BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi Internal merupakan hubungan pertukaran pesan dan penyampaian informasi di dalam suatu perusahaan atau organisasi. Kegiatan dalam proses komunikasi ini bertujuan agar seluruh bagian internal perusahaan seperti manajer, anggota staf, dan tim di berbagai tingkatan dapat berinteraksi untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Hubungan tersebut dapat memastikan bahwa tugas dilakukan dengan benar sesuai dengan arahan, dengan bekerjasama secara baik maka dapat mencapai tujuan sesuai dengan rencana yang telah di tentukan.

Komunikasi internal bertujuan mendorong kerja sama tim, melakukan pemecahan masalah, dan hubungan kerja yang positif, hal tersebut diupayakan oleh pihak internal dalam perusahaan atau organisasi dengan meningkatkan motivasi dalam bekerja. Upaya yang dilakukan secara terstruktur tentunya akan menciptakan lingkup kerja yang kondusif dan nyaman serta dapat mempermudah pencapaian tujuan organisasi.

Aktivitas komunikasi internal terjalin dengan dilakukannya pertukaran gagasan melalui struktur organisasi yang dibangun agar seluruh bagian dari organisasi dapat memberikan kontribusi yang baik dalam menjalin pertukaran informasi. Kegiatan komunikasi internal saat ini tentunya berkaitan dengan proses komunikasi yang dilakukan oleh seluruh organisasi/perusahaan salah satunya pada tempat makan Sambal Wiwitan. Perkembangan industri kuliner diseluruh Indonesia mempunyai peningkatan yang signifikan, dengan munculnya berbagai macam

tempat makanan dan minuman baru menjadi nilai grafik yang meningkat dengan kontribusi masyarakat pada sektor ini dengan adanya daya saing antar perusahaan yang kompetitif. Salah satu tempat makan yang baru beberapa tahun kebelakang sudah membuka beberapa cabang di daerah bekasi yaitu Sambal Wiwitan, tempat makan ini sangat menarik perhatian para konsumen dengan cita rasa khas Indonesia dengan cita rasa pedas dengan menaungkan konsep tempat makan sunda. Hampir 3 tahun Sambal Wiwitan telah berdiri dan meski tergolong baru, tempat makan Sambal Wiwitan dapat berhasil berkembang dengan baik mengikuti majunya tempat makan disekelilingnya dan telah membuka 4 cabang di wilayah bekasi dalam waktu yang singkat.

Konsep yang dibuat oleh Sambal Wiwitan sangat menarik perhatian publik terhadap pendekatan yang inovatif dalam menggabungkan cita rasa dan suasana tradisional dengan sentuhan modern, dengan menonjolkan menu berbagai macam varian sambal sebagai elemen utama dalam setiap menu, Sambal Wiwitan berhasil bersaing di sektor industry kuliner yang sedang marak saat ini dengan membangun branding produk yang kuat. Perusahaan membangun konsep produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen, melalui berbagai tahap membangun nama hingga menyebarkan konsep produk menggunakan berbagai *platform* media sosial sebagai sarana komunikasi untuk pemasaran, keunikan dari konsep tempat makan yang diberikan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen pecinta sambal, dan tempat makan ini dapat dikunjungi oleh semua kalangan usia, karena dengan mengusung tempat makan tradisional dapat menjadi pilihan yang relevan terhadap pilihan berbagai tempat makan lainnya untuk para konsumen.

Sambal Wiwitan telah meningkatkan berkembang yang relatif cepat, selain konsep dan cita rasa yang diberikan namun peran dari pelayanan cukup dapat berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan respon dari masyarakat, pelayanan ini menjadi komunikasi utama yang harus memenuhi keinginan dan ekspektasi konsumen. Salah satu aspek penting yang dapat mendukung suatu komunikasi dapat berjalan yaitu dari intruksi atau arahan yang di kepalai oleh manajemen internal, maka dari itu branding yang sudah dibangun diharapkan tidak merubah kepercayaan masyarakat terhadap produk ataupun kualitas dari sistem kinerja karyawan yang ada. Pemilihan dan mempertahankan karyawan yang kompeten bukan hanya untuk berkontribusi pada sistem operasional perusahaan (SOP) namun juga harus dapat meningkatkan kredibilitas dari Sambal Wiwitan.

Peningkatan komunikasi yang dibangun dapat menjadi salah satu fungsi utama dari melonjaknya minat konsumen terhadap Sambal Wiwitan, di tengah proses bersaingnya bisnis penentuan sumber daya juga dapat menentukan komunikasi dapat berjalan efektif atau tidaknya. Tahap pemilihan calon karyawan dituntut untuk dapat dilakukan secara efisien dan pemilihan dapat sesuai dengan visi serta misi perusahaan. Komunikasi internal antar seluruh elemen perusahaan berperan penting untuk menunjang komunikasi dalam penentuan karyawan yang berkualitas, dengan menciptakan koordinasi yang baik antar bagian, tidak menimbulkan kesalahpahaman, dan dapat mempercepat proses pengambilan keputusan

Komunikasi internal yang terjalin dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi tentunya didasari oleh tujuan yang ingin dicapai dengan terstruktur sesuai dengan visi dan misi perusahaan, hubungan komunikasi internal yang baik dapat

meningkatkan kepercayaan calon karyawan atau karyawan bahwa hal tersebut menjadi suatu asset yang berharga bagi perusahaan.

Kegiatan komunikasi internal dalam perekrutan calon karyawan tentunya perlu memiliki strategi dalam proses pemilihan calon karyawan, dengan tujuan agar dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada calon konsumen serta pengelola. Strategi dilakukan melalui bentuk komunikasi yang jelas, konsisten, dan efektif sebagai syarat untuk membantu mendapatkan para calon karyawan yang berkualitas dan berdedikasi tinggi yang akan bermanfaat untuk memperkuat reputasi Sambal Wiwitan.

Kegiatan komunikasi internal dalam proses rekrutmen karyawan juga perlu dilakukannya evaluasi, hal tersebut sangat penting untuk dilakukan dengan cara mengumpulkan sebuah umpan balik serta menganalisis hasil rekrutmen dari para calon karyawan yang telah melakukan kegiatan wawancara pada kegiatan rekrutmen ini. Kelemahan serta kekuatan yang diberikan dari hasil jawaban para calon karyawan dapat di jadikan catatan dalam proses strategi komunikasi internal yang akan terjalin kedepannya, sehingga Sambal Wiwitan dapat menarik para calon karyawan yang kompeten dan dapat bekerja sama dengan baik apabila terjalinnya hubungan komunikasi internal yang efektif.

Evaluasi yang telah didapatkan, maka dapat dilakukannya perubahan yang signifikan terhadap hasil yang didapatkan, dengan melakukan pengelolaan dan sistem kinerja yang terstruktur tentunya perubahan akan terlihat. Hubungan komunikasi internal sangat berperan aktif dalam proses evaluasi, dengan memastikan bahwa semua pihak yang dapat terlibat dalam proses evaluasi

mendapatkan informasi dan arahan yang jelas. Proses evaluasi dapat mengidentifikasi berbagai masalah baru yang dapat di selesaikan dengan baik, maka tantangan tersebut diperlukan komunikasi internal secara dua arah agar dapat mengambil sebuah tindakan dan keputusan yang tepat dalam penyelesaian masalah.

Hasil data pra penelitian, dalam meningkatkan nilai jual dalam tempat makan ini dibentuk dari penilaian konsumen terhadap pelayanan serta konsep yang disajikan, untuk membentuk *branding* masyarakat dilakukannya komunikasi yang dapat memberikan dampak terhadap operasional perusahaan. Peran dari media sosial juga dari berbagai *influencer food vlogger* dari berbagai *platform* juga sangat membantu dengan menarik konsumen untuk datang ke Sambal Wiwitan, selain itu penilaian yang diberikan konsumen di *google review* dapat meningkatkan penjualan. Maka dari itu, dengan banyaknya minat konsumen untuk mengunjungi tempat makan Sambal Wiwitan, bentuk komunikasi internal perlu diperhatikan dan dijaga dengan baik agar pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat diterapkan dengan baik, bahkan hingga adanya minat dari konsumen untuk menjadi calon karyawan dan menjadi bagian dari Sambal Wiwitan, hal tersebut dapat meningkatkan ketertarikan dan loyalitas para calon karyawan terhadap Sambal Wiwitan.

Informasi komunikasi yang dilakukan dalam pembukaan lowongan pekerjaan tentunya harus dilakukan diberbagai saluran informasi media, seperti jobstreet, Kitalulus, Pintarnya, atau sosial media portal job. Strategi komunikasi yang terjalin dalam perusahaan tentunya akan menentukan visibilitas dalam pembukaan

lowongan pekerjaan dan dapat menggait calon karyawan yang berkualitas dan berkompeten sesuai dengan kriteria perusahaan.

Berdasarkan hasil data pra penelitian, kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan tentunya hasil dari evaluasi komunikasi internal yang terjalin, maka pemilihan calon karyawan tentunya harus memiliki kriteria yang telah di tetapkan sesuai dengan usia, keahlian, domisili dan gender dari setiap calon karyawan. Penilaian manual dalam rekrutmen tersebut belum tetap, dikarenakan harus memenuhi standar hasil dari penilaian training yang dilakukan selama kurang lebih satu bulan yang akan dilakukan oleh setiap calon karyawan yang telah lolos tahap seleksi di Sambal Wiwitan.

Data yang didapatkan dari hasil pra penelitian ini merupakan data yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan yang lebih mendalam mengenai komunikasi internal yang efektif dan dapat meningkatkan bentuk kualitas rekrutmen perusahaan. Kegiatan pencarian data ini didasari oleh keingin tahuan penulis terhadap rekrutmen karyawan dalam meningkatkan kredibilitas dengan terjalinnya komunikasi internal, hal tersebut didasari dengan daya tarik penulis dalam menikmati menu-menu yang ada di Sambal Wiwitan, hal tersebut menjadi minat penulis ingin memperdalam pencarian data mengenai daya tarik Sambal Wiwitan yang selalu diriview oleh berbagai *food volger* mengenai menu utamanya yaitu sambal. Komunikasi internal yang diteliti ini tentunya dapat memberikan strategi atau rekomendasi menenai pengoptimalan proses rekrutmen calon karyawan Sambal Wiwian yang akan meningkatkan keberhasilan dalam jangka panjang.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan pada Strategi Komunikasi Internal dalam Proses Rekrutmen Karyawan di Sambal Wiwitan. Penelitian ini difokuskan guna membahas penelitian lebih dalam dengan mengajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi internal pada komunikasi vertikal dalam proses rekrutmen di Sambal Wiwitan?
2. Bagaimana strategi komunikasi internal pada komunikasi horizontal dalam proses rekrutmen di Sambal Wiwitan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian telah yang dijabarkan di atas dengan beberapa pertanyaan mengenai penelitian, maka didapatkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi komunikasi internal pada komunikasi vertikal dalam proses rekrutmen di Sambal Wiwitan.
2. Mengetahui strategi komunikasi internal pada komunikasi horizontal dalam proses rekrutmen di Sambal Wiwitan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Data keseluruhan dari hasil penelitian ini memiliki kegunaan akademis yang dapat meningkatkan pengembangan sistem komunikasi internal yang terstruktur. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait strategi komunikasi internal dalam proses rekrutmen karyawan di Sambal Wiwitan melalui teori komunikasi internal dengan berlandaskan komunikasi vertikal, dan horizontal. Hasil penelitian ini difokuskan untuk dapat memperkaya literatur mengenai komunikasi dalam pengorganisasian di sektor kuliner.

Komunikasi internal yang dilakukan Sambal Wiwitan bisa menjadi panduan bagi perusahaan atau tempat kuliner lainnya dalam menerapkan strategi rekrutmen dalam pelaksanaan proses terjadinya komunikasi internal. Panduan yang dapat diterapkan yaitu bisa dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen, dengan tujuan untuk menerapkan komunikasi yang baik dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas karyawan sehingga penelitian ini dapat relevan terhadap konteks pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa pengaruh positif terhadap strategi komunikasi dalam proses rekrutmen kepada calon karyawan. Karyawan yang dapat menerapkan komunikasi yang baik dan efektif tentunya dapat meningkatkan kredibilitas nama perusahaan atau suatu badan usaha.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini mampu memberikan gambaran kepada praktisi untuk terjun langsung ke lapangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan serta evaluasi untuk para pekerja terutama dalam bidang kuliner dalam menerapkan strategi komunikasi internal yang efektif. Praktisi dapat mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat menunjang proses tersebut yang menunjukkan kepada keberhasilan maupun kegagalan strategi komunikasi internal yang terjalin.

Kegiatan rekrutmen karyawan dalam Sambal Wiwitan mempunyai standar kualifikasi dalam pemilihan calon karyawan yang berkompeten. Kualifikasi tersebut tentunya menjadi dasar utama dalam menunjang kuantitas dari tempat makan Sambal Wiwitan itu sendiri.

Penulis berharap penelitian ini juga dapat meningkatkan inovasi perusahaan lain dalam kegiatan proses rekrutmen karyawan, setelah mengidentifikasi kinerja strategi komunikasi internal kepada pengelola dan karyawan tentunya menjadi dasar yang dapat dijadikan strategi komunikasi yang sukses bagi para calon karyawan, setelah meningkatkan strategi komunikasi yang efektif maka Sambal Wiwitan dapat mengeksplorasi pendekatan terhadap karyawan secara kreatif dan tentunya efisien agar dapat meningkatkan daya saing pasar.

Strategi komunikasi internal dalam rekrutmen tentunya mempunyai berbagai tahapan yang menunjang dalam pemilihan calon karyawan, oleh karena itu dilakukannya tahap identifikasi komunikasi yang terjalin dengan bertujuan untuk mendasari strategi yang akan digunakan dalam rekrutmen karyawan, tahapan

selanjutnya dilakukannya pengorganisasian yang terstruktur guna pada saat pelaksanaan rekrutmen dapat berjalan sesuai dengan tahapan, dan dilakukannya pengawasan dalam kegiatan tersebut agar struktur yang telah dibuat dapat dilaksanakan sesuai dengan perencanaan.

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Sambal Wiwitan ataupun perusahaan lain khususnya dalam bidang industri kuliner untuk tetap meningkatkan mutu dan standar kualitas produk maupun kuantitas karyawan terhadap konsumen yang menjadi sasaran utama dalam penjualan produk. Produk yang diperjualkan tentunya harus mempunyai standar kualitas yang terbaik untuk para konsumen agar para konsumen tetap *repeat order* produk yang di jual dari Sambal Wiwitan.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan dasar dari penelitian dan diperlukan adanya teori untuk memperoleh pemahaman mengenai hubungan atau keterkaitan antara penelitian dengan fenomena yang sedang diteliti, landasan teoritis merupakan kerangka kerja untuk memahami ide, model, serta konsep terkait dengan subjek yang dibahas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan yang lebih luas mengenai komunikasi internal dalam proses rekrutmen karyawan dengan mengidentifikasi dan menjadikan garis besar dari hasil teori yang digunakan. Grunig (1984) menjelaskan, komunikasi yang efektif dapat memperkuat hubungan antara organisasi dan publiknya, termasuk calon karyawan. Meningkatkan strategi

komunikasi tentunya harus sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai, maka dari itu landasan teoritis ini menjelaskan tentang konsep yang akan dibuat menggunakan latar belakang yang berkaitan dengan objek dari penelitian.

Penelitian ini menggunakan konsep yang relevan dan sesuai dengan kajian peneliti pada saat ini adalah konteks konsep Komunikasi Internal yang dikembangkan oleh, Katz & Kahn (1970) dengan elemen Vertikal, dan Horizontal. Konsep dari Komunikasi Internal memiliki 2 elemen yang menjadi dasar dari penelitian ini, yaitu:

1. Komunikasi Vertikal (atas ke bawah – bawah ke atas)

Komunikasi terjalin melalui atas ke bawah (*down ward communication*) dan bawah ke atas (*upward communication*) yang dimana komunikasi dilakukan melalui pimpinan kepada anggota dan juga dari anggota ke pimpinan dengan adanya *feedback* atau timbal balik (*two way traffic communication*) (Suwatno, 2018). Komunikasi secara vertikal memiliki peran utama yang sentral dalam terjalinnya komunikasi dalam suatu organisasi, hubungan komunikasi dimulai melalui pimpinan kepada anggota tentunya sangat dibutuhkan untuk merelevansikan suatu perencanaan yang menjadi sebuah tujuan dari organisasi, komunikasi berjalan intens dan juga terstruktur maka kecil kemungkinan akan terjadinya *miss communication* atau kesalah pahaman pada pesan yang diberikan pimpinan.

2. Komunikasi Horizontal (Mendatar)

Komunikasi yang terjalin antara para anggota kesesama anggota lainnya ataupun karyawan lainnya. Komunikasi mendatar ini terjadi saat pemberian

informasi tidak mengandung unsur perintah dalam isi pesan yang di sampaikan Rusdiana (2021), dalam komunikasi ini juga bersifat tidak formal maka dari itu sesama karyawan dapat menciptakan keakraban satu sama lain. Kegiatan komunikasi horizontal terjadi ketika tidak dalam jam kerja sehingga dapat membangun interaksi yang hangat didalamnya

1.5.2 Kerangka Konseptual

1. Strategi

Strategi merupakan sebuah tahapan rencana yang mempunyai struktur tersendiri bagi perusahaan atau organisasi, strategi bertujuan untuk mencapai rencana yang telah di tetapkan sedemikian rupa guna mengatasi masalah yang ada di kemudian hari. Strategi dibuat sebagai panduan utama dalam menghadapi tantangan dan dapat bersifat fleksibel agar struktur yang dibuat dapat diubah apabila menghadapi perubahan dalam kondisi dan situasi.

Tujuan dibuatnya strategi untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi pada saat masalah atau tantangan muncul, Mintzberg (1987) menjelaskan, strategi merupakan sebuah pola dalam rencana yang mengintegrasikan tujuan utama dari organisasi dan kebijakan terstruktur serta tindakan secara kohesif. Strategi tersebut dirancang untuk dapat memastikan sumber daya organisasi diimplementasikan secara efektif untuk menghadapi tantangan lingkungan dan mencapai tujuan jangka panjang.

2. Komunikasi Internal

Komunikasi Internal merupakan sebuah proses dalam menciptakan hubungan antara berbagai pihak internal, seperti pengelola yaitu pihak manajemen,

karyawan, dan divisi lainnya, merupakan tujuan utama dari proses komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan. Tujuan dari komunikasi ini yaitu dapat mencapai visibilitas perusahaan dalam penerimaan informasi internal.

Komunikasi internal juga bertujuan sebagai suatu hubungan yang dapat melakukan pemecahan masalah, Katz & Kahn (1978) menjelaskan bahwa komunikasi internal merupakan sarana untuk memastikan kelancaran operasional organisasi dengan menciptakan aliran informasi yang efisien di antara berbagai komponen internal. Menekankan pentingnya komunikasi dalam mendukung koordinasi, motivasi, dan pengambilan keputusan di dalam organisasi. Hubungan tersebut tentunya sangat penting dalam menjaga stabilitas perusahaan.

Komunikasi internal tentunya dapat meningkatkan dukungan dari pihak internal dalam mengurangi serta menghadapi setiap masalah yang ada, dengan melakukan penerimaan informasi dan masukan secara terbuka melibatkan para pengelola dan karyawan dalam pengambilan suatu keputusan.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada seluruh area Sambal Wiwitan yaitu di Ruko Taman Galaxy, Jl. Taman Galaxy Raya No. 18 Blok H, Jaka Setia, Bekasi Selatan, Ruko D'Java Residence, Kawasan Jababeka 2, Cikarang Bekasi, Ruko Uptown Avenue No. 7, The Hive Waterfront Estates, Lippo Cikarang, Ruko Sentraland Residence II, Jl. Raya Perumnas No. 1 & 2 Blok GA, Sukaluyu, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan sebuah konsep dalam panduan berfikir terhadap suatu fenomena tertentu sebagai landasan dalam menganalisis suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, Creswell (2014) menjelaskan, bahwa paradigma konstruktivisme menekankan pentingnya memahami pandangan subjek penelitian tentang dunia tempat mereka hidup dan bekerja dengan memahami konteks sosial melalui interaksi dengan partisipan. Paradigma ini dapat menjadi instrumen utama untuk mengeksplorasi makna, serta menyoroti pentingnya konteks dan perspektif subjektif dalam proses penelitian.

Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam tentang hubungan komunikasi yang terjalin di antara bagian internal dalam berjalannya proses rekrutmen. Paradigma bertujuan untuk membantu peneliti dalam memahami tempat makan Sambal Wiwitan dapat menyesuaikan strategi komunikasi internal untuk memastikan komunikasi berjalan secara efektif.

Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini berhubungan erat dengan pendekatan kualitatif, karena keduanya menekankan pemahaman mendalam terhadap perspektif subjektif individu. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan menganalisis interaksi sosial dalam lingkup manajemen, karyawan, dan calon karyawan di Sambal Wiwitan. Denzin & Lincoln (2000) menjelaskan, pendekatan kualitatif berfokus pada pemahaman konteks sosial yang kompleks, melalui pengumpulan data yang bersifat naratif atau deskriptif, serta analisis mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam dan menganalisis suatu fenomena yang terjadi, aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh bagian internal dari Sambal Wiwitan tentunya menjadi dasar dalam menganalisis situasi dalam proses rekrutmen calon karyawan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi perspektif subjektif, dalam proses ini setiap individu mempunyai berbagai pandangan mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam proses berlangsungnya rekrutmen.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini mempunyai metode yang mendasari dalam proses pengambilan data, metode yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam melakukan analisis fenomena yang terjadi dalam suatu objek penelitian, tanpa mengutamakan pengujian hipotesis. Metode kualitatif ini merupakan sebuah kerangka dalam pencarian fenomena yang bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam proses pengambilan data (Moleong, 2019).

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menganalisis hasil dari pencarian data mengenai strategi komunikasi internal dalam suatu perusahaan dalam kegiatan rekrutmen karyawan, yang dimana fenomena tersebut berkaitan dengan interaksi yang terjalin secara dua arah dengan tujuan untuk mencapai suatu keinginan. Hubungan komunikasi internal yang telah terjalin di antara pengelola yaitu direktur HRD, HRD, seluruh divisi manajer, karyawan, dan calon karyawan terjadi, proses tersebut dibutuhkannya komunikasi yang terstruktur sesuai dengan kebijakan juga prosedur yang telah ada.

Kegiatan pengambilan data dari penelitian kualitatif ini dihasilkan dengan hasil data deskriptif, yang dimana data diambil melalui pendekatan menyeluruh terkait fenomena yang ada, dengan menganalisis strategi komunikasi internal yang terjalin dalam melakukan mengamatan, dan evaluasi internal yang terjadi dalam proses rekrutmen calon karyawan.

Metode penelitian dalam kegiatan rekrutmen karyawan dalam komunikasi internal yang terjadi dilakukan pencarian data dengan menggunakan kegiatan wawancara serta observasi secara langsung guna untuk mendapatkan data sesuai konstruksi realitas yang ada dalam objek. Penggunaan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami fenomena yang terjadi di lapangan secara mendalam tentang bagaimana tempat makan Sambal Wiwitan dapat mengelola hubungan komunikasi yang baik kepada karyawan dan calon karyawan melalui strategi komunikasi internal.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, jenis ini bersifat deskriptif dan juga merupakan data tidak terukur, dari keseluruhan teknis dalam analisis pencarian data kualitatif yaitu dilakukan dengan metode wawancara serta observasi. Strauss & Corbin (1990) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang dapat menghasilkan suatu temuan yang tidak didapatkan oleh kebijakan statistik. Data dari hasil kualitatif merupakan data yang didapatkan dari fenomena yang terjadi.

Berdasarkan dari hasil penjelasan di atas bahwa data kualitatif dihasilkan dari hasil memahami serta menginterpretasi sebuah fenomena yang berada di lapangan. Penelitian kualitatif ini didasari oleh 2 elemen yang di usung oleh teori komunikasi internal yang di dasari dengan elemen komunikasi vertikal, dan komunikasi horizontal yang di terapkan pada penelitian Strategi Komunikasi Internal dalam Rekrutmen Karyawan di Sambal Wiwitan.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan dalam penelitian Strategi Komunikasi Internal dalam Proses Rekrutmen Karyawan di Sambal Wiwitan dilakukan dengan 2 teknik pengambilan data, yaitu:

1. Data Primer

Sumber dari data primer yang didapatkan langsung dengan upaya yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai fenomena tertentu dan dilakukan dengan teknik wawancara yang dilakukan dengan tanya jawab kepada pihak yang bersangkutan. Kegiatan tersebut juga dibutuhkan teknik observasi secara langsung dalam pengambilan data penelitian, hal tersebut dibutuhkan guna memperdalam informasi yang dibutuhkan untuk laporan penelitian.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui berbagai sumber studi pustaka seperti referensi buku, dalam jurnal ilmiah, artikel, ataupun karya ilmiah yang ada. Sumber tersebut menjadi bahan referensi

peneliti untuk menunjang pembuatan penelitian, hasil dari data sekunder yang dihasilkan merupakan data yang bersifat tambahan.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam proses pengumpulan data merupakan hal utama yang menjadi pusat sumber informasi mengenai objek yang akan diteliti. Penentuan informan dalam pengambilan data dengan dilakukannya wawancara yang mendalam untuk kesempurnaan data yang dibutuhkan, dalam penentuan informan tentunya menjadi sentral dalam tahapan wawancara. Pihak informan ditujukan kepada pihak yang berperan aktif dalam kegiatan yang diteliti, tahap pemilihan informan bertujuan untuk mendapatkan seluruh data yang dibutuhkan oleh peneliti (Heryana & Unggul, 2018). Oleh karena itu pemilihan informan harus tepat terhadap sasaran peneliti. Informan yang dipilih dapat menjawab seluruh pertanyaan menyangkut strategi komunikasi internal dalam proses rekrutmen karyawan di Sambal Wiwitan. Kriteria informan yang dibutuhkan antara lain:

1. Direktur HRD Sambal Wiwitan Bekasi, dijadikan sebagai informan penelitian karena informasi yang perlu di dapatkan mengenai fokus dari penelitian ini berhubungan dengan Direktur HRD dalam penentuan ketetapan suatu kebijakan dalam proses rekrutmen di Sambal Wiwitan.
2. HRD Sambal Wiwitan Bekasi, dijadikan sebagai informan untuk menanyakan seluruh data mengenai proses kegiatan rekrutmen yang dilakukan oleh HRD, dikarenakan jabatan ini yang memegang peran dalam pembuatan project rekrutmen dari tahap awal hingga tahap akhir. Sehingga informasi mengenai komunikasi internal perusahaan dapat diketahui.

3. Manager Area Sambal Wiwitan Bekasi, dijadikan sebagai informan untuk mengetahui proses komunikasi internal ketika tahap rekrutmen dilakukan.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini dilakukan sebagai pengumpulan data dengan data penelitian kualitatif, teknik ini dibuat untuk pemenuhan data yang akan menjadi bahan penelitian, dengan melakukan metode pengamatan data yang didapatkan untuk penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1) Wawancara Mendalam (*in-depth interview*)

Proses dilakukannya wawancara mendalam merupakan tujuan dari pengumpulan data yang bertujuan melengkapi hasil dari penelitian, kegiatan wawancara ini dilakukan dengan sesi tanya jawab secara langsung antara pewawancara dengan informan yang dituju, teknik ini tidak cukup untuk dilakukan hanya satu kali, karena informasi yang didapatkan tentunya belum cukup jelas diterima sepenuhnya oleh peneliti, maka dari itu teknik wawancara ini dapat dilakukan lebih dari satu kali guna mendapatkan informasi yang lebih banyak untuk kebutuhan data penelitian. Karakter dalam wawancara yaitu pengambilan informasi yang bertahap.

2) Observasi Partisipasi Pasif

Observasi merupakan sebuah kemampuan untuk melakukan pengamatan dengan melihat secara langsung objek yang diteliti. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa, observasi partisipasi pasif adalah kegiatan pada saat peneliti hadir di tempat kegiatan, namun tidak ikut serta dalam kegiatan

tersebut. Peneliti tentunya akan mendapatkan pengalaman suasana secara langsung yang tidak didapatkan menggunakan metode lainnya.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data yang digunakan oleh peneliti untuk meneliti hasil strategi komunikasi internal yang terjalin dalam tempat makan Sambal Wiwitan pada proses rekrutmen karyawan menggunakan metode Triangulasi, hal tersebut bertujuan untuk memastikan dan memverifikasi data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber serta metode. Sugiyono (2016) menjelaskan, triangulasi merupakan metode untuk memeriksa keakuratan data dengan menggunakan sumber atau metode lain di luar data tersebut sebagai perbandingan atau pengecekan ulang. Metode ini dapat dilakukan dengan triangulasi sumber, metode, atau waktu.

Teknik yang digunakan dalam tempat makan Sambal Wiwitan ini bertujuan untuk menentukan kebenaran data lebih spesifik dengan melakukan kegiatan wawancara mendalam, dan observasi partisipasi. Kegiatan pengambilan data tentunya didasari dengan konsep komunikasi interal (Vertikal, dan Horizontal) dengan tujuan untuk memastikan data sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Kegiatan teknik dalam analisis data merupakan suatu teknik yang paling strategis dalam dilakukannya penelitian, tujuan dari penelitian yaitu untuk mendapatkan keseluruhan data yang dibutuhkan. Menganalisis data sudah dimulai sejak menentukan masalah penelitian, maka dari itu tujuan dari teknik ini agar masalah yang akan dibahas dalam penelitian menjadi pokok utama yang dapat

dibahas pada saat pengumpulan data berlangsung. Penelitian kualitatif di jelaskan dalam teknik analisis data oleh Yin (2009), yaitu:

1) Pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan ini membutuhkan peran informan untuk mendapatkan data yang diperlukan peneliti, dimulai dari pengumpulan latar belakang masalah, kemudian melakukan wawancara, dan observasi secara langsung.

2) Organisasi Data

Organisasi data dilakukan dimulai dengan mengumpulkan data keseluruhan yang telah didapatkan kemudian diorganisasikan dan dikategorikan.

3) Validasi dan Reliabilitas

Analisis data yang telah dilakukan akan lihat untuk memastikan validasi dan juga reliabilitas dengan memastikan data dari berbagai sumber yang relevan.

4) Penyusunan Hasil Analisis

Hasil akhir dapat dibuat tersusun dalam bentuk laporan penelitian dengan kelengkapan data yang telah ditinjau pembahasan penelitian sesuai dengan tema yang di angkat dan juga hasil termuan serta teori yang digunakan dapat relevan dengan hasil data keseluruhan.