

Persepsi Karyawan Terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Kinerja Pegawai di Rumah BUMN Jakarta

Siva Nur'aini Aprillia Turahmah¹, Feriandy², Joko Budiraharjo³

^{1,2,3} Universitas Mitra Bangsa

E-mail: sivaapril6@gmail.com¹

Article History:

Received: 30 Agustus 2025

Revised: 10 Oktober 2025

Accepted: 23 Oktober 2025

Keywords:

persepsi karyawan, media sosial, kinerja pegawai, rumah BUMN, komunikasi digital

Abstract: Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa meningkatnya penggunaan media sosial dalam mendukung aktivitas kerja, khususnya dalam ranah pelayanan, promosi, dan komunikasi pada Rumah BUMN Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap dua informan kunci yang merupakan pegawai aktif di Rumah BUMN Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan memiliki persepsi yang sangat positif terhadap penggunaan media sosial. Media sosial dianggap mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, memperluas jangkauan pelatihan kepada UMKM binaan, serta mempercepat koordinasi internal. Platform yang sering digunakan meliputi Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Faktor pendukung keberhasilan penggunaan media sosial meliputi literasi digital, infrastruktur teknologi, dan kebijakan manajerial

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia kerja. Penggunaan media sosial di tempat kerja bukan lagi hal yang asing, bahkan telah menjadi tren yang semakin populer. Media sosial dihadirkan untuk mempermudah komunikasi dan berbagai aktivitas sehari-hari. Penggunaan internet dan media sosial melalui perangkat elektronik telah menjadi *new lifestyle* atau gaya hidup baru di era modern ini. Hal ini terlihat jelas dari perilaku masyarakat, khususnya generasi muda saat ini, baik di seluruh dunia maupun di Indonesia (Kementrian PPN / Bappenas, 2020).

Menurut penelitian terbaru di Indonesia, penggunaan media sosial telah membentuk tren gaya hidup konsumtif di kalangan generasi muda, di mana mereka cenderung mengikuti arus tren yang viral tanpa mempertimbangkan kebutuhan nyata (Riyanto & Putri, 2020). Hal ini diperkuat oleh data dari (APJII 2023) yang menunjukkan bahwa jumlah penduduk terkoneksi internet tahun 2025 adalah 229.428.900 atau sekitar 80,6% jiwa dari total populasi 284.438.900 jiwa penduduk Indonesia tahun 2025. Data ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana komunikasi utama dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia kerja.

pengguna media sosial di Indonesia terpapar konten promosi setiap harinya, memengaruhi keputusan pembelian dan preferensi gaya hidup mereka (Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2024). Oleh karena itu, penting adanya literasi digital yang kuat agar masyarakat mampu menyaring informasi, membangun identitas diri yang sehat, serta tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial di dunia maya.

Dalam organisasi berbasis pelayanan publik seperti Rumah BUMN, penggunaan media sosial menjadi sangat menarik untuk dikaji. Rumah BUMN adalah program yang diinisiasi oleh Kementerian BUMN untuk mendukung pengembangan UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan pembinaan. Rumah BUMN Jakarta memiliki peran penting dalam menjembatani perusahaan BUMN dan masyarakat. Di sinilah peran media sosial menjadi krusial: untuk menyampaikan informasi program, berinteraksi dengan UMKM binaan, hingga membangun citra lembaga.

Pemanfaatan media sosial juga ikut memengaruhi kinerja pegawai, mempermudah komunikasi, interaksi, serta berbagi informasi. Platform media sosial seperti *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*, dan *WhatsApp* sering digunakan karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan atau sekadar mencari kesenangan. Media sosial juga memfasilitasi kolaborasi, perencanaan, dan manajemen waktu yang lebih baik, sehingga berpotensi meningkatkan produktivitas, selama konsisten dengan kebijakan perusahaan dan etika profesional.

Namun, pemanfaatan media sosial di lingkungan kerja juga menghadirkan tantangan, seperti potensi gangguan fokus, penyalahgunaan informasi, dan penurunan produktivitas jika tidak dikelola dengan bijak. Penelitian oleh (Kartini and Andalia 2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan generasi milenial, terutama ketika didukung oleh lingkungan kerja yang kondusif. Sebaliknya, tanpa pengawasan dan kebijakan yang jelas, media sosial dapat menjadi sumber distraksi yang menghambat kinerja pegawai.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang persepsi karyawan terhadap penggunaan media sosial dalam mendukung atau menghambat kinerja mereka, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi hubungan antara media sosial dan kinerja.

LANDASAN TEORI

Persepsi Karyawan

Persepsi adalah proses individu dalam memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan sensorik untuk memberikan makna terhadap lingkungannya. Dalam konteks kerja, persepsi menentukan cara pandang karyawan terhadap kebijakan, pimpinan, maupun budaya organisasi. Menurut Mangkunegara (2016) Persepsi adalah pandangan seseorang terhadap suatu objek atau fenomena yang terbentuk dari pengalaman, nilai, serta lingkungan. Pada karyawan, persepsi memengaruhi cara mereka memandang perusahaan dan pekerjaannya.

Penelitian ini juga menekankan bahwa persepsi tidak hanya terbentuk dari aspek fisik lingkungan kerja seperti fasilitas dan kenyamanan, tetapi juga dari aspek nonfisik seperti dukungan rekan kerja, gaya kepemimpinan atasan, dan iklim organisasi. Karyawan yang merasa didukung dan diperlakukan secara adil cenderung membangun persepsi positif, yang kemudian meningkatkan semangat kerja, loyalitas, serta menurunkan tingkat stres di tempat kerja.

Selain itu, penelitian serupa yang ditemukan di (Carter 2024) dengan menunjukkan bahwa persepsi positif berkontribusi pada peningkatan motivasi, keterlibatan, dan produktivitas. Faktor-faktor seperti komunikasi efektif, kejelasan tugas, serta adanya penghargaan yang layak menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi yang mendukung kepuasan kerja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi karyawan merupakan salah satu indikator utama dalam menciptakan kepuasan kerja dan keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

Media Sosial

Media sosial ialah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan

visual maupun audiovisual. Contohnya seperti *twittwer*, *facebook*, *blog*, *forsquare*, dan lainnya (Nurhidayat, Maulidan, and Ubayuka 2022).

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara merek dan konsumen, memungkinkan start-up untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah (Wijaya and Firdaus 2024) Sedangkan menurut (Esto, Eliseus; H, Maimunah; Ilyas;, 2019) Media Sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Dari pengertian-pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu. Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu alat atau media yang dapat digunakan untuk melakukan hubungan sosial yang dioperasikan secara online dengan menggunakan perangkat teknologi agar terciptanya suatu konten, opini, perspektif yang dapat dibagikan ke pengguna lainnya.

Kinerja Pegawai

Kinerja merupakan kemampuan dalam menjalankan tugas dan pencapaian standar keberhasilan yang ditentukan oleh instansi kepada karyawan sesuai dengan job yang diberikan kepada masing-masing karyawan (Mukarim, 2021).

Sedangkan Menurut Marisyah (2022) kinerja adalah melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan mencerminkan seberapa baik seorang pegawai memenuhi harapan organisasi melalui pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya, serta menjadi salah satu indikator utama untuk menilai keberhasilan suatu organisasi. Kinerja karyawan sangatlah penting demi kemajuan instansi/organisasi, karena jika kinerja karyawan baik maka tujuan yang diharapkan oleh instansi tersebut dapat tercapai.

METODE PENELITIAN

Peneliti melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif fenomenologis untuk mendiskripsikan mengenai Efektivitas Program Tanggung Jawab Sosial. Pendiskripsian akan dijelaskan berdasarkan hasil pengambilan data dengan cara wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang di arahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian, secara sistematis dan akurat terhadap fenomena yang diteliti (Hardani, 2020). Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna.

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme dan untuk kondisi obyek yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci, pengumpulan data dengan teknik triangulasi (gabungan), analisis data bersifat kualitatif dan hasilnya lebih kepada makna dari pada generalisasi (Haryono 2023).

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan apabila datanya sudah terkumpul kemudian dianalisis. Analisis ini sendiri terfokus pada pegawai Rumah BUMN Jakarta.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini merupakan bagian dari penelitian guna memperoleh data informasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah dua orang informan yang terdiri dari *Koordinator* dan *Fasilitator*.

Informan 1

Nama : Jajang Rohmana
Umur : 25 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Karyawan
Status : Belum Nikah
Jabatan : Koordinator Rumah BUMN Jakarta
Pendidikan Terakhir : Sarjana S1

Bapak Jajang Rohmana adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk memastikan kegiatan berjalan lancar, termasuk perencanaan, komunikasi, dan kolaborasi.

Informan 2

Nama : Shyhaz Azzahro Ismaroch
Umur : 25 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Karyawan
Status : Belum Nikah
Jabatan : Fasilitator Rumah BUMN Jakarta
Pendidikan Terakhir : Sarjana S1

Ibu Shyhaz Azzahro Ismaroch adalah bertanggung jawab membantu kegiatan acara mencapai tujuan Bersama dengan memandu, merencanakan, dan mengelola kegiatan acara.

Informan 3

Nama : Prasytio Ervian
Umur : 37
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Manajer
Status : Menikah
Jabatan : CFO Muda Rumah BumN Jakarta
Pendidikan Terakhir : Sarjana S1

Bapak Prasytio Ervian adalah seseorang *CFO (Chief Financial Officer)* eksekutif senior dalam sebuah perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan.

Informan 4

Nama : Ananda Putri
Umur : 21
Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan	: Karyawan Internship
Status	: Belum Menikah
Jabatan	: Karyawan Internship
Pendidikan Terakhir	: Sarjana S1

Ananda Putri adalah seseorang yang bekerja di suatu Perusahaan untuk mendapatkan pengalaman kerja dan keterampilan baru dalam bidang tertentu, biasanya sebagai dari program pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Karyawan Terhadap Penggunaan Media Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh karyawan Rumah BUMN Jakarta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja kerja mereka, baik dalam aspek komunikasi, kolaborasi, maupun produktivitas kerja. Berdasarkan hasil penelitian mendalam dengan dua informan kunci di Rumah BUMN Jakarta, ditemukan bahwa persepsi karyawan terhadap media sosial sangat positif dan strategis dalam mendukung pelaksanaan tugas serta pencapaian kinerja organisasi. Media sosial tidak lagi dipandang sebagai sarana hiburan semata, melainkan sebagai bagian yang melekat dalam sistem kerja harian yang efektif dan adaptif. Yang telah dipaparkan sebelumnya, persepsi karyawan Rumah BUMN Jakarta terhadap penggunaan media sosial menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Media sosial dipandang bukan sekadar alat bantu komunikasi, melainkan sebagai media utama dalam mendukung pelaksanaan tugas, promosi program, dan menjalin hubungan strategis dengan UMKM binaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Kartini and Andalia 2022) yang menyebutkan bahwa media sosial meningkatkan produktivitas kerja generasi milenial, terutama bila didukung dengan lingkungan kerja yang adaptif.

Sebagian besar informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa media sosial sangat membantu dalam mendukung efektivitas kerja harian, terutama dalam penyebaran informasi secara cepat, promosi kegiatan, dan pelaporan digital. Pandangan ini diperkuat oleh pernyataan dari Ananda Putri, yang mengatakan bahwa penyebaran informasi pelatihan kepada UMKM dapat dilakukan dengan lebih cepat melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai penguat sistem komunikasi digital organisasi.

Dengan demikian, persepsi karyawan terhadap penggunaan media sosial di Rumah BUMN Jakarta dapat dikategorikan sebagai konstruktif dan strategis, yakni melihat media sosial sebagai sarana produktif yang harus tetap dikelola secara profesional dan etis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Rumah BUMN Jakarta, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi, promosi, koordinasi, serta inovasi kerja. Karyawan memanfaatkan media sosial untuk mempercepat penyebaran informasi kepada UMKM, memperkuat kolaborasi, serta mendukung produktivitas kerja. Namun demikian, media sosial juga dapat menimbulkan dampak negatif apabila digunakan tanpa pengawasan, seperti mengganggu fokus kerja atau menimbulkan penyalahgunaan informasi. Faktor-faktor seperti literasi digital dan ketiadaan kebijakan internal menjadi penentu apakah penggunaan media sosial berdampak positif atau negatif terhadap kinerja karyawan.

DAFTAR REFERENSI

- APJII. 2023. Survei Penetrasi Internet Penggunaan Dan Perilaku Internet.
- Carter, Emily. 2024. "The Impact Of Communication Strategies On Employee Engagement: A Comprehensive Review." *Journal of Organizational Culture Communications and Conflict* 28(S2):1–3.
- Esto, Eliseus; H, Maimunah; Ilyas;. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 3, 2.
- Hardani. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryono, Eko. 2023. "Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam." *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies* 13:1–6.
- Kartini, Yuni, and Andalia. 2022. Pengaruh Media Sosial Terhadap Produktivitas Kerja Generasi Millenial Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderating Pada Karyawan PT Semen Tonasa TBK . Kab . Pangkep. *YUME : Journal of Management* 5(3):556–67.
- Kementrian PPN / Bappenas. (2020). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024.
- Marisya, Fitria. 2022. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Al Bilad Tour And Travel, Sumatra Selatan. *MAMEN: Jurnal Manajemen* 1(4):553–62.
- Mukarim, N. (2021). Pengaruh Komunikasi internal Terhadap Kinerja Karyawan Pt JBA Indonesia Pekanbaru. *Pengaruh komunikasi Internal*, 21.
- Nurhidayat, Moch, Muhammad Rizki Maulidan, and Asfaq Ubayuka. 2022. Pemanfaatan Digital Marketing. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin* 4:102–13.
- Riyanto, A., & Putri, D. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2, 115 -128.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, Hery Derajad, and Diky Firdaus. 2024. Dampak Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Perusahaan Start-Up. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research* 4(6):8033–43.