di sosial media. Di sisi lain, orang yang introvert cenderung tidak terlalu banyak berinteraksi di sosial media maupun mengekspresikan diri di media sosial.

Sementara dari sisi calon pelamar kerja, *cybervetting* dianggap efektif untuk menyaring profil kandidat, namun tidak sedikit beranggapan bahwa metode ini melanggar privasi individu. Di sisi lain, *cybervetting* tidak hanya digunakan untuk



penilaian kepribadian, namun juga dianggap calon kandidat sebagai cara untuk mencari sisi negatif dari individu yang ditemukan di platform media sosial pribadi (Cook, Roulin, & Rourke, 2020).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian ini, ada beberapa temuan penting yang dapat ditarik kesimpulan yaitu diantaranya adalah 1) *Cybervetting* memiliki peran yang penting dalam proses rekrutmen calon karyawan yang dapat membantu rekruter untuk menskrining informasi para calon karyawan, 2) Meski demikian, dalam pelaksanaannya, *cybervetting* masih dianggap subjektif karena tidak sepenuhnya dianggap mampu menggambarkan kepribadian seseorang, 3) *Cybervetting* dianggap efektif untuk dijadikan sebagai metode pendukung dari hasil wawancara karena tidak sepenuhnya calon karyawan secara gamblang mampu menceritakan terkait pengalaman diri maupun kecenderungan yang disukai selama sesi wawancara berlangsung.

Meninjau dari kesimpulan penelitian ini, peneliti menyarankan sejumlah poin untuk diteliti lebih lanjut, diantaranya adalah terkait persepsi calon karyawan terkait *cybervetting*, perbandingan platform media sosial yang digunakan dalam proses *cybervetting*, serta hubungan *cybervetting* apakah sepenuhnya mampu menggambarkan kepribadian seseorang yang ditinjau dari validitas dan reliabilitasnya. Selain itu, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat dijadikan saran bagi peneliti selanjutnya. Pertama, penelitian selanjutnya dapat menggunakan skala ACT (*attitudes towards cybervetting*) agar dapat mengukur secara objektif terkait perilaku yang ditemukan dalam proses *cybervetting*. Kedua, penelitian selanjutnya bisa melibatkan responden yang lebih banyak serta perlunya kategorisasi yang ditinjau dari jenis perusahaan, macam posisi formasi pekerjaan untuk calon karyawan direkrut, sehingga peneliti dapat membedakan urgensi *cybervetting* diberlakukan pada formasi pekerjaan apa saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alzamel, O. A., & Al-jabri, I. M. (2021). *Cybervetting Perceptions of Job Seekers in Saudi Arabia*. 21, 108–116.
- Berkelaar, B. L. (2014). *Cybervetting, online information, and personnel selection: New transparency expectations and the emergence of a digital social contract*. Management Communication Quarterly, 28(4), 479–506.



- Berkelaar, B. L., & Buzzanell, P. M. (2015). Online employment screening and digital career capital: Exploring employers' use of online information for personnel selection. *Management Communication Quarterly*, 29(1), 84–113.
- Berkelaar, B.L.; Harrison, M.A. Cybervetting. In *The International Encyclopedia of Organizational Communication*; John Wiley & Sons: New York, NY, USA, 2016; pp. 1–7.
- Berkelaar, B.L. (2017). Different ways new information technologies influence conventional organizational practices and employment relationships: The case of cybervetting for personnel selection. *Hum. Relat.*, 70, 1115–1140.
- Cook, R., Roulin, R. J. N., & Rourke, K. O. (2020). *Job seekers' attitudes toward cybervetting : Scale development , validation , and platform comparison*. (January), 1–16. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12300>
- Gruzd, A., Jacobson, J., & Dubois, E. (2020). *Cybervetting and the Public Life of Social Media Data*. <https://doi.org/10.1177/2056305120915618>
- Harrison, J.A.; Budworth, M.-H. (2015). Unintended consequences of a digital presence. *Career Dev. Int.*, 20, 294–314.
- Alzamel, O. A., & Al-jabri, I. M. (2021). *Cybervetting Perceptions of Job Seekers in Saudi Arabia*. 21, 108–116.
- Hedenus, A., & Backman, C. (2020). Acting on a hunch: cybervetting and the role of emotions in job recruitment. *Emotions and Society*, 2(1), 41–60.
- Lampropoulos, G., Siakas, K., & The, E. (2022). *The Impact of Personality Traits on Social Media Use and Engagement: An Overview To cite this article: The Impact of Personality Traits on Social Media Use and Engagement: An Overview*.
- Mahdi, M., I. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Marinov, L. (2017). *USE OF INTERNET SEARCHES IN RECRUITMENT AND SELECTION Understanding cybervetting in the context of recruitment agencies in Croatia*.
- Ollington, N., Gibb, J., & Harcourt, M. (2013). Online social networks: An emergent recruiter tool for attracting and screening. *Personnel Review*, 42(3), 248–265. <https://doi.org/10.1108/00483481311320390>
- Raymond, L. C. (2019). *Bias During Cyber-Vetting Using Social Media and Online Searches* (Doctoral dissertation, Robert Morris University).
- Roth, P. L., Bobko, P., Van Iddekinge, C. H., & Thatcher, J. B. (2016). Social media in employee-selection-related decisions: A research agenda for uncharted territory. *Journal of management*, 42(1), 269–298. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206313503018>
- Wilcox, A., Damarin, A. K., & McDonald, S. (n.d.). *Is Cybervetting Valuable?* 15(3), 1–45.
- Woods, S. A., Ahmed, S. M., Woods, S. A., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. C., & Anderson, R. (2019). reactions , and future research challenges Personnel selection in the digital age: a review of validity and applicant reactions , and future research challenges. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 64–77. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1681401>
- Zibulka-Horwath, J. I., & Psy, I. O. (2018). Using Facebook profiles for cybervetting: legal issues, ethical concerns, and cognitive biases that influence data interpretation. *Journal of Social Media for Organizations*, 4(1), 1.
- Woods, S. A., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. C., & Anderson, N. (2019). Personnel selection in the digital age: A review of validity and applicant reactions, and future

research challenges. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29, 64–77. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1681401>

Wilcox, A., Damarin, A. K., & McDonald, S. (2022). Is Cybervetting Valuable?. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice* 15(3)