

Analisis Strategi Talent Acquisition Berbasis Media Sosial Terhadap Keberhasilan Rekrutmen Di Komunitas Perempuan Girl Boss Indonesia

Revi Septia Cahyani¹, Mgs. Prima Darma Putra²

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka

² Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, STEBIS Indo-Global Mandiri
Email: Revisetiacaahyani9@gmail.com, primadp@uigm.ac.id

Abstract

The development of digital technology has significantly changed the way organizations conduct recruitment processes, including non-formal communities such as Girl Boss Indonesia, which focuses on women's empowerment. This study aims to understand and analyze the implementation of social media-based Talent Acquisition strategies and their impact on the success of member recruitment. This research method approach is descriptive qualitative to describe and understand in depth, with data collection techniques used including in-depth interviews, documentation, and literature review. Data analysis in this study uses the Miles and Huberman model, starting from data reduction, then data presentation, and finally drawing conclusions. The results show that social media plays a role in the recruitment process, such as Instagram, LinkedIn, TikTok, and Twitter in expanding the reach of candidates, strengthening company's branding, and improving the effectiveness of the recruitment process. This research contributes to the development of knowledge and understanding of digital recruitment strategies in community organizations that focus on women's empowerment.

Keywords: *Talent Acquisition, Digital Recruitment, Social Media, Women's Empowerment.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah secara signifikan mengubah cara organisasi melakukan proses rekrutmen, termasuk komunitas non formal seperti Girl Boss Indonesia, yang berfokus pada pemberdayaan perempuan. Penelitian ini bertujuan memahami dan menganalisis implementasi strategi Talent Acquisition berbasis media sosial dan dampaknya terhadap keberhasilan rekrutmen anggota. Pendekatan metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam dengan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, dokumentasi, dan telaah pustaka. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan

Huberman, yang dimulai dengan penyederhanakan data, kemudian penyajiannya dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam proses rekrutemen seperti Instagram, LinkedIn, TikTok, dan Twitter dalam memperluas jangkauan kandidat, memperkuat branding perusahaan, dan meningkatkan efektivitas proses rekrutmen. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dan pemahaman mengenai strategi rekrutmen digital di organisasi masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan perempuan.

Kata kunci: *Talent Acquisition, Rekrutmen Digital, Media Sosial, Pemberdayaan Perempuan.*

Pendahuluan

Perkembangan di era digital saat ini memberikan pengaruh besar terhadap berbagai cara organisasi melakukan proses rekrutmen sumber daya manusia. Wardani (2019) menyebutkan bahwa menuju SDM Society 5.0, diperlukan proses dan pengembangan baru yang harus dilakukan untuk menyesuaikan terhadap perubahan agar manusia mampu mengikuti perubahan teknologi informasi yang terus mengalami kemajuan dari waktu ke waktu. Saat ini, banyak organisasi memaksimalkan berbagai platform media sosial untuk menjangkau audiens, termasuk media sosial seperti Instagram, LinkedIn, TikTok, dan Twitter, untuk menjangkau calon kandidat potensial secara lebih luas dan cepat.

Menurut Haudi et al. (2021) dalam buku Pengantar Manajemen Talenta, menjelaskan bahwa manajemen talenta modern menuntut keseimbangan antara kemampuan teknologi, strategi organisasi, dan nilai budaya kerja. Strategi ini tidak hanya berlaku di perusahaan, tetapi juga mulai diterapkan oleh komunitas non formal seperti komunitas Girl Boss Indonesia yang fokus pada pemberdayaan perempuan. Talent Acquisition mencakup tahapan penting seperti perencanaan, pencarian kandidat, perekrutan, hingga tahap orientasi awal atau onboarding untuk mendapatkan talenta terbaik. (John Atturpuram et al., 2015). Sejalan dengan

itu, Suganda dan Dini (2024) serta Nelson et al. (2024) menegaskan bahwa talent acquisition adalah proses strategis yang bertujuan menarik, merekrut, dan mempertahankan individu berkualitas sesuai dengan kebutuhan organisasi.

Pemilihan topik “Analisis Strategi Talent Acquisition Berbasis Media Sosial terhadap Keberhasilan Rekrutmen di Komunitas Perempuan Girl Boss Indonesia” dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi digital dan makin meluasnya penggunaan media sosial yang bukan hanya sekedar media untuk berkomunikasi, melainkan juga berperan sebagai wadah untuk membangun employer branding dan menarik calon kandidat, Menurut Alwy (2002) , digitalisasi memicu perubahan banyak hal pada strategi rekrutmen. Media sosial kini dimanfaatkan tidak hanya untuk menyebarkan informasi lowongan kerja, tetapi juga untuk memperkuat employer branding yang positif perusahaan dan menciptakan keterikatan emosional dengan calon kadidat. Komunitas Girl Boss Indonesia menghadapi tantangan dalam mencari calon kandidat yang memiliki komitmen dan kompetensi sesuai visi misi komunitas. Sementara itu penerapan yang membahas penerapan strategi talent acquisition berbasis media sosial di komunitas non formal masih jarang dilakukan. Sebagian besar riset terdahulu berfokus pada sektor korporasi atau lembaga formal, dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi digital dapat digunakan secara optimal dalam meningkatkan efektivitas rekrutmen komunitas.

Permasalahan utama dalam penelitian ini di komunitas Girl Boss Indonesia adalah bagaimana penerapan strategi talent acquisition berbasis media sosial dilakukan dan sejauh mana pengaruhnya terhadap efektivitas rekrutmen. Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana strategi tersebut diterapkan serta sejauh mana efektivitas terhadap keberhasilan

rekrutmen. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi organisasi non formal atau komunitas sosial dalam merancang strategi rekrutmen yang efektif dan inklusif di era digital, terutama dalam konteks rekrutmen digital dan talent acquisition pada organisasi non formal serta dapat menambah referensi akademik dalam lingkup manajemen sumber daya manusia berbasis digital.

Fokus penelitian ini sangat terbatas, pada penerapan strategi talent acquisition di komunitas Girl Boss Indonesia dan media sosial sebagai instrumen utama rekrutmen dan keterbatasan penelitian yang terletak pada ruang lingkup komunitas yang spesifik dan juga jumlah informan yang relatif terbatas, sehingga hasilnya belum dapat digeneralikan secara menyeluruh kepada komunitas dan organisasi organisasi non formal lainnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin menggali pemahaman secara lebih mendalam mengenai bagaimana strategi Talent Acquisition yang berfokus pada pemanfaatan media sosial diterapkan di Komunitas Girl Boss Indonesia. Pendekatan ini diterapkan karena dianggap sesuai dan agar peneliti mendapatkan gambaran pengalaman, cara kerja, dan perkembangan yang terjadi selama proses rekrutmen. Lokasi penelitian dilakukan di dalam komunitas Girl Boss Indonesia, khususnya pada divisi Talent Acquisition yang mengelola rekrutmen dan orientasi anggota baru. Pemilihan informan dalam penelitian ini ditetapkan secara purposive, yaitu mereka yang terlibat langsung dan memiliki pengalaman relevan, seperti administrator divisi Talent Acquisition, anggota aktif, dan calon anggota yang telah mengikuti proses rekrutmen melalui media sosial.

Data penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam dengan pemimpin dan anggota komunitas untuk memahami langkah langkah perekrutan, strategi yang digunakan, dan peran media sosial dalam menarik calon anggota. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data sekunder dari dokumentasi internal komunitas, seperti materi kampanye perekrutan, unggahan Instagram atau platform lain, dan catatan proses seleksi. Literatur dari jurnal, buku, dan kajian terkait juga digunakan untuk memperkuat teoritis.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi informan dengan lebih adaptif, dan tetap menjaga alur diskusi sesuai dengan tujuan penelitian. Dokumentasi dimanfaatkan untuk meninjau bukti nyata dari proses rekrutmen digital yang dijalankan oleh komunitas Girl Boss Indonesia. Sementara itu, studi literatur dilakukan untuk memperkaya dan memperkuat pemahaman analisis data.

Analisis data dilakukan mengikuti model Miles dan Huberman, Menurut Miles dan Huberman, (1992) analisis kualitatif memerlukan peneliti untuk melakukan pemahaman mendalam agar data dapat menyajikan pemahaman yang bermakna tentang fenomena yang sedang diteliti, meliputi tiga tahapan penting, yaitu reduksi data, penyajian dan kesimpulan. Pada tahap reduksi peneliti memilih dan mengkategorikan data sesuai tema penting seperti strategi rekrutmen, efektivitas media sosial, dan dampaknya terhadap pemberdayaan perempuan. Kemudian data dipaparkan dalam bentuk naratif untuk membantu peneliti memahami pola dan hubungan antar temuan. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan keseluruhan data yang telah dianalisis

yang kemudian divariasasi dengan memeriksa Kembali kepada informan. Untuk menjaga validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi teknik, sehingga hasil penelitian tetap dapat diandalkan dan akuntabel.

Hasil Dan Pembahasan

Konsep Talent Acquisition merupakan bagian pertama dari manajemen talenta dalam suatu organisasi. Menurut Haudi et al. (2023), Talent Acquisition adalah proses yang paling utama dalam mencari serta mendapatkan individu yang sesuai dengan posisi yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan. Tahapan ini memiliki peran yang penting dalam menentukan sejauh mana perusahaan dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilan karyawan barunya di masa depan. Sementara itu, Maharani et al. (2022) menjelaskan bahwa talent acquisition atau pengakuisian talenta dilakukan secara terstruktur dan menyeluruh untuk dapat menemukan, menilai, dan menerima individu yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan organisasi. Proses ini dapat membantu perusahaan memperoleh seorang yang bertalenta dan yang paling sesuai sehingga tujuan dan kinerja organisasi dapat tercapai secara efektif.

Di era digital, proses rekrutmen telah mengalami transformasi yang besar seiring dengan perkembangan teknologi. Menurut Permana (2025), rekrutmen modern kini secara luas memanfaatkan teknologi digital khususnya media sosial, analisis teknologi big data, dan strategi employer branding untuk menjangkau kandidat potensial dengan ruang lingkup yang lebih luas serta lebih efisien. Penggunaan teknologi ini bukan hanya sekadar mempercepat proses seleksi tetapi juga membantu perusahaan untuk menampilkan citra positif di masyarakat sebagai lingkungan kerja yang mampu menarik perhatian para pencari kerja. Media sosial menjadi

bagian dari salah satu kunci dalam strategi rekrutmen modern. Alwy (2022), juga menjelaskan bahwa penggunaan teknologi dalam proses rekrutmen dapat meningkatkan efektivitas dan kandidat terseleksi dengan akurat, selama proses rekrutmen berjalan dengan seimbang dan transparansi tetap dijaga, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat komunikasi, tetapi juga turut berperan sebagai strategi jangka Panjang perusahaan untuk menghadapi setiap perubahan dalam dunia kerja dan memperkuat citra perusahaan di mata calon karyawan baru.

Dalam konteks pengembangan sumber daya manusia terbuka, pemberdayaan perempuan di era digital juga merupakan aspek penting yang harus ditingkatkan. Menurut Kurniasih (2023) pemberdayaan perempuan di era digital merupakan upaya untuk mengembangkan potensi melalui pemanfaatan teknologi serta dapat berpartisipasi aktif dalam kehidupan sosial dan profesional. Dengan kemampuan bisa beradaptasi terhadap pengembangan teknologi, perempuan diupayakan mampu memberikan dampak yang lebih luas dalam tenaga kerja yang progresif. Dengan demikian, perkembangan teknologi digital tidak hanya sebatas membuat proses rekrutmen lebih efisien dan transparan, tetapi juga dapat memberi peluang baru bagi organisasi untuk membangun employer branding yang kuat sambil memberdayakan sumber daya manusia secara merata.

Selanjutnya, dalam diskusi pembahasan penelitian ini, untuk memberikan pemahaman yang lebih rinci terkait bagaimana proses rekrutmen di Girl Boss Indonesia dilakukan, berikut adalah uraian tahapan Talent Acquisition berbasis media sosial yang digunakan oleh komunitas Girl Boss Indonesia. Setiap tahapan dirancang untuk memastikan bahwa calon kandidat tidak hanya memenuhi persyaratan dasar tetapi juga selaras dengan nilai-nilai, budaya dan visi pemberdayaan perempuan yang ada di

komunitas. Tahapan rekrutmen ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Tahapan Rekrutmen di Komunitas Girl Boss Indonesia
 Berbasis Media Sosial

No	Tahapan Rekrutmen	Deskripsi Proses	Tools yang digunakan	Aktivitas yang dilakukan
1.	Sourcing (Pencarian Kandidat)	- Proses pertama yang dilakukan adalah mencari calon kandidat melalui publikasi open rekrutmen di berbagai platform media sosial. - Bekerjasama dengan Media Partner untuk sarana promosi	Instragram, Tiktok, LinkedIn, Twitter	- Membuat poster rekrutmen - Mengunggah konten promosi - Storytelling, kegiatan komunitas yang berfungsi (menarik perhatian dan memperluas jangkauan kandidat perempuan muda)

2.	Approach (Pendekatan Kandidat)	- Menghubungi kandidat yang memenuhi kriteria awal untuk melanjutkan proses seleksi	Whatsap, Email	- Mengirim pesan lanjutan - Memberi jadwal seleksi - Konfirmasi kesiapan kandidat (membangun komunikasi awal dan memastikan keseriusan kandidat)
3.	Interview (Wawancara Online)	- Penilaian terhadap motivasi, keselarasan nilai, komitmen, dan kesiapan kandidat.	Google Meet, Zoom, Whatsap Voicecall.	- Wawancara semi terstruktur - Menggali motivasi dan menilai kesesuaian nilai kandidat (menentukan apakah cocok dengan budaya komunitas)

4.	Pre- Task (Penugasan)	- Pemberian tugas singkat untuk melihat kemampuan dasar dan komitmen kandidat (memberikan tugas sesuai dengan divisi yang akan di apply).	Google Docs, Google Drive, Email, Whatshapchat	- Menilai kreativitas dan ketepatan waktu - Menilai kemampuan dasar dan komitmen kandidat sebelum diterima
5.	Working Agreement	- Tahap akhir sebelum kandidat resmi bergabung	Google Form, Google Drive	- Penandatanganan agreement - Masuk grub internal - Briefing terkait orientasi awal (meresmikan status kandidat menjadi anggota)

Berdasarkan tahap rekrutmen yang disajikan dalam tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa proses Talent Acquisition di Girl Boss Indonesia tidak hanya berjalan secara sistematis, tetapi juga menggunakan media sosial sebagai landasan utama dalam menjangkau, menilai, dan memilih kandidat. Untuk memahami bagaimana proses ini dijalankan dan dampaknya terhadap komunitas, pembahasan dibagi menjadi tiga aspek utama.

Pertama, bagaimana strategi Talent Acquisition berbasis media sosial diterapkan pada setiap tahap rekrutmen. Kedua, efektivitas media sosial dalam mendukung proses rekrutmen dan kontribusinya dalam meningkatkan jangkauan serta kualitas kandidat. Ketiga, bagaimana proses rekrutmen digital ini tidak terbatas sebagai fungsi prosedur seleksi melainkan juga sebagai sarana untuk membangun pemberdayaan perempuan, sekaligus menghadirkan tantangan baru dalam upaya pemberdayaan perempuan di lingkungan komunitas. Ketiga aspek ini dijelaskan lebih mendalam dalam pembahasan berikut :

1. Implementasi Strategi Talent Acquisition Berbasis Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas Girl Boss Indonesia menerapkan strategi Talent Acquisition dengan mengoptimalkan media sosial sebagai saluran utama untuk menarik kandidat. Berdasarkan keterangan informan proses ini diawali dengan pembuatan konten branding yang khusus dirancang untuk perempuan perempuan muda. Konten ini disebar di beberapa platform media sosial populer seperti Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn, dan Media Partner. Di antara semua platform, Instagram adalah saluran yang paling menunjukkan efektivitasnya karena jangkauan audiens yang luas dan tingkat keterlibatannya tinggi.

Implementasi strategi ini kemudian diikuti oleh proses seleksi

bertahap, mulai dari pendaftaran melalui Google Form, Penyaringan Curriculum Vitae (CV), Wawancara, dan pemberian Pre- Task atau tugas awal untuk menilai motivasi serta komitmen kandidat. Kriteria utama yang dipertimbangkan adalah kesesuaian nilai dengan visi komunitas, pengalaman organisasi, dan komitmen dalam menjalankan tugas.

Temuan ini sejalan dengan konsep Talent Acquisition Menurut Haudi et al. (2021), yang mengungkapkan bahwa organisasi perlu membangun citra dan daya tarik agar sumber daya manusia berkualitas tertarik untuk bergabung. Penggunaan teknologi visual, strorytelling, dan distribusi lintas platform menggambarkan penerapan Talent Acquisition modern yang menggabungkan branding dan rekrutmen digital. Strategi ini juga sesuai dengan pandangan Permana et al. (2025), yang menekankan bahwa rekrutmen di era digital harus menyesuaikan dengan karakteristik platform audiens dan target.

2. Efektivitas Media Sosial dalam Proses Rekrutmen

Media sosial terbukti meningkatkan efektivitas rekrutmen komunitas. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa menyebarkan informasi melalui media sosial populer seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn mempercepat proses rekrutmen, memperluas jangkauan calon kandidat, dan meningkatkan jumlah minat kandidat yang ingin bergabung. Desain konten yang menarik dan informasi rekrutmen yang disampaikan dengan jelas membuat calon kandidat merasa bahwa proses seleksi lebih mudah dipahami dan lebih transparan.

Kandidat juga menyatakan bahwa proses digital mempermudah mereka untuk mengikuti tahapan seleksi, terutama karena seluruh proses dilakukan secara online. Interaksi melalui direct message atau DM juga membantu menjawab pertanyaan kandidat, sehingga komunikasi menjadi

lebih efektif. Selain itu, pada tahap ini, terdapat efek tidak langsung pada kandidat yang diterima, seperti meningkatnya kepercayaan diri, keterampilan komunikasi, dan keinginan untuk berkembang. Aspek pemberdayaan perempuan ini muncul sebagai temuan kuat tambahan dalam data.

Diperkuat dengan penjelasan Alwy (2022), media sosial adalah sarana interaktif yang mampu memperkuat keterlibatan antara organisasi dan calon kandidat. Walters (2024) juga menyoroti bahwa branding visual dalam rekrutmen digital meningkatkan minat calon kandidat dan memperbaiki citra organisasi. Namun terdapat tantangan terkait komitmen, karena tidak semua anggota baru dapat melaksanakan tugas mereka secara konsisten, hal ini juga dilaporkan dalam studi oleh STYR Trio Jaya (2024) perusahaan juga mengalami tantangan dalam menerapkan strategi Talent Acquisition yang optimal untuk menarik calon kandidat yang relevan dengan kebutuhan dan memiliki komitmen terhadap tujuan perusahaan. Oleh karena itu, efektivitas media sosial masih perlu dilengkapi dengan sistem pengembangan dan manajemen anggota yang lebih terstruktur.

3. Rekrutmen Digital sebagai Sarana Pembangunan dan Tantangan dalam Pemberdayaan Perempuan

Meskipun bukan isu utama yang dibahas, namun pemberdayaan perempuan cukup penting untuk mendapatkan pembahasan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa proses rekrutmen digital yang dilakukan oleh komunitas Girl Boss Indonesia berdampak pada pengembangan diri dengan meningkatkan rasa percaya anggota baru. Mereka melaporkan setelah mereka menjadi anggota komunitas memiliki peningkatan kepercayaan diri, mengemukakan pendapat, terbiasa memimpin kegiatan divisi, dan mendapatkan peluang untuk melatih keterampilan komunikasi

serta kerja sama dalam tim.

Hal ini juga sama dengan pandangan Mackey & Petrucka (2021) bahwa ruang digital dalam upaya menciptakan lingkungan belajar yang terbuka bagi perempuan. Rekrutmen digital di Girl Boss Indonesia tidak hanya menjangkau kandidat, tetapi juga menyediakan ruang bagi perempuan untuk saling mendukung, belajar keterampilan organisasi, dan mengembangkan potensi mereka. Namun, tantangan tetap muncul, terutama terkait komitmen anggota baru. Beberapa informan melaporkan bahwa kandidat yang awalnya antusias sering kali kewalahan dengan manajemen waktu, sehingga sulit untuk mencapai target divisi. Tantangan ini sejalan dengan gagasan Naningsih (2023) bahwa pemberdayaan perempuan perlu diseimbangkan dengan sistem kerja yang stabil dan dukungan organisasi agar anggota dapat berkembang secara berkelanjutan.

Dengan demikian, rekrutmen digital tidak hanya memenuhi kebutuhan talenta komunitas, selain itu juga berfungsi sebagai sarana pemberdayaan perempuan. Namun, keberhasilannya masih bergantung pada penguatan sistem internal agar anggota dapat bertahan dan semakin berkembang didalam organisasi.

Simpulan Dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Talent Acquisition berbasis media sosial yang diterapkan oleh Girl Boss Indonesia telah dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan perkembangan rekrutmen digital. Komunitas ini memanfaatkan beberapa platform media sosial terutama Instagram, TikTok, LinkedIn, dan Twitter untuk membangun citra (*employer branding*), menyebarkan informasi rekrutmen, dan memperluas jangkauan audiens. Konten visual yang dibuat dengan pendekatan digital

branding terbukti berhasil menarik perhatian calon kandidat dan menyampaikan pemahaman yang lebih jelas tentang proses seleksi. Alur rekrutmen, yang dilakukan sepenuhnya secara online mulai dari pengisian formulir, penyaringan dokumen, wawancara, hingga penugasan menunjukkan bahwa komunitas ini telah menerapkan pendekatan Talent Acquisition modern yang berfokus pada keselarasan nilai, motivasi, dan komitmen kandidat. Efektivitas media sosial terlihat tidak hanya dari kemampuannya memperluas jangkauan peserta, tetapi juga dari kemudahannya menjadikan proses seleksi lebih transparan dan mudah diakses. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa tantangan terkait konsistensi dan komitmen anggota baru, sehingga diperlukan penguatan sistem internal yang lebih stabil.

Berdasarkan temuan ini, komunitas disarankan untuk mampu mengembangkan mekanisme bimbingan dan Paduan yang lebih terstruktur dan jelas agar anggota baru dapat menyesuaikan diri secara optimal dengan alur dan tanggung jawab yang diberikan. Pengembangan sistem manajemen kandidat, seperti basis data terpusat atau pedoman kerja yang lebih jelas, juga dapat membantu meningkatkan efektivitas proses rekrutmen digital dan meminimalkan masalah komitmen pada tahap awal keanggotaan. Selain itu, menyediakan forum komunikasi interaktif, baik melalui sesi tanya jawab terbuka maupun pembaruan informasi secara berkala, dapat memperkuat transparansi dan meningkatkan pemahaman calon anggota terhadap nilai dan harapan komunitas. Untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk memperluas cakupan ke komunitas atau organisasi perempuan lainnya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang penerapan Talent Acquisition berbasis media sosial di berbagai konteks.

Daftar Pustaka

- Asri, D. H., Mariany, R., Wu, E., Kho, C., & Willson, L. (2025). *Implementasi talent acquisition dan talent onboarding pada PT Mega Mandiri*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Kewirausahaan*, 3(4), 144–157.
- Daud, I., Yakin, I. H., & Alhempri, R. R. (2024). *Manajemen sumber daya manusia 4.0: Menyongsong revolusi industri dengan SDM yang adaptif*. Takaza Innovatix Labs.
- Haudi, Lestaringingsih, M., Ariyanto, A., & Siagian, A. O. (2021). *Pengantar manajemen talenta* (M. Musnaini, Ed.). *Insan Cendekia Mandiri*.
- Kurniasih, N. (2023). *Pemberdayaan perempuan di era digital: Bunda cerdas cakap digital*. *Community Development Journal*, 4(3), 6053–6059.
- Maharani, D., Wahyudi, H., Kelvin, R., Ardiansyah, R., & Nelson, A. (2022). *Rancangan talent acquisition dan talent onboarding pada perusahaan perbankan*. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 640–647.
- Naninsih, N., et al. (2023). *MSDM: SDM era digital*. CV Media Sains Indonesia.
- Nelson, A., & Kurnaedi, J. (2024). *Penerapan sistem rekrutmen dan seleksi karyawan pada PT. SYR Trio Jaya*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 334–339. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2426>
- Nelson, A., & Utami, V. F. (2025). *Strategi talent acquisition untuk meningkatkan kinerja karyawan PT Dwi Pillar Perdana*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 1317–1322. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.5497>
- Nelson, A., Lim, V. E., Hendri, H., & Saputra, T. A. H. (2022). *Perancangan talent acquisition dan talent onboarding terhadap perusahaan elektronik*. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 352–357.
- Permana, R. (2025). *Strategi SDM modern: Dari rekrutmen cerdas ke offboarding berkelas*. HGU Publishing.
- Walters, A. G. (Ed.). (2024). *Innovative recruitment and retention for employee empowerment*. IGI Global.