

## Komunikasi Organisasi dalam Proses Rekrutmen Karyawan pada Perusahaan Startup Qoala

Carolin Pynkan Sipayung<sup>1</sup>, Sinta Paramita<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: carolin.9151590190@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: sintap@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

---

### **Abstract**

*Recruitment is a process carried out to select/sort out prospective employees of a company. This process has the goal of screening human resources in accordance with the vision and mission of the company. In order for the recruitment process to run smoothly, every company needs to choose and establish the right way of communication. Therefore, it is necessary to examine more deeply regarding the communication patterns that occur in the recruitment process at PT Anchor Technology Digital (Qoala). The methods used for data collection in this study were interviews, participatory observation, literature study and documentation. The research results obtained show that in the recruitment process there is a flow of organizational communication, namely the flow of communication from the top down, the flow of communication from the bottom up, the flow of horizontal communication and the flow of diagonal communication between Talent Acquisition, Users and Hiring Managers. Then it was found that the communication patterns used in the recruitment process at PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) were wheel patterns for Talent Acquisition, Users and Hiring Managers, and chain patterns for candidates.*

**Keywords:** *communication patterns, organizational communication, recruitment*

### **Abstrak**

Rekrutmen merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menyeleksi/memilah kandidat calon karyawan suatu perusahaan. Proses ini memiliki tujuan untuk menyaring sumber daya manusia yang sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan. Agar proses rekrutmen berjalan dengan lancar, maka setiap perusahaan perlu memilih dan menetapkan cara komunikasi yang tepat. Oleh karena itu perlu diteliti lebih dalam terkait pola komunikasi yang terjadi dalam proses rekrutmen pada PT Anchor Teknologi Digital (Qoala). Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi partisipatif, studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa dalam proses rekrutmen terjadi aliran komunikasi organisasi yaitu aliran komunikasi dari atas ke bawah, aliran komunikasi dari bawah ke atas, aliran komunikasi horizontal dan aliran komunikasi diagonal antara Talent Acquisition, User dan Hiring Manager. Kemudian ditemukan bahwa pola komunikasi yang digunakan dalam proses rekrutmen di PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) adalah pola roda bagi *Talent Acquisition, User dan Hiring Manager*, dan pola rantai bagi kandidat.

**Kata Kunci:** komunikasi organisasi, pola komunikasi, rekrutmen

## 1. Pendahuluan

Manusia terhubung dan berinteraksi serta bertukar informasi dan ide melalui komunikasi. Komunikasi berperan penting dalam suatu interaksi sosial, sehingga berpengaruh di dunia kerja. Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam sebuah organisasi, karena suatu organisasi dapat dikatakan berhasil dalam mencapai tujuannya tidak hanya berlandaskan pada permasalahan finansial yang mencukupi, adanya fasilitas penunjang, tetapi sangat bergantung terhadap komunikasi yang dipakai oleh manajemen perusahaan untuk menjalin hubungan antara orang-orang yang berperan penting dalam perusahaan (Indriyanti, 2020). Komunikasi merupakan suatu peranan yang sangat penting dalam interaksi sosial, sehingga berpengaruh pula dalam dunia kerja (Bahri, 2018). Dalam dunia pekerjaan, komunikasi dilaksanakan antara atasan dan bawahan, karyawan dan pelanggan (*client*) maupun perusahaan dengan calon tenaga kerja atau yang dikenal dengan proses rekrutmen dan seleksi. Untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai maka perlunya kerja sama yang baik antara seorang rekruter dengan calon karyawan. Di antaranya melalui proses komunikasi yang baik dalam tahapan rekrutmen. Diperlukan proses komunikasi agar terjadi keterbukaan dan kerja sama yang baik supaya tujuan perusahaan dan calon karyawan tersebut dapat tercapai. Dalam proses interaksi antara seorang rekruter dan calon karyawan, dibutuhkan komponen – komponen pendukung seperti sumber, pesan, saluran, penerima, respons, gangguan, dan konteks komunikasi.

Setiap tahun, jumlah angka pencari kerja semakin bertambah. Badan Pusat Statistik (BPS) mendapati jumlah pencari kerja yang terdaftar di Indonesia pada tahun 2021 adalah sebanyak 2.737.799 jiwa. Tak hanya jumlah pencari kerja saja yang bertambah, perusahaan-perusahaan dengan inovasi baru terus bermunculan di era teknologi ini. Perusahaan startup PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) merupakan perusahaan yang bergerak di industri insurance technology (*insurtech*). Berdiri sejak 2018, PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) telah berkembang dengan sangat pesat. Pada penghujung tahun 2022, PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) berhasil menjadi satu - satunya perusahaan *insurtech* dari Indonesia yang menempati peringkat ke-45 dalam daftar *The Insurtech 100 2022* dan menargetkan pertumbuhan tiga kali lipat pada tahun ini (Al Faruq, 2022). Perkembangan produk dan bisnis yang sedang dilakukan perusahaan membuat kebutuhan karyawan terus meningkat. Hal tersebut membawa dampak pada bidang rekrutmen di perusahaan untuk dapat merekrut calon karyawan yang terbaik dengan cepat. Namun, sedikitnya ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas dan sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan membuat proses rekrutmen terhambat.

Keith Davis menjelaskan yang dikutip oleh Muhammad Arni (2014) bahwa tidak ada organisasi yang berlangsung tanpa adanya komunikasi. Penyelarasan kerja yang diharapkan, kerja sama antara atasan dan bawahan yang baik tidak akan terjadi jika individu – individu tersebut tidak saling berkomunikasi tentang keinginan, kebutuhan dan perasaan satu sama lain. Karakteristik suatu organisasi mengacu pada bagaimana seorang individu bertindak dan berperan di semua bentuk organisasi. Dalam aktivitas sehari-hari pada organisasi orang dipekerjakan, dilatih dan dididik, diinformasikan, dilindungi dan dikembangkan. Maka, perilaku organisasi dapat dikatakan sebagai perilaku orang-orang di dalam suatu organisasi. (Indriyanti, 2020)

Dapat diartikan bahwa komunikasi organisasi adalah komunikasi yang harus dijalin dalam sebuah organisasi baik dari pihak pimpinan hingga pihak staf biasa sekalipun. Adapun tujuan dari komunikasi organisasi ini adalah demi kelancaran

fungsi masing-masing bagian dalam organisasi tersebut dalam melakukan fungsinya masing-masing. Sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjalin dalam komunikasi organisasi adalah hubungan yang saling mengandalkan dan berkaitan satu dengan yang lain.

Menurut Arni Muhammad dalam (Laili, 2019) komunikasi organisasi menjalankan empat fungsi utama. Keempat fungsi tersebut yaitu:

- 1) **Fungsi Informatif**, organisasi didefinisikan sebagai suatu sistem pengolahan informasi yang setiap anggota organisasi harus dapat memberikan dan menerima informasi secara tepat agar dapat menjalankan fungsinya masing-masing dengan lancar.
- 2) **Fungsi Regulatif**, mengacu pada aturan dan kebijakan yang digunakan dalam organisasi.
- 3) **Fungsi Persuasif**, persuasi adalah cara lain untuk memberi perintah. Sebagian besar pemimpin organisasi lebih suka menggunakan metode persuasif daripada laporan langsung. Ini karena diyakini bahwa jika seseorang memilih metode yang lebih lembut atau lembut, mereka akan lebih menghargai tugas yang diberikan kepadanya.
- 4) **Fungsi Integratif**, mengacu pada penyediaan saluran melalui mana setiap anggota organisasi dapat melakukan tugas dan fungsinya dengan baik.

Menurut Gibs dan Hotgetts dalam (Napitupulu, 2019), sebuah organisasi memiliki aliran - aliran komunikasi yang dibagi menjadi 4 yaitu aliran komunikasi ke bawah, aliran komunikasi ke atas, aliran komunikasi horizontal, dan aliran komunikasi diagonal. (Utami & Xiang, 2022)

### **Komunikasi dari Atas ke Bawah**

Alur dari komunikasi yang dijelaskan dalam komunikasi dari atas ke bawah adalah bentuk praktik komunikasi yang dilakukan dalam sistem pimpinan sebagai pihak atasan terhadap karyawan atau staf sebagai pihak bawahan. Adapun alur komunikasi yang mengutamakan posisi ini bertujuan untuk memberikan arahan yang jelas serta mengatur dalam bentuk pengendalian dan koordinasi dari pihak atasan tersebut terhadap pihak bawahannya. Contoh dari arah komunikasi ini sering kali berbentuk perintah baik itu dalam instruksi maupun peraturan yang dijelaskan untuk diterapkan oleh bawahannya.

### **Komunikasi dari Bawah ke Atas**

Untuk pengertian arah komunikasi yang berasal dari bawah ke atas memiliki perbedaan yang dapat dengan mudah di pahami dari komunikasi dari atas ke bawah. Adapun pengertiannya dapat lebih mudah dipahami yaitu tingkat hierarki yang menggambarkan posisi yang paling bawah dalam sebuah organisasi yaitu staf biasa yang kemudian memiliki komunikasi terhadap tingkat hirarki tertinggi dalam sebuah organisasi yaitu atasannya. Bentuk praktik dari arah komunikasi ini dapat kita temui dalam contoh komunikasi yang dihasilkan oleh seorang komunikator yang menjadi staf biasa dan mengirim pesan terhadap atasannya.

### **Komunikasi Horizontal**

Komunikasi horizontal memiliki banyak peran dan tanggung jawab dalam operasi organisasi. Peran komunikasi ini bertujuan untuk mengatur serta mengkoordinasikan berbagai peranan organisasi agar hubungan organisasi berjalan dengan baik dan efektif. Komunikasi horizontal berfokus pada penyajian informasi

kepada pihak - pihak yang berada pada *level* yang sama/ sederajat guna menghindari duplikasi tugas dalam organisasi (Laili, 2019).

### **Komunikasi Diagonal**

Tidak hanya komunikasi sesama divisi yang dapat terjalin dalam sebuah organisasi. Ada arah komunikasi yang disebut sebagai komunikasi diagonal yang menjelaskan komunikasi yang dilakukan oleh anggota organisasi dalam ruang lingkup yang lebih luas yaitu antar divisi yang ada. Komunikasi ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dari suatu divisi untuk diketahui divisi lain yang membutuhkan informasi tersebut. Ini adalah cara untuk mempermudah unit kerja lain dalam organisasi tersebut untuk mendapatkan informasi secara langsung dari luar unit kerjanya sendiri, ini juga dapat mempermudah dalam proses penyebaran informasi dalam organisasi tersebut.

Pada umumnya terdapat lima pola atau struktur komunikasi dalam organisasi, yaitu sebagai berikut (Indriyanti, 2020):

#### **1) Pola Rantai**

Jika individu A hendak berkomunikasi dengan individu E, maka individu A wajib berkomunikasi melalui individu B, C, dan D terlebih dahulu dengan cara berurutan. Begitu pula jika individu E hendak berkomunikasi dengan individu A wajib melalui individu D, C dan B. Maka individu A tidak dapat berkomunikasi secara langsung dengan individu E.

#### **2) Pola Lingkaran**

Anggota yang harus dilalui individu A dipersingkat karena sekarang bisa berkomunikasi secara langsung dengan individu E tanpa harus melalui perantara individu B, C dan D terlebih dahulu. Begitu juga jika individu A ingin berkomunikasi dengan individu D cukup melalui individu B, C atau E.

#### **3) Pola Roda**

Jika individu E ingin berkomunikasi dengan individu D, ia cukup melalui individu A. Demikian pula untuk anggota lainnya dari kelompok tersebut, cukup mengabaikan A agar dapat berkomunikasi kepada anggota yang lain.

#### **4) Pola Y**

Anggota di posisi sentral atau pusat dapat menerima dan mengirim pesan dari dua anggota lainnya. Pada saat yang sama, tiga anggota lainnya dapat berkomunikasi hanya dengan satu anggota.

#### **5) Pola Saluran Total**

Pola komunikasi saluran total mempermudah komunikasi yang terjadi diantara anggota - anggota kelompok. Setiap anggota tanpa perantara dapat dengan langsung berkomunikasi dengan anggota lainnya.

Rekrutmen menurut Sudiro adalah serangkaian kegiatan untuk mendapatkan dan memikat (*attract*) pencari kerja dengan motivasi, keahlian, kemampuan serta ilmu yang diperlukan untuk mengisi suatu posisi yang telah ditentukan dalam perencanaan tenaga kerja. (Dwihatmojo et al., 2016). Menurut Samsudin dalam menyatakan pelaksanaan merupakan pekerjaan yang sangat penting, krusial, dan membutuhkan tanggung jawab yang besar (Loali, 2019). Berikut langkah-langkah umum dalam melaksanakan rekrutmen, yaitu mengidentifikasi posisi yang tersedia atau lowong, mencari informasi posisi melalui uraian pekerjaan, mengidentifikasi calon karyawan (kandidat) yang tepat dan sesuai, memilih metode promosi rekrutmen yang sesuai, mengundang calon yang diyakini memenuhi persyaratan untuk wawancara, menyaring

atau menyeleksi calon karyawan (kandidat), membuat surat penawaran kerja, dan mempekerjakan lalu karyawan mulai bekerja.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Studi kasus adalah strategi penelitian yang mengharuskan seorang peneliti dengan hati-hati memeriksa kegiatan atau aktivitas, kejadian, proses, atau sekelompok individu. Waktu serta aktivitas membatasi kasus dan peneliti mengumpulkan informasi selengkap - lengkapnya dengan berbagai metode pengumpulan berdasarkan waktu (Sari, 2022).

Subyek dari penelitian ini adalah kandidat yang pernah mengikuti proses rekrutmen di Qoala, Talent Acquisition Qoala, User dan Hiring Manager di Qoala. Objek dari penelitian ini adalah proses rekrutmen yang terjadi di PT Anchor Teknologi Digital (Qoala). Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi yaitu observasi partisipatif, studi kepustakaan serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah teknik reduksi data, Teknik penyajian data, perbandingan serta menarik kesimpulan.

## **3. Hasil Temuan dan Diskusi**

Hubungan manusia dan komunikasi di tempat kerja adalah salah hal mendasar yang mempengaruhi kelancaran bisnis. Demikian pula, komunikasi berperan dalam menciptakan hubungan antara karyawan dengan departemen yang berbeda – beda (internal) dan pihak eksternal seperti klien maupun calon karyawan di tempat kerja. Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang berlangsung pada suatu organisasi yang terjadi dari pihak pimpinan hingga pihak staf biasa sekalipun. Dalam organisasi bisnis, pelatihan dan rekrutmen karyawan, hubungan karyawan, pemasaran dan penjualan, pelaporan kepada manajemen dan kepada pemegang saham merupakan suatu hal yang penting dilakukan dalam bisnis dan hal-hal tersebut sangat membutuhkan komunikasi, terutama komunikasi organisasi.

Tujuan utama dalam perekrutan terletak pada sumber dan kandidat yang memenuhi persyaratan perusahaan, namun prosesnya sendiri membutuhkan pengetahuan yang luas tentang cara berinteraksi dan bereaksi terhadap prosedur yang sedang berlangsung. Tanpa kejelasan pesan, semua tindakan rekrutmen akan mengakibatkan para pihak tidak mau bekerja sama lebih lanjut. Ini memungkinkan setiap orang untuk memahami situasi dan mengambil langkah menuju komunikasi yang jelas, menghindari interaksi yang membingungkan dan menjengkelkan di masa mendatang. Untuk menghilangkan ketidakpastian dalam proses yang sedang berlangsung, komunikasi memungkinkan para rekruter atau perusahaan menemukan kandidat yang tepat.

### **Alur atau Tahapan Proses Rekrutmen di PT Achor Teknologi Digital**

Alur suatu proses rekrutmen di setiap perusahaan berbeda-beda. Berikut alur proses rekrutmen di PT Anchor Technolog Digital (Qoala).

**Gambar 1.** Alur/Tahapan Proses Rekrutmen



Sumber: Dokumentasi Peneliti

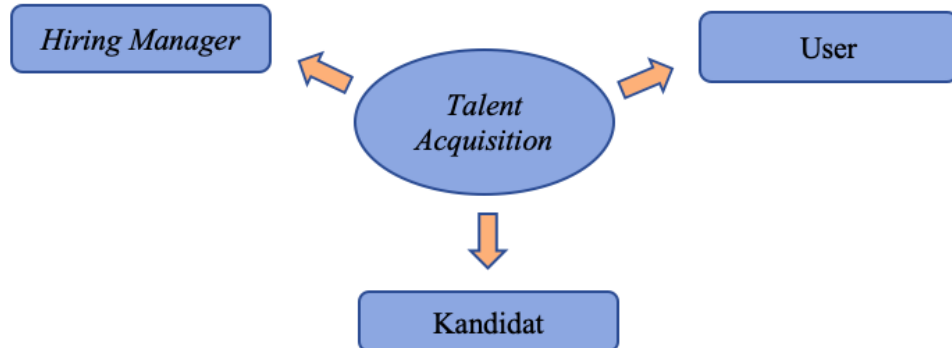
- 1) Menentukan MPP atau *Manpower Planning* untuk menetapkan bahwa jumlah dan bentuk tenaga kerja yang sesuai tersedia di suatu divisi atau departemen dan pada waktu yang tepat sesuai dengan keperluan dalam perusahaan. Pada tahap menentukan MPP, aliran komunikasi yang digunakan adalah aliran komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Para *Hiring Manager* dari divisi yang berbeda-beda bersama dengan tim rekrutmen akan menentukan jumlah dan lowongan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Pada umumnya, proses menentukan MPP dilakukan sekali dalam setahun, namun bisa terjadi lebih dari sekali apabila terjadi kondisi yang tidak terduga seperti saat seorang karyawan mengajukan pengunduran diri.
- 2) Melakukan *alignment call* atau penyesuaian mengenai kualifikasi dan persyaratan yang diinginkan oleh perusahaan untuk menemukan kandidat yang tepat. Aliran komunikasi yang terjadi pada tahapan *alignment call* adalah keempat aliran komunikasi. Seorang yang posisinya lebih tinggi (pada umumnya seorang *Hiring Manager*) berkomunikasi dengan seorang yang posisi/jabatannya lebih rendah dan sebaliknya, serta komunikasi horizontal dan diagonal.
- 3) Mencari kandidat yang tepat dengan melakukan *sourcing* pada profesional platform maupun menggunakan sistem ATS untuk mempermudah menyaring kandidat yang tepat sesuai dengan keinginan perusahaan.
- 4) Menghubungi kandidat untuk bertemu melalui *interview* dengan *Talent Acquisition*, *User*, dan *Hiring Manager* secara *online*. Kemudian mengirimkan *case study* jika dibutuhkan.
- 5) Membuat *offering call* bagi kandidat yang lolos dari semua tahapan *interview* dan mengirimkan surat penawaran kerja.
- 6) Melaksanakan sesi orientasi atau *onboarding* kepada kandidat yang telah menerima surat penawaran kerja dari perusahaan pada hari pertama ia bekerja.

### **Pola Komunikasi pada Proses Rekrutmen di PT Anchor Teknologi Digital (Qoala)**

Pola komunikasi yang digunakan dalam proses rekrutmen ialah pola roda dan pola rantai. Pola komunikasi roda didapati sebagai pola yang paling tepat jika dibandingkan dengan keempat pola lainnya. Melalui pola roda, *Talent Acquisition* menjadi pusat informasi berada. Segala pihak dapat berkomunikasi dan memperoleh informasi dengan baik melalui perantara *Talent Acquisition*. *Talent Acquisition* harus memastikan bahwa proses rekrutmen berjalan dengan baik dan semua pihak mendapat informasi yang jelas mengenai kelangsungan proses rekrutmen. Jika ingin berkomunikasi dengan kandidat, *Talent Acquisition* dapat menyampaikan informasi yang hendak disampaikan kepada kandidat melalui *Talent Acquisition* agar informasi

yang disampaikan tidak tumpang tindih. Pola komunikasi roda terjadi dengan pihak perusahaan yaitu, *Talent Acquisition*, *User* dan *Hiring Manager*.

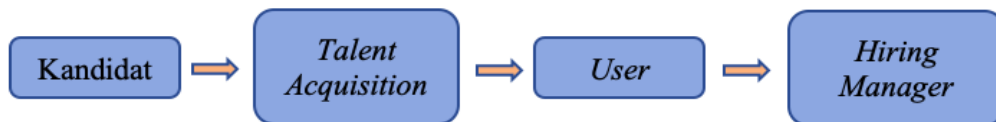
**Gambar 2.** Pola Rantai pada Proses Rekrutmen



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sedangkan pola komunikasi rantai, terjadi dari sudut pandang kandidat. Dikarenakan, seorang kandidat tidak dapat berkomunikasi kepada *Hiring Manager* tanpa melewati *User* dan *Talent Acquisition*. Kandidat tidak dapat pula berkomunikasi dengan *User* jika tidak melalui *Talent Acquisition*. Untuk memperoleh informasi - informasi mengenai proses rekrutmen, kandidat hanya dapat memperolehnya melalui *Talent Acquisition*.

**Gambar 3.** Pola Roda pada Proses Rekrutmen



Sumber: Dokumentasi Peneliti

#### 4. Simpulan

Proses rekrutmen pada PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) sebagai obyek pada penelitian ini memenuhi keempat aliran komunikasi organisasi yang adalah aliran komunikasi atas ke bawah, aliran komunikasi bawah ke atas, aliran komunikasi horizontal dan aliran komunikasi diagonal.

Pola Komunikasi dalam proses rekrutmen di PT Anchor Teknologi Digital (Qoala) merupakan pola komunikasi roda dan pola komunikasi rantai. *Talent Acquisition* sebagai pusat informasi berperan besar dalam menyampaikan informasi dan berhubungan dengan semua anggota atau pihak yang terlibat dalam proses rekrutmen. Pola komunikasi roda dan rantai dinilai efektif dalam melaksanakan proses rekrutmen di PT Anchor Teknologi Digital (Qoala).

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## 6. Daftar Pustaka

- Bahri, A. N. (2018). Peran Komunikasi Antar Pribadi Pada Lingkungan Kerja Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama (JISA)*, 1(1), 128–142. <https://doi.org/10.30829/JISA.V1I1.1780>
- Dwihatmojo, S., Nelwan, O. S., Ch Kawet, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2016). Rekrutmen, Pelatihan Dan Pembagian Kerja Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Jati Jaya Meubel Amurang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 120–129. <https://doi.org/10.35794/EMBA.4.1.2016.11569>
- Faruq, N. S. A. (2022, November 19). Startup Insurtech Qoala Targetkan Pertumbuhan 5 Kali Lipat. *Bisnis*. Diakses dari <https://finansial.bisnis.com/read/20221119/215/1599934/startup-insurtech-qoala-targetkan-pertumbuhan-5-kali-lipat>
- Indriyanti. (2020). *Pola Komunikasi Organisasi Di Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar).
- Laili, N. (2019). *Pola Komunikasi Organisasi Antara Atasan Dan Bawahan Di PT. Dwikarya Prasetya Nusantara Surabaya*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel).
- Laoli, M. V. (2019). *Pengaruh Proses Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Artindo Megah Steel Medan*. (Skripsi, Universitas Quality).
- Sari, W. P. (2022). *Riset Komunikasi* (1st Ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Utami, L. S. S., & Xiang, C. F. (2022). Aktivitas Komunikasi Organisasi Sebagai Upaya Keberhasilan Implementasi Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *Koneksi*, 6(2), 226–235. <https://doi.org/10.24912/KN.V6I2.15551>