

DAFTAR ISI

LembarPengesahan.....	i
Pernyataan Keaslian.....	ii
Pernyataan Organisasi / Perusahaan	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstrak.....	v
Daftar Isi.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Batasan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10

BAB II TINAJUAN PUSTAKA

2.1. Rekrutmen	8
2.1.1 Pengertian Rekrutmen.....	8
2.1.2 Strategi Rekrutmen.....	11
2.1.3 MEtode Rekrutmen.....	11
2.2 Employer Branding.....	14
2.2.1 Pengertian Employer Branding.....	14
2.2.2 Fungsi Employer Branding.....	15

2.2.3 Tujuan dari Employer Branding.....	16
2.2.4 Konsep Employer Branding.....	16
2.2.4.1 <i>Segmentation</i>	16
2.2.4.2 Klarifikasi Target Market.....	17
2.2.4.3 Positioning.....	17
2.2.4.3.1 Brand Identity.....	18
2.2.4.3.2 Brand Vision Model.....	18
2.2.4.3.3 The Employer Brand Proposition.....	18
2.2.4.3.4 The Employee Value Propositions.....	18
2.2.5 Aktivitas Employer Branding.....	19
2.2.6 Langkah – Langkah Menciptakan Employer Branding.....	19
2.2.6.1 Mengaskan EVP.....	19
2.2.6.2 MEmbangun Employer Brand Framework.....	20
2.2.6.2.1 Aligning Employer Branding With Corp.....	20
2.2.6.2.2 Developing Overarching Recruitment Campaign...21	
2.2.6.2.3 Writing a Creative Brief.....	21
2.2.6.2.4 MEnciptakan Konten Menarik.....	22
2.2.6.3 Menjalankan Strategi employer Branding.....	24
2.2.6.3.1 Menyebarkan perencanaan employer branding.....	24
2.2.6.3.2 Membangun sarana employer branding.....	24
2.2.6.3.3 Creating Content Palybook	25
2.2.6.3.4 Menjaga konsistensi dan keberlanjutan	25
2.2.6.4 Membangun Rencana PEmasaran Rekrutmen.....	26

2.2.6.4.1 Membuat Segmentasi Audiens.....	26
2.2.6.4.2 MEMPrioritaskan Segment Audiens.....	26
2.2.6.4.3 Pemetaan Pilihan Media.....	27
2.2.6.4.4 Menjangkau saat bepergian.....	27
2.2.7 Media Channels and Behaviors dalam Employer Branding.....	28
2.3 Generasi Milenial.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Analisi.....	42
3.2 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data.....	44
3.3 Pengolahan dan Analisis Data.....	46

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Perusahaan.....	48
4.2 Visi, Misi, Nilai, dan Sasaran Strategis Perusahaan.....	49
4.3 Produk Perusahaan.....	50
4.4 Proses Bisnis PT. XYZ	50
4.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.6 Aktivitas Manajemen SDM.....	51

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Visi, Misi, dan Strategi Jangka Panjang PT. XYZ.....	53
5.2 EVP Generasi Milenial.....	56
5.2.1 EVP generasi milenial menurut literature.....	56
5.2.2 EVP generasi milenial menurut survey Astra International.....	60

5.2.3 EVP generasi milenial menurut survey PT. XYZ.....	60
5.2.4 Hasil analisa EVP.....	61
5.2.5 Diskusi dengan Manajmen.....	62
5.3. Menetapkan positioning perusahaan (S,T,P).....	63
5.3.1 MENentukan segment kandidat yang dicari.....	63
5.3.2 Menetapkan target kandidat yang dicari.....	65
5.3.3Postioning PT. XYZ.....	67
5.4 Praktek Employer Branding PT. XYZ.....	69
5.5 Employer Branding PT. ABC.....	70
5.5.1 Praktek Pelaksanaan Employer Branding PT. ABC.....	70
5.5.2 Praktek Employer Branding menurut AHCM.....	74
5.5.2.1 Rekrutmen dalam praktek di Grup PT. ABC.....	74
5.5.2.2 Strategi Branding berdasarkan AHCM	76
5.5.2.3 Promosi Perusahaan kepada Calon Karyawan	78

BAB VI RANCANGAN STRATEGI

6.1 Strategi Employer Branding Milenial dan Employer Brand Framework.....	81
6.2 Strategi Komunikasi Employer Branding.....	87
6.3 Rencana Implementasi Employer Branding PT. XYZ	91

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	94
6.2. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

