

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sendiri merupakan media online yang mendukung interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Liedfray et al., 2022).

Menurut (Boyd, 2007) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Pada intinya, dengan media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Kemajuan teknologi informasi seperti meluasnya penggunaan platform media sosial telah memengaruhi bisnis di semua industri. Media sosial telah mengubah cara profesional SDM melakukan pekerjaan mereka secara drastis. (Brian, 2023). Dalam konteks SDM media sosial diantaranya berfungsi sebagai:

1. Pelatihan dan Pengembangan Bakat

Berkat kemajuan teknologi, tidak perlu lagi bepergian ke banyak tempat untuk menyampaikan materi pelatihan. Staf pelatihan dan pengembangan kini dapat membuat modul pelatihan berbasis komputer yang disesuaikan dan menyebarkannya secara daring untuk kepentingan karyawan saat ini di seluruh dunia. Platform sosial daring memperluas pilihan pembelajaran karena menciptakan lingkungan kolaboratif bagi siswa dan instruktur untuk berbagi dan mendiskusikan pengetahuan secara informal. Pelatihan virtual juga menghemat biaya.

2. Mendapatkan Umpan Balik Tentang Perusahaan

Manajer SDM peduli tentang pengukuran dan peningkatan kinerja karyawan. Namun, manajer disini juga peduli dengan bagaimana perusahaan mereka dipersepsikan di pasar. Ketika situs media sosial dimanfaatkan sepenuhnya, manajer sumber daya manusia dapat memperoleh umpan balik yang jujur, positif dan negatif tentang kebijakan perusahaan, praktik perekrutan dan budaya dari sumber-sumber seperti staf saat ini, pelamar kerja, dan mantan karyawan.

3. Mengumumkan Perubahan Perusahaan

Manajer sumber daya manusia memainkan peran penting dalam menyampaikan berita buruk atau perubahan organisasi kepada karyawan. Media sosial seperti Twitter atau WhatsApp membantu menyebarkan pengumuman secara efisien kepada kelompok besar,

mengurangi rumor dan kecemasan di antara karyawan. Media sosial juga memfasilitasi sesi tanya jawab yang diperlukan saat perusahaan meluncurkan kebijakan, prosedur, atau sistem baru.

Teori yang menyatakan hubungan media sosial dengan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) menekankan bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak signifikan dalam berbagai aspek MSDM, termasuk rekrutmen, dan pengembangan sumber daya manusia. Berikut adalah beberapa teori yang mendukung hubungan ini menurut Adenuddin Alwy, (2022):

1. Penggunaan Media Sosial dalam Rekrutmen dan Seleksi:

Media sosial digunakan dalam proses rekrutmen dan seleksi untuk mencari kandidat yang lebih baik. Dengan adanya media sosial, perusahaan dapat mengakses lebih banyak kandidat dan melakukan wawancara secara elektronik, yang mempercepat proses rekrutmen.

2. Pembelajaran Elektronik (*E-Learning*):

Media sosial digunakan untuk pembelajaran elektronik (*e-learning*), memungkinkan karyawan untuk mengakses materi pelatihan dan kursus secara online. Ini meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam pengembangan karyawan.

2.1.1 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki

oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu (Nasrullah, 2016):

1. Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

3. Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

5. Simulasi

Sosial Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia *virtual* (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan

dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

6. Konten oleh Pengguna

Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial, khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

7. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

2.1.2 Fungsi Media Sosial

Menurut Purbohastuti, (2017) Menyebutkan bahwa media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.

2. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak *audience (many to many)*.
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

2.1.3 Indikator Penggunaan Media Sosial

Menurut Jafar et al., (2019) indikator penggunaan sosial media dalam lingkungan kerja.

1. Penggunaan media sosial secara pribadi
2. Penggunaan media sosial terkait pekerjaan
3. Berbagi informasi
4. Memperoleh informasi

2.2 Media Sosial Dalam Ruang Lingkup Pekerjaan

Dalam konteks pekerjaan, media sosial mengacu pada penggunaan platform-platform digital untuk memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi yang berkaitan dengan pekerjaan atau karier seseorang (Ali-Hassan et al., 2015). Penggunaan media sosial terkait pekerjaan mengacu pada penggunaan media sosial untuk mengakses konten yang dibuat oleh orang lain dan untuk berbagi konten terkait pekerjaan (Chen et al., 2019). Media sosial telah banyak digunakan untuk tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan, seperti membaca postingan terkait pekerjaan, berbagi informasi tentang kebijakan, tujuan dan prosedur organisasi, dan mengatur pertemuan dengan rekan kerja lain tentang proyek pekerjaan (Lu b., 2015

dalam Sukru, n.d. 2018). Pimpinan perusahaan atau instansi biasanya memanfaatkan layanan *group chat* yang tersedia dengan tujuan agar informasi yang disampaikan menjadi lebih menyeluruh tanpa harus mengirim informasi satu per satu (Jumrad et al., 2019). Konteks WhatsApp *Group* disini berarti grup resmi yang di mana semua anggota perusahaan termasuk direktur masuk ke dalam grup tersebut guna mendapatkan informasi yang berkaitan dengan perusahaan.

2.3 Media Sosial Dalam Ruang Lingkup Sosial

Dalam konteks sosial, media sosial adalah alat atau platform yang memungkinkan individu untuk terhubung, berinteraksi, dan berbagi informasi dengan orang lain secara online (Ali-Hassan et al., 2015). Penggunaan media sosial dalam konteks sosial dapat melibatkan berbagai aktivitas, seperti berkomunikasi dengan teman dan keluarga, berbagi pengalaman, minat, dan pemikiran, serta membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Penggunaan media sosial terkait sosial mengacu pada penggunaan media sosial untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain (Chen et al., 2019). Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan yang berhubungan dengan sosial, seperti mencari rekan kerja dengan minat dan nilai yang sama dan menjalin pertemanan dalam organisasi.

2.4 Kinerja Karyawan

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan (Mangkunegara, 2013). Lalu menurut Williams, (1991) kinerja pegawai merupakan hasil kerja yang dicapai pegawai dengan memenuhi tugasnya

sesuai standar yang ditetapkan perusahaan. Kinerja pegawai dapat diukur dalam beberapa dimensi yang berbeda, seperti produktivitas, kualitas kerja, kreativitas, inisiatif dan juga kehadiran.

Kinerja merupakan hasil yang diperoleh selama periode tertentu. Kinerja mencerminkan sejauh mana kegiatan organisasi mencapai tujuan yang tercantum dalam perencanaan strategisnya, yang menggambarkan visi dan misi perusahaan. Efektivitas organisasi secara keseluruhan dinilai berdasarkan kinerjanya dalam memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan oleh kelompok terkait, dengan fokus pada peningkatan kemampuan (Fahmi, 2015).

2.4.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Beberapa hal dapat mempengaruhi kinerja. Menurut (Mangkunegara, 2013), ada dua faktor yang menentukan pencapaian kinerja:

a) Faktor Kemampuan

Dalam konteks psikologi, keahlian seorang pegawai terdiri dari potensi bawaan (IQ) dan pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki (*knowledge + skill*). Ini berarti bahwa seorang pegawai yang memiliki IQ di atas rata-rata (antara 110-120) dan memiliki pendidikan yang sesuai dengan jabatannya serta terampil dalam menjalankan tugas sehari-hari, cenderung lebih mungkin untuk mencapai tingkat kinerja yang diharapkan.

b) Faktor Motivasi

Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam menghadapi situasi (*situation*) kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi (tujuan kerja).

2.4.2 Dimensi Untuk Mengukur Kinerja

Menurut Idham et al., (2005) dimensi untuk mengukur kinerja adalah:

1. Kualitas kerja, meliputi ketelitian, kerapian, ketepatan dan keterampilan kerja
2. Kuantitas kerja, meliputi kemampuan dalam menghasilkan volume atas pekerjaan-pekerjaan baru
3. Pengetahuan, berhubungan dengan pengetahuan individu dalam pekerjaannya
4. Keandalan, berhubungan dengan kemampuan individu dalam melaksanakan tugasnya
5. Kerja sama, meliputi kemampuan menyelesaikan tugas bersama-sama

2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil
1	Xiayu Chen, Carol Xiaojuan Ou, Robert M. Davison (2021)	<i>Internal or external social media? The effects of work-related and social-related use of social media on improving employee performance</i>	Menunjukkan bahwa kinerja kerja responden dapat ditingkatkan ketika menggunakan media sosial internal untuk tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan dan menggunakan media sosial eksternal untuk tujuan yang berhubungan dengan sosial.

			Sedangkan interaksi penggunaan terkait pekerjaan dan sosial positif pada media sosial eksternal namun negatif pada media sosial internal terhadap prestasi kerja
2	Ali Sukru Cetinkaya, Muhammad Rashid (2018)	<i>The Effect of Social Media on Employees' Job Performance: The mediating Role of Organizational Structure</i>	Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dan karyawan kinerja. Karena penggunaan media sosial tidak dapat dihindari di lingkungan kerja, manajemen dalam organisasi harus menemukan cara untuk mendapatkan manfaat maksimal dari penggunaannya dalam bisnis proses.
3	Grace Shalini, Abdul Basit, Zubair Hassan (2018)	<i>The Impact of Social Media Usage on Employee and Organization Performance: A Study on Social Media Tools Used by an IT Multinational in Malaysia</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya pengambilan keputusan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tinggi karyawan dan kinerja organisasi. Peneliti tidak menemukan dampak yang signifikan dari dua dimensi lain dari penggunaan media sosial pada kinerja tinggi karyawan dan kinerja organisasi. penelitian ini menyarankan

			<p>bahwa manajemen puncak di perusahaan MNC serta karyawan harus mempertimbangkan penggunaan media sosial untuk pengambilan keputusan yang efektif untuk meningkatkan kinerja karyawan dan kinerja organisasi.</p>
4	Fitri (2018)	Penggunaan Media Sosial di Lingkungan Kerja di Perguruan Tinggi XYZ	<p>Hasil penelitian diperoleh bahwa adanya pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap kinerja namun lingkungan kerja tidak memediasi hubungan keduanya. Selanjutnya kondisi lingkungan kerja di perguruan tinggi XYZ berdasarkan persepsi karyawan dan dosen adalah baik. Dan terdapat empat faktor penggunaan media sosial bagi informasi, emosional, komunikasi dan kesenangan.</p>
5	B. Medina Nilasari (2020)	<i>The Impact of Social Media on Employee Work Performance with Trust as a Mediation Variable</i>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin media sosial digunakan untuk berkomunikasi dengan kolega dalam menyelesaikan pekerjaan maka semakin meningkatkan trust diantara karyawan. Hasil</p>

			<p>penelitian juga memperlihatkan semakin media sosial digunakan untuk berkomunikasi dengan kolega dalam menyelesaikan pekerjaan maka semakin meningkatkan kinerja karyawan di tempat kerja.</p>
6	<p>Hossam Ali-Hassan, Dorit Nevo, Michael Wade (2015)</p>	<p><i>Linking dimensions of social media use to job performance: The role of social capital</i></p>	<p>Studi ini menemukan bahwa penggunaan media sosial perusahaan dapat mempengaruhi kinerja karyawan tidak lurus, artinya tidak selalu positif atau negatif secara linear. Penggunaan yang sesuai dapat meningkatkan kinerja dengan memfasilitasi kolaborasi dan komunikasi yang efektif antar tim dan departemen. Namun, penggunaan yang berlebihan atau tidak terkelola dengan baik dapat menyebabkan kelebihan beban kerja, gangguan, dan penurunan produktivitas. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mengatur kebijakan penggunaan media sosial yang seimbang untuk mendukung kinerja optimal karyawan.</p>

Sumber: (Fitri 2018; Sukru, 2018; Chen et al., 2022; Nilasari, 2020; Radhakrishnan et al., 2018; Ali-Hassan et al., 2015).

2.6 Hipotesis

2.6.1 Pengaruh penggunaan media sosial terkait dengan aspek pekerjaan terhadap kinerja karyawan

Media sosial telah banyak digunakan untuk tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan, seperti membaca postingan terkait pekerjaan, berbagi informasi tentang kebijakan, tujuan dan prosedur organisasi, dan mengatur pertemuan dengan rekan kerja lain tentang proyek pekerjaan (Lu et al., 2015). Penggunaan media sosial terkait pekerjaan mengacu pada penggunaan media sosial untuk mengakses konten yang dibuat oleh orang lain dan untuk berbagi konten terkait pekerjaan (Chen & Wei, 2019). Media sosial dapat digunakan untuk membuat dan berbagi konten yang berhubungan dengan pekerjaan. Dengan demikian, ini berfungsi sebagai gudang informasi untuk membantu karyawan dalam menemukan keahliannya dalam suatu organisasi (Koch, 2013 dalam Tayebi et al., 2019). Mengetahui di mana memperoleh keahlian dapat membantu karyawan memecahkan masalah sulit yang dihadapi dan menghasilkan pekerjaan berkualitas tinggi (Wu, 2013). Penggunaan media sosial terkait pekerjaan di tempat kerja memungkinkan karyawan mendapatkan akses lebih mudah ke portal pengetahuan yang relevan (Arazy & Gellatly, 2012). Penggunaan media sosial di tempat kerja berpotensi meningkatkan kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah, yang sangat penting untuk kinerja kerja yang lebih tinggi. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan:

H1: Penggunaan Media Sosial Dalam Aspek Pekerjaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

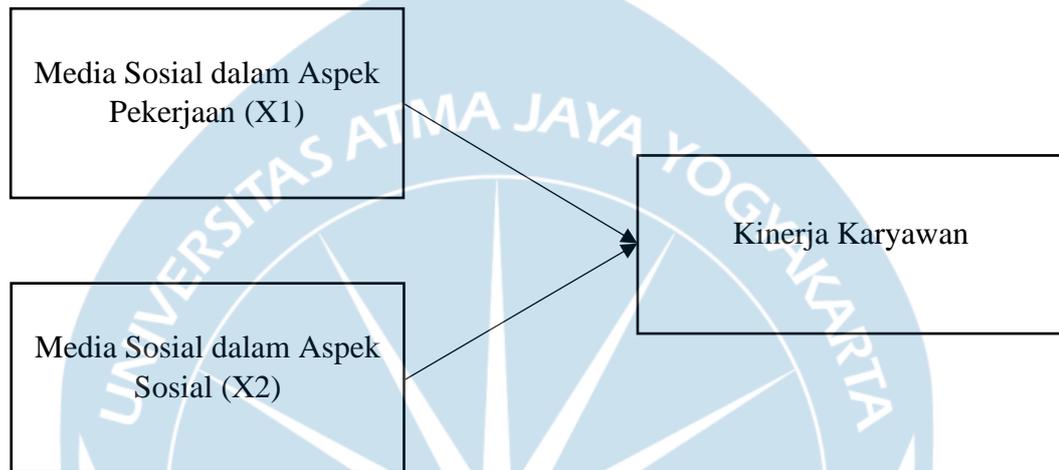
2.6.2 Pengaruh penggunaan media sosial terkait dengan aspek sosial terhadap kinerja karyawan

Penggunaan media sosial oleh karyawan untuk tujuan sosial di tempat kerja juga dianggap berhubungan positif dengan kinerja pekerjaan mereka. Penggunaan media sosial yang berhubungan dengan sosial di tempat kerja memberikan cara bagi karyawan untuk memanfaatkan jaringan sosial yang berbeda dalam organisasi yang menawarkan sumber daya sosial (Moqbel et al., 2013). Sumber daya sosial ini membantu membangun dan memperkuat ikatan antar karyawan dan pada gilirannya dapat mempengaruhi kinerja pekerjaan dengan memberikan dukungan sosial satu sama lain dalam jaringan sosial. Luo et al., (2018) mengusulkan agar karyawan dapat bertukar perasaan emosional dan menumbuhkan kepercayaan melalui penggunaan media sosial terkait sosial, sehingga meningkatkan keterikatan mereka terhadap organisasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan sosial di tempat kerja dapat meningkatkan aksesibilitas informasi dan efisiensi komunikasi, sehingga menghasilkan keterlibatan kerja yang lebih tinggi (van Zoonen, 2017 dalam Zhang et al., 2019). Dan juga media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan yang berhubungan dengan sosial, seperti mencari rekan kerja dengan minat dan nilai yang sama dan menjalin pertemanan dalam organisasi. Oleh karena itu peneliti mengusulkan:

H2: Penggunaan Media Sosial Dalam Aspek Sosial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

2.7 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian diperlukan sebagai acuan berfikir untuk memudahkan pembaca mengetahui apa yang sesungguhnya dibahas dalam penelitian ini. Kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Diadaptasi dari (Chen et al., 2022)