

## ABSTRAK

Ahmad Muqaffi, B06213005, 2017. Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Proses Rekrutmen Batch 3 MaharAgung Organizer. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

**Kata Kunci :** *Media Sosial, Instagram dan Mahar Agung Organizer*

Skripsi ini persoalan yang hendak dikaji adalah bagaimana pengemasan isi pesan media yang dilakukan oleh Mahar Agung Organizer mengenai proses rekrutmen yang diadakan di Instagram, sehingga dalam kurun waktu yang singkat bisa menarik minat pelamar yang begitu banyak, dan juga bagaimana proses se;elsi yang diterapkan oleh Mahar Agung Organizer untuk mendapatkan kriteria pegawai yang diinginkan.

Penulisan ini bertujuan untuk: (1) mengetahui Bagaimana pengemasan isi pesan media sosial di Instagram dalam proses rekrutmen batch 3 MaharAgung Organizer?, (2) Bagaimana proses seleksi menggunakan media sosial di Instagram dalam proses rekrutmen batch 3 MaharAgung Organizer ? Informan yang dipilih dalam penelitian ini untuk dikaji dan mendapatkan data yang diperlukan bagi penelitian ini adalah para petinggi Mahar Agung Organizer yang memiliki pengaruh besar dalam menentukan kebijakan perusahaan di antaranya: *ceo, general manager, business manager* dan *human resourch manager*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan Pendekatan interaksionisme simbolik. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipasi, *focus group discussion*, dan analisis dokumen.

Hasil dari analisis data dari penelitian ini menghasilkan dua hal: (1) Penggunaan media sosial yang tepat akan memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan apabila kita mengetahui dengan baik fungsi media tersebut (2) Setiap media memiliki segmentasi penggunaannya masing – masing, kita tidak bisa menyama ratakan seluruh media dengan *event* yang sama (3) Setiap postingan yang akan diunggah di media sosial harus memiliki makna supaya bisa memiliki kesan pada khalayak (4) Sebagai media promosi, media sosial tidak dapat berdiri sendiri, media sosial membutuhkan dukungan dari media konvensional dan kuitas kerja dilapangan, karena *client* juga membutuhkan bukti dan mengenal perusahaan secara langsung (5) Proses seleksi yang diterapkan oleh Mahar Agung Organizer dalam alur rekrutmennya ada 5 babak. (6) Instagram Efektif karena bisa menjangkau khalayak yang luas, dan juga efisien karena dampak yang dirasakan bisa terasa dengan cepat.

Berdasarkan hasil penemuan pada penelitian ini, telah terbukti bahwasannya media sosial yang digunakan dengan baik dan benar akan memberikan dampak yang cepat dan juga kuat. Meski begitu untuk bisa mengoptimalkan kekuatan media sosial, kita perlu memahami fungsi dan kegunaan dari media tersebut. Setiap media memiliki segmentasi penggunaannya masing – masing oleh karena itu pemahaman mengenai media yang akan digunakan dan juga segmentasi penggunaannya didukung dengan strategi yang sudah direncanakan, maka media sosial akan bisa menaikkan elektabilitas penggunaannya. Kita tidak bisa menolak kehadiran berbagai macam media baru, jika kita tidak menyesuaikan dengan era yang ada. Maka kita bisa tertinggal oleh perkembangan dan tergerus oleh zaman.