

Analisis Peran Keterampilan Komunikasi dalam Keberhasilan Wawancara Kerja

Rida Raodatul Janah¹, Krisdayanti², Amelia Mega Maharani³, Nur Asep Saepulloh⁴,
Suwandi⁵

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa^{1,2,3,4,5}

*Email:

ridaraudatulz@gmail.com¹, krisdayantiku@gmail.com², ameliamm89@gmail.com³,
nurasepsaepulloh@gmail.com⁴, suwandi@pelitabangsa.ac.id⁵

Sejarah Artikel:

Diterima 05-06-2025
Disetujui 06-06-2025
Diterbitkan 08-06-2025

ABSTRACT

Job interviews are a crucial part of the recruitment process that determines a candidate's eligibility to join a company. Among the various elements that influence the outcome of an interview, communication skills emerge as one of the main factors. This article aims to investigate in depth the function of communication skills, both verbal and non-verbal, in the success of a job interview. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection through a literature review and conversations with human resource practitioners and job seekers. The findings of this study indicate that the ability to communicate effectively can increase the interviewer's positive view of the candidate, clarify the delivery of experience and expertise, and strengthen personal image. Candidates who have good communication skills tend to have a higher chance of succeeding in a job interview. In improving communication skills, it is important to remember that practice and experience are very important. Therefore, practice your communication skills every day to increase your chances of success in a job interview. Know yourself and your strengths, show confidence and enthusiasm, give short and precise answers, and do not forget ethics and politeness. By preparing effective communication skills, you can increase your chances of success in a job interview and achieve your career goals.

Keywords : *communication skills, job interviews, verbal communication, non-verbal communication, personal branding*

ABSTRAK

Wawancara kerja merupakan bagian krusial dalam proses perekrutan yang menentukan kelayakan seorang kandidat untuk bergabung dengan sebuah perusahaan. Di antara berbagai elemen yang mempengaruhi hasil wawancara, kemampuan berkomunikasi muncul sebagai salah satu faktor utama. Artikel ini bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam fungsi keterampilan komunikasi, baik yang bersifat verbal maupun non-verbal, dalam keberhasilan wawancara kerja. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui tinjauan literatur dan perbincangan dengan praktisi sumber daya manusia serta pencari kerja. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif mampu meningkatkan pandangan positif pewawancara terhadap calon, memperjelas penyampaian pengalaman dan keahlian, serta memperkuat citra pribadi. Calon yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik cenderung memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk berhasil dalam wawancara kerja. Dalam meningkatkan keterampilan

komunikasi, perlu diingat bahwa latihan dan pengalaman sangatlah penting. Oleh karena itu, latihlah keterampilan komunikasi Anda sehari-hari untuk meningkatkan kesempatan sukses dalam wawancara melamar pekerjaan. Kenali diri Anda sendiri dan kelebihan Anda, tunjukkan kepercayaan diri dan antusiasme, berikan jawaban yang singkat dan tepat, serta jangan melupakan etika dan kesopanan. Dengan mempersiapkan keterampilan komunikasi yang efektif, Anda dapat meningkatkan kesempatan sukses dalam wawancara melamar pekerjaan dan mencapai tujuan karir Anda.

Kata Kunci: keterampilan komunikasi, wawancara kerja, komunikasi verbal, komunikasi non-verbal, personal branding

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Rida Raodatul Janah, Krisdayanti, Amelia Mega Maharani, Nur Asep Saepulloh, & Suwandi. (2025). Analisis Peran Keterampilan Komunikasi dalam Keberhasilan Wawancara Kerja. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 833-840. <https://doi.org/10.63822/p43ab263>

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kerja yang semakin kompetitif menuntut para pencari kerja untuk tidak hanya memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja yang baik, tetapi juga kemampuan untuk mempresentasikan diri secara efektif. Wawancara kerja menjadi momen penting bagi kandidat untuk menunjukkan nilai dirinya kepada calon pemberi kerja. Dalam konteks ini, keterampilan komunikasi menjadi aspek vital yang dapat menentukan diterima atau tidaknya seorang kandidat. Penelitian ini mengangkat pentingnya keterampilan komunikasi dalam proses wawancara kerja dan bagaimana kemampuan ini dapat menjadi faktor penentu kesuksesan seorang kandidat.

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pikiran dari satu pihak kepada pihak lain melalui berbagai saluran, baik secara lisan, tulisan, maupun non verbal (Effendy, 2013). Komunikasi efektif memerlukan beberapa elemen penting, seperti pengirim pesan, penerima pesan, pesan itu sendiri, saluran komunikasi dan umpanbalik (Beebe & Masterson, 2012). Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Dalam komunikasi, kejelasan, kesabaran, dan empati sangat penting untuk mencapai kesepakatan dan membangun hubungan yang harmonis.

Komunikasi efektif adalah kunci membuka pintu hubungan yang harmonis dan produktif. Untuk mencapainya, kita harus memahami lawan bicara dan menyesuaikan gaya komunikasi. Gunakan bahasa yang jelas, sederhana dan bebas dari istilah teknis yang tidak perlu (Goleman, 2013). Kontak mata yang tepat, postur tubuh yang santai, dan ekspresi wajah yang ramah juga sangat penting untuk membangun kepercayaan.

Mendengarkan aktif adalah kunci kedua. Berikan kesempatan lawan bicara untuk berbicara tanpa mengganggu dan berikan umpan balik yang konstruktif (Beebe & Masterson, 2012). Kesabaran dan empati juga sangat penting dalam berkomunikasi. Jangan lupa untuk memperhatikan bahasa nonverbal seperti gerakan tangan dan ekspresi wajah.

Dalam berkomunikasi, konteks dan budaya juga sangat penting. Perhatikan perbedaan bahasa, adat istiadat, dan nilai-nilai yang berbeda (Hall, 1976). Dengan memahami konteks dan budaya, komunikasi dapat lebih efektif dan menghindari kesalahpahaman. Selain itu, penting untuk menghindari prasangka dan stereotip yang dapat mengganggu komunikasi.

Untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, latihlah diri Anda dengan berlatih berbicara di depan cermin, merekam percakapan, dan meminta umpan balik dari teman atau keluarga. Dengan demikian, Anda dapat meningkatkan kesadaran diri dan memperbaiki keterampilan komunikasi.

Di era digital ini, komunikasi juga dapat dilakukan melalui media sosial dan email. Pastikan Anda memahami etika komunikasi online dan menghindari kesalahan berbahasa yang dapat menimbulkan kesalahpahaman. Menyiapkan keterampilan komunikasi yang efektif sangat penting saat melamar pekerjaan, terutama dalam wawancara. Hal ini dapat menentukan kesan pertama dan keberhasilan dalam mendapatkan pekerjaan impian (Robbins & Judge, 2013). Keterampilan komunikasi yang baik meliputi kemampuan berbicara, mendengarkan dan memahami bahasa non verbal.

Persiapan sebelum wawancara merupakan kunci kesuksesan. Pelajari perusahaan dan posisi yang dilamar untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka. Buatlah daftar pertanyaan yang mungkin diajukan dan latihlah jawaban Anda. Pastikan Anda juga memahami bahasa tubuh yang tepat, seperti kontak mata, senyum, dan postur tubuh yang baik (Goleman, 2013).

Selama wawancara, berikan perhatian penuh pada pewawancara dan tunjukkan minat pada perusahaan. Gunakan bahasa yang jelas dan sopan, serta hindari kesalahan berbicara. Berikan contoh

spesifik dari pengalaman Anda yang relevan dengan pekerjaan tersebut (Beebe & Masterson, 2012). Jangan lupa untuk mendengarkan aktif dan membalas pertanyaan dengan percayadiri.

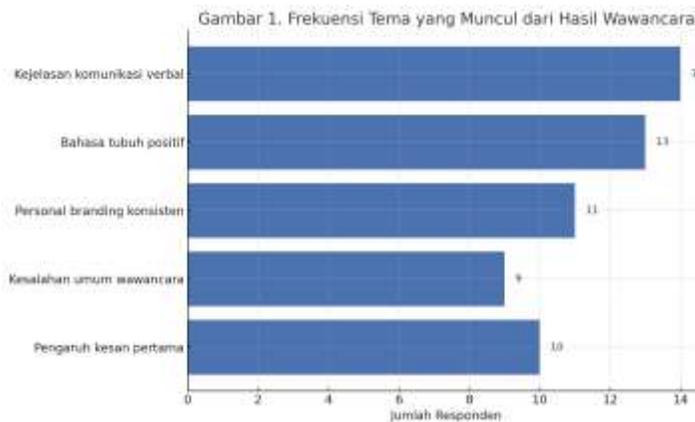
Setelah wawancara, kirimkan surat berterima kasih atau email untuk menunjukkan penghargaan dan minat Anda pada pekerjaan tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kesan positif dan membuka peluang untuk proses selanjutnya (Hiam, 2012). Selain itu, mempertimbangkan untuk mengikuti pelatihan atau kursus komunikasi untuk meningkatkan kemampuan Anda.

Dalam meningkatkan keterampilan komunikasi, perlu diingat bahwa latihan dan pengalaman sangatlah penting. Oleh karena itu, latihlah keterampilan komunikasi Anda sehari-hari untuk meningkatkan kesempatan sukses dalam wawancara melamar pekerjaan. Kenali diri Anda sendiri dan kelebihan Anda, tunjukkan kepercayaan diri dan antusiasme, berikan jawaban yang singkat dan tepat, serta jangan melupakan etika dan kesopanan. Dengan mempersiapkan keterampilan komunikasi yang efektif, Anda dapat meningkatkan kesempatan sukses dalam wawancara melamar pekerjaan dan mencapai tujuan karir Anda.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang mengadopsi pendekatan kualitatif. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filosofi post positivisme, digunakan untuk menyelidiki objek dalam kondisi alami, yang berbeda dengan eksperimen. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, dan pemilihan sumber data dilakukan secara purposif serta menggunakan teknik Snowball. Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif, serta hasil dari penelitian ini lebih menekankan pada makna ketimbang generalisasi. Menurut Moleong (2014:6), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Pendekatan penelitian ini menggunakan cara kualitatif untuk menginginkan data yang diperoleh dari responden dan informan utama, baik secara lisan maupun perilaku mereka yang nyata. Data tersebut diteliti dan dianalisis sebagai keseluruhan dalam kualitatif dengan fokus pada kualitas data. Oleh sebab itu, teknik pengumpulan data sering melibatkan wawancara yang berkelanjutan dan observasi langsung. Penelitian ini akan menyajikan data yang terkumpul dalam bentuk dokumen dan informasi terkini yang dapat mengungkapkan keberhasilan usaha dan berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana mempertahankan usaha tersebut, dengan hasil penelitian yang menghasilkan analisis deskriptif berbasis kata-kata.

Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara semi-terstruktur. Wawancara dilakukan terhadap 6 praktisi HRD dari berbagai perusahaan di sektor swasta serta 10 kandidat kerja dari berbagai latar belakang. Data dianalisis dengan metode tematik untuk mengidentifikasi pola-pola umum dalam peran keterampilan komunikasi terhadap hasil wawancara.



Analisis:

1. Kejelasan komunikasi verbal menjadi tema paling dominan. Ini menunjukkan bahwa kemampuan menyampaikan informasi secara jelas adalah indikator utama keberhasilan dalam wawancara menurut responden.
2. Bahasa tubuh positif menempati posisi kedua, menegaskan pentingnya komunikasi non-verbal seperti kontak mata, postur tubuh, dan ekspresi wajah dalam membentuk kesan pertama yang kuat.
3. Personal branding yang konsisten diakui sebagai nilai tambah dalam menyampaikan karakter profesional secara autentik.
4. Pengaruh kesan pertama memperlihatkan bahwa menit-menit awal wawancara sangat menentukan persepsi pewawancara.
5. Kesalahan umum wawancara seperti penggunaan bahasa informal, kurang persiapan, atau tidak mengontrol intonasi dapat menghambat performa kandidat.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Komunikasi Verbal dan Non-verbal Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan katakata, baik itu secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia, untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Komunikasi menggunakan kode verbal yaitu melalui komunikasi secara langsung dan efektif. Komunikasi itu disampaikan dari komunikan kepada komunikator atau penerima pesan, dalam proses komunikasi ini menggunakan bahasa. Dalam proses berkomunikasi, bahasa dan perilaku sering kali tidak dapat bekerjasama dalam meyampaikan pesan dan karenanya terdapat teori tanda nonverbal dan teori tanda verbal. Komunikasi nonverbal merupakan elemen penting dalam tradisi semiotika.. Menurut Randal Harrison (Morissan, 2013:140) komunikasi non verbal telah digunakan pada berbagai peristiwa sehingga malah membingungkan. Tanda nonverbal digunakan mulai dari interaksi manusia hingga wilayah hewan. Dari ekspresi wajah hingga gerakan otot. Dari perasaan didalam diri yang tidak dapat diungkapkan hingga bangunan monumen sebagai bentuk simbol dari suatu negara. Kode nonverbal adalah perilaku yang digunakan untuk menyampaikan makna. Apa yang ingin disampaikan oleh pelaku komunikasi dapat diperjelas dengan menggunakan tanda-tanda, misalnya pada saat orang tidak menghendaki suatu hal dapat memberikan simbol dengan cara menggelengkan kepala. Manusia berkomunikasi menggunakan kode verbal dan nonverbal. Kode nonverbal disebut isyarat atau bahasa diam (silent language). Melalui

komunikasi nonverbal kita bisa mengetahui suasana emosional seseorang, apakah ia sedang bahagia, marah, bingung, atau sedih. Kesan awal kita mengenal seseorang sering didasarkan pada perilaku nonverbalnya, yang mendorong kita untuk mengenal lebih jauh. Komunikasi nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Pesan-pesan nonverbal sangat berpengaruh terhadap komunikasi. Pesan atau simbol-simbol nonverbal sangat sulit untuk ditafsirkan dari pada simbol verbal. Bahasa verbal seialur dengan bahasa nonverbal, contoh ketika kita mengatakan “ya” pasti kepala kita mengangguk. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan. Komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai dari pada komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal meliputi semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri seperti bagaimana kita mengucapkan kata-kata (volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan bendabenda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel). Sebuah studi yang dilakukan Albert Mehrabian (1971) yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7% berasal dari bahasa verbal, 38% dari vocal suara, dan 55% dari ekspresi muka. Ia juga menambahkan bahwa jika terjadi pertentangan antara apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya, orang lain cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonverbal.

Teori Kompetensi Komunikasi Spitzberg dan Cupach (1984) menyatakan bahwa kompetensi komunikasi terdiri dari tiga komponen utama: motivasi (keinginan untuk berkomunikasi), pengetahuan (pemahaman tentang bagaimana berkomunikasi), dan keterampilan (kemampuan untuk menyampaikan pesan secara efektif). Kompetensi komunikasi adalah tingkat keterampilan penyampaian pesan oleh seorang ke orang lain untuk memberitahu dan mengubah sikap. Pendapat atau perilaku secara keseluruhan baik secara langsung dengan lisan maupun tidak langsung (Budi dalam Purwanto, 2008) Kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif”. Kemampuan ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (konteks) dalam mempengaruhi kandungan (content) dan bentuk pesan komunikasi. Misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu tetapi mungkin tidak layak bagi pendengar dan lingkungan yang lain (Devito: 2011).

Model Personal Branding dalam Wawancara Personal branding adalah cara seseorang mempresentasikan dirinya secara konsisten kepada pihak luar, termasuk dalam wawancara kerja. Komunikasi menjadi alat utama dalam membangun citra diri yang profesional dan meyakinkan (Montoya & Vandehey, 2002). Jeff Bezos (2019), mengatakan “Your brand is what people say about you when you’re not in the room,” secara sederhana personal branding dapat dipahami tentang bagaimana seseorang mempresentasikan diri kepada orang lain, bagaimana seseorang ingin terlihat dan dikenal oleh orang lain sehingga membuatnya terlihat unik dan berbeda dari yang lain. Personal branding merupakan sebuah kegiatan yang dapat mengontrol cara pandang atau persepsi orang lain terhadap diri seseorang, sehingga dengan melakukan personal branding maka seseorang dapat mempengaruhi pandangan orang lain terhadap dirinya sesuai dengan kehendaknya. Personal branding adalah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, seperti kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai dan bagaimana semua itu menciptakan persepsi positif dari masyarakat yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Membentuk personal branding memerlukan persepsi yang dapat mempengaruhi pandangan orang secara efektif (Haroen, 2014). Peter Montoya (2002) dalam bukunya yang berjudul *The Personal Branding Phenomenon* menyatakan bahwa personal branding adalah tentang menciptakan identitas yang ditampilkan ke publik untuk diri sendiri sebagai sebuah project bisnis. Branding adalah sebuah hal yang sangat penting, karena branding menciptakan hubungan emosional dari seseorang kepada khalayak yang

ingin disasar. Melalui personal branding seseorang dapat menilai dan mempertimbangkan apakah mereka layak mendapatkan pekerjaan, mengukur kredibilitas, opini dan ide yang dimunculkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal yang efektif mencerminkan kemampuan kandidat dalam menyampaikan informasi dengan jelas, logis, dan meyakinkan. Kandidat yang mampu menjawab pertanyaan dengan struktur yang baik, menggunakan bahasa profesional, serta menghindari filler words seperti "hmm", "kayak", atau "gitu", cenderung dinilai lebih kompeten. Pewawancara menyatakan bahwa jawaban yang fokus dan relevan memudahkan mereka untuk menilai kesesuaian kandidat dengan posisi yang dilamar.

Peran Komunikasi Non-verbal

Komunikasi non-verbal seperti kontak mata, postur tubuh tegak, senyuman, dan gestur tangan yang terbuka memberikan sinyal kepercayaan diri dan keterbukaan. Beberapa HRD mengungkapkan bahwa kesan pertama mereka terhadap kandidat seringkali terbentuk hanya dalam beberapa detik pertama berdasarkan penampilan dan bahasa tubuh. Kandidat yang menunjukkan sikap tertutup (menyilangkan tangan, menghindari tatapan mata) cenderung dianggap kurang percaya diri atau tidak antusias.

Membangun Personal Branding melalui Komunikasi

Komunikasi yang efektif membantu kandidat membangun personal branding yang kuat. Melalui cara bicara, pemilihan kata, dan sikap profesional selama wawancara, kandidat dapat menunjukkan nilai unik yang dimilikinya. Personal branding yang konsisten antara isi jawaban dan sikap non-verbal memperkuat kesan positif di mata pewawancara. Misalnya, kandidat yang menyampaikan bahwa dirinya adalah pribadi yang terbuka dan kolaboratif, dan menunjukkan hal tersebut melalui senyuman dan sikap ramah, akan dinilai lebih autentik dan meyakinkan.

Hambatan dan Kesalahan Umum

Beberapa hambatan komunikasi yang sering ditemukan antara lain penggunaan bahasa yang terlalu informal, kurangnya persiapan dalam menjawab pertanyaan umum, serta kesulitan dalam mengatur intonasi suara dan kecepatan bicara. Kesalahan umum ini dapat memperlemah kesan profesionalisme kandidat, meskipun mereka memiliki latar belakang teknis yang baik.

KESIMPULAN

Keterampilan komunikasi merupakan faktor penting yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dalam wawancara kerja. Baik komunikasi verbal maupun non-verbal berperan dalam membentuk persepsi pewawancara terhadap kandidat. Kandidat yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, menunjukkan kepercayaan diri, serta membangun personal branding yang positif memiliki peluang lebih besar untuk diterima bekerja.

SARAN

Para pencari kerja disarankan untuk melatih keterampilan komunikasi mereka secara rutin, baik melalui simulasi wawancara, pelatihan public speaking, maupun evaluasi mandiri. Perusahaan juga perlu memberikan pelatihan kepada pewawancara untuk menghindari bias dalam menilai kemampuan komunikasi kandidat.

DAFTAR PUSTAKA

- Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Wadsworth.
- Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1984). *Interpersonal Communication Competence*. Sage Publications.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. McGraw-Hill.
- McCarthy, J., & Goffin, R. D. (2019). How job applicants can improve their interview performance: Insights from the science of impression management. *Journal of Organizational Behavior*, 40(5), 682–694.
- Roulin, N., & Levashina, J. (2016). LinkedIn as a new selection method: Psychometric properties and assessment of fit. *Personnel Psychology*, 69(3), 567–597.
- Derous, E., & De Fruyt, F. (2016). Developing a competency-based interview format to assess multicultural personality. *International Journal of Selection and Assessment*, 24(2), 176–190.
- Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Wadsworth.
- Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1984). *Interpersonal Communication Competence*. Sage Publications.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. McGraw-Hill.