



## ABSTRAK

### RANCANGAN STRATEGI DAN IMPLEMENTASI EMPLOYER BRANDING UNTUK PELAMAR GENERASI MILLENNIAL DI PT. XYZ PERIODE 2019 - 2020

Jeanie Azelia S.

Tujuan dari dibuatnya karya tulis ini adalah untuk menyusun rancangan strategi employer branding yang cocok untuk diterapkan di PT.XYZ. Latar belakang disusunnya karya tulis ini adalah karena PT. XYZ sebagai perusahaan manufaktur otomotif roda 4 terbesar di Indonesia dan merupakan anak perusahaan PT.ABC sampai saat ini mengalami kesulitan merekrut tenaga kerja baru yang merupakan *fresh graduate* dan berdasarkan hasil survey dari *corporate* PT. ABC sendiri menyebutkan bahwa PT. XYZ saat ini menduduki posisi ke 9 di PT. ABC Grup sendiri dalam hal keinginan pelamar untuk bergabung di perusahaan.

Dalam karya tulis ini dilihat faktor – faktor yang mempengaruhi generasi milenial untuk menjadikan suatu perusahaan sebagai tempat kerja. Faktor – faktor tersebut dilihat baik melalui studi literature, survey dari *corporate*, dan survey PT. XYZ sendiri. Setelah mendapatkan hasil survey tersebut maka dibuatlah *segmenting, targeting, positioning* (STP) PT. ADM yang sesuai dengan strategi bisnis PT. XYZ dan apa yang diinginkan milenial dari tempat bekerja. Setelah STP dibuat maka dipelajari praktek branding yang coba dilakukan saat ini dan benchmark dari *mother company*. Dari hasil benchmark dan STP ini maka dibuatlah rancangan strategi yang dirasa cocok untuk diterapkan di PT. XYZ, juga strategi komunikasi employer branding agar apa yang dikemas dalam branding PT. XYZ bisa tersampaikan dengan baik kepada pencari kerja generasi milenial. Strategi komunikasi *employer branding* ini dibuat berdasarkan survey terkait media yang paling banyak digunakan oleh pencari kerja generasi milenial dalam mencari lapangan kerja. Hasil survey tersebut menjadi masukan untuk memilih media yang tepat guna menyampaikan program – program employer branding PT. XYZ kepada pencari kerja generasi milenial.

Keywords: PT.ADM, Employer Branding, Strategi, Generasi Milenial