

Abstrak

Yayasan Pendidikan Telkom merupakan sebuah yayasan yang mengusung konsep *One Pipe Education System* (OPES) dan tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Yayasan Pendidikan Telkom memiliki berbagai lembaga pendidikan di berbagai level yaitu Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan Perguruan Tinggi. Pendidik atau tenaga kependidikan merupakan penggerak utama bisnis Yayasan Pendidikan Telkom, namun saat ini proses pemenuhan pendidik tersebut mengalami kendala karena rekrutmen pendidik dalam rangka pemenuhan rasio pengajar tersebut terdampak oleh program PPPK (Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja) yang dilaksanakan oleh pemerintah. Dalam hal rekrutmen pegawai, sebuah perusahaan harus memiliki strategi komunikasi yang baik sehingga perusahaan dapat menghadapi kendala serupa yang terjadi. Yayasan Pendidikan Telkom belum memiliki citra perusahaan yang baik dalam hal ini (*employer branding*) sehingga daya saing perusahaan di market masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perumusan strategi komunikasi serta evaluasi dalam rekrutmen pegawai di Yayasan Pendidikan Telkom. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Tipe penelitian ini menggunakan Studi Kasus karena pendekatan tersebut membantu dalam menggali informasi secara lebih mendalam dengan mengandalkan hasil observasi dan wawancara.

Keywords: Strategi Komunikasi, Rekrutmen, Pegawai, Yayasan