



Raising job seekers' awareness on non-verbal self-branding in job interview

Muhamad Nova✉, Luh Eka Susanti

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia

✉ mnov493@ipb-intl.ac.id

🌐 <https://doi.org/10.31603/ce.6405>

Abstract

In attending an interview, many job seekers did not realize the importance of non-verbal communication to empower their personal and professional branding in job recruitment. The webinar was conducted to discuss the non-verbal communication as a self-branding media in job interview for students, fresh graduate, and public. This webinar aimed at providing basic knowledge on the typical of non-verbal communication which empower the quality of self-branding, including body language, gestures, facial expressions, eye contact, smiles, and the selection of business attire. This webinar was attended by 47 participants. The webinar unravels several body languages and business attires that could support the job seekers' personal branding. This webinar could help the participants in attending the interview and increasing their motivation to apply for a job.

Keywords: *Non-verbal; Job seekers; Self branding; Job interview*

Meningkatkan peningkatan kesadaran para pencari kerja terhadap non-verbal self-branding dalam wawancara kerja

Abstrak

Dalam mengikuti wawancara, masih banyak terdapat para pencari kerja yang belum wawas diri akan pentingnya komunikasi non-verbal guna menunjang kualitas diri dan kepribadian yang profesional dalam perekrutan kerja. Pelaksana menyelenggarakan kegiatan webinar tentang komunikasi non-verbal sebagai media *self-branding* dalam wawancara kerja bagi para mahasiswa, alumni, dan umum. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar terkait jenis-jenis komunikasi non-verbal yang dapat menunjang kualitas diri pencari kerja, dengan pembahasan khusus terkait ragam bahasa tubuh, seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, tatapan, dan senyuman, serta gaya berpakaian yang rapi dan sesuai dengan bidang yang akan dilamar. Kegiatan ini dihadiri oleh 47 peserta secara virtual. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran para peserta webinar terkait komunikasi non-verbal yang mencakup ragam bahasa tubuh dan gaya berpakaian dalam mengikuti wawancara. Diharapkan, webinar ini dapat membantu para pencari kerja untuk membentuk persiapan yang lebih matang dalam mengikuti wawancara, serta meningkatkan motivasi para pencari kerja untuk melamar kerja.

Kata Kunci: Non-verbal; Pencari kerja; *Self branding*; Wawancara kerja

1. Pendahuluan

Memiliki sebuah pekerjaan yang sesuai dengan minat dan bakat menjadi tujuan utama para pencari kerja. Banyak dari para pencari kerja telah berupaya dalam mempersiapkan diri mereka untuk dapat menjadi bagian dari sebuah perusahaan atau lembaga yang dapat menawarkan pekerjaan kepada mereka. Melalui media cetak, seperti koran, majalah, dan surat kabar, dan media digital, seperti media sosial, televisi, dan radio, para pencari kerja mengumpulkan informasi terkait lowongan pekerjaan dan persyaratan untuk dapat melamar pekerjaan. Persiapan pemberkasan yang matang serta ilmu dan pengalaman yang memadai tentunya belum cukup untuk dapat memenuhi ekspektasi para pemberi kerja (Oktivera & Wirawan, 2020). Sehingga, banyak perusahaan atau lembaga mengadakan kegiatan wawancara untuk mengkonfirmasi informasi yang telah diberikan oleh para pencari kerja, dan mendalami kepribadian para pencari kerja (El Akmal et al., 2020). Dalam melakukan wawancara, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh para pencari kerja. Wawancara dilaksanakan untuk menilai kesiapan para pencari kerja. Penilaian dalam wawancara dievaluasi dari konten yang diungkapkan oleh para pencari kerja. Konten wawancara tersebut terdiri dari pengenalan diri, pengalaman kerja, latar belakang pendidikan, keterampilan, dan kepribadian (Hermawati, Susilawati, & Widayarsi, 2017). Sebagai seorang pencari kerja, konten yang disuguhkan bertujuan untuk dapat menarik minat pemberi kerja untuk menerima dan merekrut mereka. Akan tetapi, ada sebuah aspek lain yang memengaruhi hasil perekrutan yang masih jarang diketahui oleh para pencari kerja, yaitu dari sisi non-verbal.

Non-verbal merupakan gaya komunikasi antar pembicara dimana tidak menggunakan bahasa lisan maupun tulis (Valentina & Sari, 2019). Komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi non-verbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi non-verbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi non-verbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi non-verbal lebih bersifat jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan (Kusumawati, 2016). Gaya komunikasi ini identik dengan ragam bahasa tubuh, seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, tatapan, dan senyuman, serta gaya berpakaian yang rapi dan sesuai dengan bidang yang akan dilamar. Meskipun tidak berkontribusi secara dominan, komunikasi non-verbal ini dipercaya dapat menunjukkan sikap (*attitude*) para pencari kerja melalui identifikasi pada gerak-gerik yang condong mengartikan rasa tidak nyaman, gugup, takut, dan cemas. Oleh karenanya, penting bagi para pencari kerja untuk mengetahui jenis-jenis komunikasi non-verbal yang dapat digunakan dalam mengikuti wawancara perekrutan kerja.

Oleh karena itu, tim pelaksana melaksanakan sebuah kegiatan webinar yang bekerja sama dengan REDY Indonesia dan program studi DIII Perhotelan Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional untuk membahas komunikasi non-verbal sebagai media *self-branding* dalam wawancara kerja. REDY Indonesia merupakan *platform online* dengan fitur media sosial, *job-posting*, rekrutmen, *e-learning*, dan *matchmaking* antara para pencari kerja dengan perusahaan yang mencari tenaga kerja. REDY menjadi tempat para pencari kerja melakukan tes dasar untuk bekerja dan menampilkan profil diri serta video pengenalan yang memudahkan perusahaan menilai dan memilih dirinya. Webinar ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pencari kerja akan

pentingnya komunikasi non-verbal untuk menunjang kualitas diri dan kepribadian yang profesional.

2. Metode

Kegiatan webinar yang bertajuk non-verbal *self-branding* ini dilaksanakan melalui kerja sama IPB Internasional bersama pihak REDY Indonesia. Webinar non-verbal *self branding* ini diselenggarakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan diadakan secara daring dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting* pada tanggal 30 Juni 2021 pukul 14.00 – 15.00 WITA. Peserta yang bergabung dalam webinar ini berjumlah 47 orang dengan latar belakang mahasiswa, alumni DIII Perhotelan, dan umum.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penyelenggaraan kegiatan webinar non-verbal *self branding*, tim pelaksana IPB Internasional bekerja sama dengan pihak REDY Indonesia melaksanakan kegiatan webinar melalui tiga tahap, yaitu publikasi kegiatan, pemaparan materi, dan diskusi dan tanya jawab.

3.1. Publikasi kegiatan

Kegiatan webinar non-verbal *self-branding* ini merupakan bentuk kerja sama IPB Internasional dan REDY Indonesia. Sebelum kegiatan berlangsung, tim pelaksana dan REDY Indonesia mempersiapkan publikasi yang dapat mengundang peserta untuk ikut serta dalam kegiatan webinar ini. Tim pelaksana dan REDY Indonesia mengundang beberapa instansi dan perguruan tinggi untuk mengirimkan perwakilan mahasiswa guna mengikuti kegiatan webinar. Di samping itu, tim pelaksana dan REDY Indonesia juga menggunakan media sosial sebagai media untuk publikasi dikarenakan banyak para pencari kerja menggunakan aplikasi media sosial mereka untuk mencari kerja (Gambar 1).



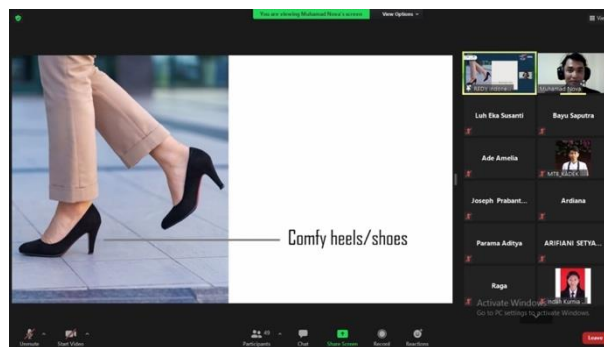
Gambar 1. Pamflet kegiatan webinar

3.2. Pemaparan materi

Kegiatan webinar yang bertajuk non-verbal *self-branding* ini membahas dua komponen utama dalam non-verbal *communication* di dalam wawancara kerja, yakni ragam bahasa tubuh dan gaya berpakaian yang rapi dan sesuai dengan bidang yang akan dilamar. Pemaparan materi terkait ragam bahasa tubuh dan gaya berpakaian

dilaksanakan selama 40 menit. Dalam memaparkan materi, tim pelaksana menggunakan media salindia untuk mempermudah para peserta dalam memahami materi yang disampaikan terlihat seperti [Gambar 2](#). Materi disampaikan dengan memberikan pengetahuan dasar terkait ragam bahasa tubuh dan gaya berpakaian, serta beberapa contoh penggunaan ragam bahasa tubuh dan gaya berpakaian yang sesuai dengan pekerjaan yang akan dilamar.

Gaya komunikasi non-verbal merupakan salah satu faktor yang menjadi penentu direkrutnya para pencari kerja. Gaya komunikasi non-verbal ini mencakup beberapa aspek, yaitu ekspresi wajah (*facial expressions*), postur tubuh (*postures*), dan gerakan tangan (*hand movements*). Di sisi lain, penampilan para pencari kerja juga menjadi nilai tambah yang dapat menunjang sikap dan profesionalitas para pencari kerja. Dalam ranah wawancara, ada beberapa aspek yang perlu dipahami para pencari kerja dalam berpakaian, yaitu gaya rambut dan rias wajah (*hair and make-up*), pakaian (*top and bottom*), alas kaki (*shoes and heels*), dan perhiasan dan aksesoris (*accessories*).



[Gambar 2](#). Pemaparan materi oleh narasumber

3.3. Diskusi dan tanya jawab

Guna meningkatkan pemahaman para peserta webinar, tim pelaksana kegiatan juga mengadakan kegiatan diskusi dan tanya jawab yang dimoderatori oleh perwakilan REDY Indonesia seperti terlihat pada [Gambar 3](#). Kegiatan diskusi dan tanya jawab ini berlangsung selama 10 menit. Dalam kegiatan diskusi dan tanya jawab, para peserta cukup antusias dalam mengemukakan pertanyaan mereka. Terdapat empat buah pertanyaan yang disampaikan oleh para peserta, yang mencakup pemilihan warna baju (*top*) yang baik, penggunaan jeans dalam mengikuti wawancara, keberadaan tato pada sisi terbuka seperti tangan dan leher, dan penggunaan parfum saat wawancara. Keempat pertanyaan tersebut kemudian dijawab dan dibahas oleh narasumber



[Gambar 3](#). Cuplikan diskusi dan tanya jawab

4. Kesimpulan

Kesadaran akan pentingnya non-verbal *self branding* perlu dimiliki oleh para pencari kerja. Dengan diadakannya kegiatan webinar ini, para peserta mendapatkan pengetahuan dasar terkait dengan ragam bahasa tubuh dan gaya berpakaian yang dapat menunjang sikap dan profesionalitas mereka dalam wawancara. Antusiasme dari peserta saat mengikuti sesi diskusi dan tanya jawab menunjukkan adanya rasa ingin tahu yang tinggi dari para pencari untuk memperdalam pengetahuan mereka terkait dengan penggunaan non-verbal *communication* dalam meningkatkan *self branding*. Oleh karenanya, para peserta webinar ini dapat meningkatkan kepercayaan dirinya dalam mengikuti wawancara pekerjaan dan dapat mempersiapkan diri lebih matang untuk melamar kerja.

Acknowledgement

Puji syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa yang melindungi civitas akademika IPB Internasional dan REDY Indonesia, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilaksanakan sesuai dengan perencanaan serta mendapatkan respons dan berdampak baik terhadap semua pihak. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor IPB Internasional beserta seluruh jajarannya serta Ketua Yayasan Dharma Widya Ulangun yang menaungi kampus IPB Internasional. Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua LPPM IPB Internasional atas masukan serta saran sebelum dan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh elemen pendukung kegiatan ini, terutama kepada pihak REDY Indonesia yang turut memberikan sumbangsih terhadap pelaksanaan webinar ini.

Daftar Pustaka

- El Akmal, M., Sirait, C., Agrifina Sinaga, T., Ulina, F., Restiani, D., & Sari, N. (2020). Gambaran Perilaku Faking Pada Kegiatan Wawancara Kerja. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 18(1), 20–29.
- Hermawati, P., Susilawati, I. R., & Widyasari, S. D. (2017). Bias Wawancara: Perbedaan Teknik Wawancara (Situational dan Behavioral) dalam Hal Penilaian Wawancara Kerja. *Mediapsi*, 3(1), 17–25. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2017.003.01.3>
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2).
- Oktivera, E., & Wirawan, F. A. W. (2020). Program Peningkatan Kemampuan Komunikasi dalam Menghadapi Wawancara Kerja. *Jurnal Karya Untuk Masyarakat*, 1(1), 43–49.
- Valentina, E., & Sari, W. P. (2019). Studi Komunikasi Verbal dan Non Verbal Game Mobile Legends: Bang Bang. *Koneksi*, 2(2), 300. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3899>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
