

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Dalam suatu organisasi atau perusahaan, seleksi (*selection*) adalah suatu cara untuk mencari kandidat yang mempunyai keahlian atau pendidikan khusus yang telah diterapkan oleh perusahaan. Proses ini bertujuan untuk memilih kandidat yang memenuhi persyaratan kerja dan tidak memenuhi persyaratan kerja. Seleksi dapat dilaksanakan dalam rentang waktu yang singkat. Namun apabila proses seleksi digunakan dengan rentang waktu yang panjang, maka perusahaan akan lebih mudah mendapatkan kandidat yang terbaik untuk menduduki suatu jabatan (Bangun, 2011).

Menurut Manullang (dalam Wahyuni, Hakam, dan Iqbal, 2015) proses seleksi terdiri atas beberapa prinsip seperti keahlian, pengalaman kandidat di masa lalu, umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, keadaan baik secara fisik dan psikis. Banyaknya keahlian yang dibutuhkan dalam suatu perusahaan menjadikan proses seleksi memiliki peranan yang penting dalam keberhasilan perusahaan. Salah satu proses yang dilakukan adalah wawancara seleksi.

Badriyah (2015) mengatakan bahwa wawancara seleksi adalah cara menyaring kandidat dengan memberikan pertanyaan terhadap hal – hal yang ingin diketahui dari kandidat tersebut. Bangun (2011) mengatakan ada beberapa hal yang bisa diungkap saat melakukan wawancara seperti wawasan kandidat, keterampilan kandidat, pengalaman kerja kandidat, sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Ziegler, Mac, dan Roberts (2011) berpendapat bahwa ada hampir

setengah dari jumlah kandidat yang mengikuti proses wawancara melakukan *faking* dan memberikan kesan yang positif pada saat melakukan wawancara.

Perilaku *faking* yang dilakukan oleh kandidat pada saat mengikuti wawancara dapat membuat pewawancara sulit untuk melakukan penilaian secara objektif terhadap kandidat yang diwawancarainya. Beberapa kandidat melakukan cara manajemen kesan atau *Impression Management* (IM) pada saat mengikuti wawancara karena itu merupakan suatu cara untuk mengarang cerita yang terjadi pada diri kandidat agar pewawancara terkesan pada jawaban dari kandidat. Misalnya, kandidat melebih – lebihkan tentang keahliannya, menyembunyikan pengalaman kerjanya, memuji pewawancara, dan membuat kandidat terkesan baik, Levashina dan Campion (dalam Law, Bourdage, dan O’Neill 2016).

Stevens, dkk (dalam Law, Bourdage, dan O’Neill, 2016) dalam penelitian sebelumnya mengatakan bahwa para kandidat yang menggunakan *faking* dalam wawancara kerja lebih sering dinilai dengan baik oleh pewawancara. Levashina & Campion (dalam Law, Bourdage, dan O’Neill, 2016) juga mengatakan *faking* dapat terjadi baik dalam wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, yang dapat menyebabkan kebenaran dalam wawancara tersebut tidak terjamin. Dengan melakukan *faking*, maka banyak kemungkinan kandidat tersebut diterima oleh perusahaan untuk menduduki suatu posisi.

Hasil wawancara yang dilakukan pada perusahaan P pada subjek wawancara pertama mengatakan bahwa *faking* sering dilakukan oleh kandidat terutama kandidat dengan tingkat intelegensi di bawah rata-rata. Menurutnya, hampir di setiap wawancara, ia menemukan kandidat yang melakukan *faking*.

Para kandidat biasanya melebih - lebihkan kemampuan yang dimilikinya (wawancara dengan inisial R, 8 Januari 2019).

Di lain kesempatan, peneliti melakukan wawancara di perusahaan PLI pada subjek wawancara kedua menemukan fakta bahwa banyak kandidat yang ia wawancara melakukan *faking*. Kondisi ini tidak jauh berbeda dari jawaban responden pertama yaitu kandidat yang melakukan *faking* adalah kandidat yang memiliki IQ di bawah rata- rata. Menurutnya, cara mengatasi kandidat yang melakukan *faking* adalah dengan terus mengulang pertanyaan yang sama sehingga kandidat akan mengeluarkan jawaban yang berbeda pada setiap pertanyaan yang sama, sehingga banyak ditemukan kandidat yang sering melebih - lebihkan kemampuan dirinya (wawancara dengan inisial F, 10 Januari 2019).

Masih di tempat yang sama, peneliti mewawancarai subjek wawancara ketiga di perusahaan PLI. Ia menemukan beberapa kandidat yang melakukan *faking*, ia juga mengatakan bahwa kandidat yang melakukan *faking* tidak memiliki hasil yang buruk pada saat menjalani tes. Hal tersebut dikarenakan kandidat telah lebih dulu mempelajari tes tersebut, namun pada saat wawancara berlangsung kandidat terlihat memberikan jawaban yang tidak jujur. Kandidat biasanya sudah lebih dulu mencari tahu tentang apa saja yang menjadi kriteria dari jabatan yang dikejar (wawancara dengan inisial D, 13 Januari 2019).

Hal yang sama diperkuat pada hasil wawancara yang telah dilakukan di PT. G subjek wawancara keempat mengatakan bahwa banyak kandidat yang melakukan *faking* dalam wawancara. Tipe *faking* tersebut yaitu melebih - lebihkan pengalaman kerja dan juga menutupi pengalaman buruk kandidat di tempat kerja

sebelumnya. Ia juga mengatakan bahwa ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam melakukan *faking* selama wawancara berlangsung dimana laki-laki lebih terbuka dan tidak banyak melakukan *faking* selama proses wawancara. Sementara perempuan lebih banyak melakukan *faking* dengan cara menutupi pengalaman buruk yang mereka lakukan di pengalaman kerja sebelumnya (wawancara dengan inisial U, 23 Februari 2019).

Roulin, dkk (dalam Law, Bourdage, dan O'Neill, 2016) juga menemukan bahwa IM (*Impression Management*) atau manajemen kesan tidak selalu diketahui oleh pewawancara. Law, Bourdage, dan O'Neill (2016) mengatakan bahwa penelitian terbaru yang dilakukan pada penggunaan IM menunjukkan hasil bahwa kandidat – kandidat bisa dan bersedia menggunakan IM yang menipu dalam wawancara, dan bahwa perilaku *faking* dapat mempengaruhi kinerja wawancara, karena pewawancara berusaha dengan teliti dalam mendeteksi perilaku *faking*.

*International Review of Industrial and Organizational Psychology* (dalam Levashina dan Champion, 2007) membagi tipe *faking* menjadi 4 bagian yaitu (1) *Slight Image Creation*, yaitu suatu usaha kecil yang dilakukan oleh kandidat untuk menyembunyikan hal buruk yang terjadi pada kandidat di tempat kerja sebelumnya. Misalnya, seorang kandidat yang mengatakan hal – hal yang berlebihan mengenai keahlian kerjanya. (2) *Extensive Image Creation*, yaitu suatu perilaku *faking* yang lebih ekstrim yang dilakukan oleh kandidat pada saat mengikuti wawancara. Misalnya, seorang kandidat yang tidak menjawab pertanyaan sebenarnya dari pewawancara melainkan menciptakan jawaban pengalaman kerja yang tidak sesuai realita. (3) *Image Protection*, yaitu suatu cara

untuk mempertahankan diri kandidat pada saat kandidat mengikuti wawancara kerja. Misalnya, menghilangkan pengalaman yang tidak baik di masa lalunya. (4) *Ingratiation*, yaitu suatu perilaku *faking* yang dilakukan oleh kandidat dengan cara memuji pewawancara supaya pewawancara terkesan terhadap kandidat. Misalnya, kandidat berpura-pura memuji pewawancara.

Penelitian berikutnya oleh Law, Bourdage, dan O'Neill (2016) menemukan bahwa banyak kandidat yang menggunakan IM pada saat wawancara dan perilaku itu terjadi berdasarkan kemauan kandidat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menggambarkan secara kuantitatif mengenai perilaku *faking behavior interview* yang terjadi pada kandidat yang ada di PT. X.

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran tipe *faking* pada wawancara kerja di PT X.

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran perilaku *faking* pada kandidat di PT. X.