

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
PERNYATAAN KEASLIAN	2
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Manajemen Strategi Sumber Daya Manusia	19
2.2 Rekrutmen	19
2.2.1 Membangun Rencana Pemasaran Rekrutmen	20
2.2.1.1 Membuat Segmentasi Audiens	20
2.3 Employer Branding	20
2.3.1 Pengertian Employer Branding	20
2.3.2 Membangun Employer Branding	22
2.3.3 Aktivitas Employer Branding	24
2.4 Employee Value Proposition	25
2.4.1 Pengertian Employee Value Proposition	25
2.4.2 Employee Value Proposition untuk Generasi Z	27
2.5 Kerangka Analisis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data	31
3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	34
4.2 Bidang Usaha	34
4.3 Visi dan Misi	35
4.4 Struktur Organisasi	36
4.4.1 Struktur Organisasi Departemen HR Operation & Development	36

4.4.2 Struktur Organisasi PT Summarecon Agung Tbk.	37
4.5 Company Values	38
BAB V HASIL DAN ANALISIS	39
5.1 Identifikasi EVP (Employee Value Proposition)	39
5.1.1 EVP (Employee Value Proposition) Arahan Manajemen	39
5.1.2 EVP (Employee Value Proposition) Generasi Z	41
5.2 Implementasi Employer Branding Saat Ini	45
5.3 Benchmark Penerapan Employer Branding	48
5.3.1 Employer Branding di PT Sasa Inti Tbk.	48
BAB VI RANCANGAN STRATEGI	51
6.1 Rancangan Strategi Employer Branding Generasi Z	51
6.1.1 Menyelaraskan EVP Generasi Z dan EVP Perusahaan	51
6.2 Rancangan Strategi Komunikasi Employer Branding	56
6.3 Rencana Implementasi Employer Branding	59
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1 Kesimpulan	62
6.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Employer Branding</i> sebagai bagian dari <i>Corporate Brand</i>	22
Gambar 2.2 Kerangka Analisis	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Departemen HR Operation & Development	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Summarecon Agung Tbk.	37
Gambar 4.5 Company Values	38
Gambar 5.1 Akun media sosial instagram @summarecon_career	48
Gambar 5.1 Akun media sosial instagram @life.at.sasa	49
Gambar 5.1 Penghargaan HR Excellence Award 2021	49
Gambar 6.1 Pilar EVP PT Summarecon Agung Tbk.	53
Gambar 6.2 Strategi Employer Branding PT Summarecon Agung Tbk.	54
Gambar 6.3 Hasil riset sosial media yang digunakan generasi Z	57
Gambar 6.3 Contoh konten feeds dan story instagram	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Angkatan Kerja Generasi Z per Februari 2022	13
Tabel 1.2 Jumlah Karyawan PT Summarecon Agung Tbk Tahun 2020 dan 2021	15
Tabel 3.1 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data	31
Tabel 5.1 EVP Arahkan Manajemen	39
Tabel 5.2 EVP Generasi Z	41
Tabel 5.3 Implementasi Employer Branding Saat Ini	45
Tabel 5.4 Hasil Analisis	50
Tabel 6.1 Tabel Rancangan Strategi Employer Branding	51
Tabel 6.2 EVP Generasi Z dikelompokkan dalam poin EVP Perusahaan	52
Tabel 6.3 Tabel Rencana Implementasi Employer Branding	59
Tabel 6.4 Tabel Timeline Rencana Implementasi Employer Branding	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan Counterpart	67
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Karyawan Generasi Z di Perusahaan	69
Lampiran 3 Tampilan Akun Instagram @summarecon_career	71