



UNIVERSITAS NASIONAL

**UPAYA PERUSAHAAN E-COMMERCE DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MELALUI AKTIVITAS
EMPLOYER BRANDING DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

SKRIPSI

Sabrina Putrinda Jalsena

NPM. 203516516396

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA



UNIVERSITAS NASIONAL

**EFFORT OF E-COMMERCE COMPANIES IN SUSTAINING
THEIR EXISTENCE THROUGH EMPLOYER BRANDING
ACTIVITIES ON SOCIAL MEDIA**

(Case Study on PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the
Bachelor's Degree**

Sabrina Putrinda Jalsena

NPM. 203516516396

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE**

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**UPAYA PERUSAHAAN E-COMMERCE DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MELALUI AKTIVITAS
EMPLOYER BRANDING DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Sabrina Putrinda Jalsena

NPM. 203516516396

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA, JANUARI 2024



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sabrina Putrinda Jalsena
No. Pokok Mahasiswa : 203516516396
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Upaya Perusahaan E-Commerce Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas Employer Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk.(Blibli))"
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I (SI) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional.



Disetujui,

Jakarta, 31 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Dekan


Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Sabrina Putrinda Jlasena

NPM : 203516516396

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Upaya Perusahaan *E-Commerce* Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas *Employer Branding* Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.



Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 26 Februari 2024



FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN
SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sabrina Putrinda Jalasena
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516396
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Upaya Perusahaan E-Commerce dalam
Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas
Employer Branding di Media Sosial (Studi Kasus
pada PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 26 Februari 2024

Ketua Sidang: Dr Andi Achdian, M.Si.

Penguji I: Agus Salim, S.Sos. M.I. Kom

Penguji II: Yayu Sriwartini., S.Sos. M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Sabrina Putrinda Jalsena
NPM : 203516516396
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tanggal Sidang : 21 Februari 2024




JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Upaya Perusahaan E-Commerce Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas Employer Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk.(Blibli))

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

Efforts of E-Commerce Companies in Sustaining Their Existence Through Employer Branding Activities on Social Media (A Case Study of PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 26 Februari 2024	TGL: 26 Februari 2024	TGL: 26 Februari 2024
 Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si	 Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	 Sabrina Putrinda Jalsena



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sabrina Putrinda Jalasena

NPM : 203516516396

Skripsi : Upaya Perusahaan E-Commerce Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas Employer Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk.(Blibli))

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 26 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



Sabrina Putrinda Jalasena



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA

SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Sabrina Putrinda Jalsena
NPM : 203516516396
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat, Tgl. Lahir : Bogor, 04 Mei 2002
Alamat Rumah : Komp. TWP TNI-AL Blok CC 8/15, Ciangsana,
Gunungputri, Kab. Bogor, Jawa Barat. (16968)
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 087776843165
Alamat Kantor : -
E-mail : jalsenasabrina@gmail.com

Jakarta, 26 Februari 2024

Alumni,

Sabrina Putrinda Jalsena

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Upaya Perusahaan *E-Commerce* Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas *Employer Branding* Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk.(Blibli)”, sebagai salah satu syarat pengajuan Skripsi di Universitas Nasional.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan yang perlu diperbaiki. Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan dan arahan serta bantuan yang sangat tulus dan bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor dari Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
4. Bapak Dr. Andi Achdian, M. Si. selaku ketua sidang, dan Bapak Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. selaku penguji 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi ini.
5. Ibu Yayu Sriwartini, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing yang terhormat dan tercinta yang ditengah kesibukannya beliau mampu membimbing dan memberikan saran serta kritik kepada penulis selama penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai.
6. Keluarga penulis, khususnya Mama, Papa, Mba Vica dan Mas Rafi yang membantu penulis untuk dapat berkesempatan kuliah dan mendapatkan dukungan baik secara emosional maupun materil hingga membuat penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
7. Kak Trianjar Syarah Maulani yang mau membimbing sebagai mentor sekaligus membantu saya untuk dapat me-*reachout* Blibli untuk dapat saya

teliti dan menjadi supporter utama agar saya mampu menyelesaikan tugas ini.

8. Fanisa Ayu Oktalia, sahabat serta teman seperjuangan saya yang selalu menjadi peneman dan penyemangat utama saya untuk menyelesaikan masa kuliah hingga mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik di Universitas Nasional dan saya akan selalu mendoakan dan membantu kamu untuk berada di titik yang sama dengan saya saat ini.
9. Haura Salsabilla Zahrana, sahabat karib saya yang selalu ada disaat saya membutuhkan bantuan dan menjadi salah satu motivator andalan yang saya miliki.
10. Kak Aulia Rahmi dan Elvira Gosal selaku *key informant* yang mau membantu penulis untuk mendapatkan data melalui penjelasan yang detail dan komprehensif di setiap pertanyaan yang diajukan.
11. Meutia Rahma dan Kumala Hudiyani, selaku sahabat seperjuangan saya yang membantu saya dengan kehadirannya sebagai seorang sahabat.
12. Luthfida Wyne Novita Diwara dan seluruh *crew* Phenom Studios, selaku penyemangat serta tepat saya untuk mendapatkan stress release dari saya memulai meneliti hingga selesai penelitian.
13. Veronica Safitri dan Keniya Ayu Oktalia yang menjadi salah satu *support system* untuk saya bisa menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini.
14. Seluruh Crew Phenom Studios yang menjadi salah satu menyemangati saya untuk dapat lulus tepat waktu dan fokus terhadap goals dan keberlanjutan Phenom Studios kedepannya.
15. Seluruh Civitas akademik di Universitas Nasional, khususnya di prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu dalam menyelesaikan keperluan-keperluan selama saya berkuliah, magang, hingga dapat mengajukan tugas akhir ini.
16. Ibu Mira Adita Widianti, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Ibu Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom. yang menjadi salah satu penyemangat saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir saya dan menjadi dosen yang berkesan selama saya berkuliah di Universitas Nasional.

17. Kepala Laboratorium dan Seluruh Crew Unas Tv yang menjadi salah satu tempat untuk saya mampu menjadi tempat penyaluran hobi dan juga menampilkan sisi terbaik saya selama menjadi crew creative dan ikut serta dalam seluruh kegiatan broadcasting yang ada.
18. Perpustakaan Nasional yang telah menjadi tempat saya untuk dapat menimba ilmu dan mengasah seluruh pengetahuan dengan berbagai buku yang ada.

19. Abah Anies Rasyid Baswedan, S.E., M.P.P., Ph.D. selaku inspirator yang membantu untuk *boost-up* semangat saya dengan kalimat “Skripsi yang baik itu skripsi yang selesai” dan membuat saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini semaksimal saya.

20. Jung Jaehyun yang selalu menjadi penyemangat dan juga pendukung kewarasan saya selama proses menyelesaikan laporan penelitian ini serta motivasi yang tiada hentinya selama penyusunan laporan penelitian ini.

Mengingat keterbatasan dan kemampuan penulis pada laporan penelitian ini masih banyak kesalahan, maka Penulis menyadari tiada satupun kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Sehingga penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran dari pembaca demi perbaikan laporan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 Februari 2024

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabrina Putrinda Jalasena
NPM : 203516516396
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Upaya Perusahaan *E-Commerce* Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas *Employer Branding* Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk.(Blibli))”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan namanya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 26 Februari 2024
Yang menyatakan



(Sabrina Putrinda Jalasena)

ABSTRAK

Nama : Sabrina Putrinda Jalasena
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
Title : Upaya Perusahaan E-Commerce Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Aktivitas Employer Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

<p>Kata kunci: <i>E-commerce,</i> <i>Employer branding,</i> <i>Media Sosial, Blibli.</i></p>	<p>Setiap perusahaan selalu ingin menunjukkan perbedaan yang dimiliki, terutama pada perusahaan <i>e-commerce</i>. Sertifikasi “<i>A Great Place To Work</i>” menjadi sebuah label yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan berhasil dalam membentuk citra yang mengantarkannya sebagai upaya diferensiasi di industri yang kompetitif seperti saat ini. Kemampuan untuk mempromosikan kepada para audiens melalui media dan strategi yang tepat. Sebagaimana yang dilakukan oleh PT. Global Digital Niaga, Tbk. melalui pemanfaatan media sosial dilakukan untuk dapat membangun citra-nya. Pembentukan akun @lifeatblibli di berbagai platform media sosial mengantarkan Blibli sebagai sebuah perusahaan yang memiliki brand image positif melalui <i>employee treatment</i> yang ditampilkan melalui postingan foto maupun video dalam akun tersebut. Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui upaya yang dilakukan perusahaan <i>e-commerce</i> yaitu, Blibli dalam mempertahankan eksistensi melalui aktivitas <i>employer branding</i> di media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan pengamatan kepada pihak Blibli. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas <i>employer branding</i> yang dilakukan oleh mengacu pada <i>core value</i> perusahaan visi, misi, dan juga personalitas dari Blibli. Pelaksanaan kegiatan <i>employer branding</i> berlangsung melalui strategi penerapan <i>employee value proposition</i> (EVP), <i>internal marketing</i>, dan juga <i>external marketing</i>. Pengemasan konten dilakukan melalui akun @lifeatblibli yang dilakukan dengan melakukan kolaborasi antar departemen. Aktivitas dan peemutakhiran konten bukan hanya sekadar untuk membentuk ketertarikan dan menjaga para talenta terbaik, namun juga menjadi sebuah upaya dan menampilkan <i>image</i> Blibli di mata para publik eksternal maupun internal.</p>
Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

Name : Sabrina Putrinda Jalasena
Study Program : Communication Science/Public Relations
Title : Efforts of E-Commerce Companies in Sustaining Their Existence Through Employer Branding Activities on Social Media (A Case Study on PT. Global Digital Niaga, Tbk. (Blibli))

Key words: <i>E-commerce,</i> <i>Employer branding,</i> <i>Social Media,</i> <i>Blibli</i>	Every company always wants to show its uniqueness, especially startup companies. The "A Great Place To Work" certification becomes a label that states that a company has been successful in shaping its image that leads it as a differentiation effort in a competitive industry like today. The ability to promote to the audience through the right media and strategy. As is done by PT. Global Digital Niaga, Tbk. through the use of social media is done to be able to build its image. The formation of the @lifeatbibli account on various social media platforms led Blibli as a company with a positive brand image through employee treatment that is displayed through photo or video posts in the account. Therefore, this study is intended to find out the efforts made by the e-commerce company, namely, Blibli in maintaining its existence through employer branding activities on social media. The research method used is a descriptive qualitative research method by conducting interviews and observations to Blibli.com. The research results show that the employer branding activities are carried out by referring to the company's core values, vision, mission, and also the personality of Blibli. The implementation of employer branding activities takes place through the strategy of implementing employee value proposition (EVP), internal marketing, and also external marketing. Content packaging is done through the @lifeatbibli account which is done by collaboration between departments. Activities and content updates are not only to form interest and maintain the best talents, but also become an effort to show Blibli's image in the eyes of external and internal public.
Counsellor	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	vii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
BIODATA ALUMNI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Model Operasional Penelitian.....	8
2. KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 <i>Research Gap</i> Penelitian.....	17
2.3.2 Kebaharuan Penelitian (<i>State of The Art</i>).....	18
2.2 Teori <i>Employer Branding</i>	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.3.1 <i>Branding</i>	20
2.3.2 <i>Corporate Branding</i>	21
2.3.3 <i>Employer Branding</i> dalam Membangun Perusahaan.....	22
2.3.4.1 Pengertian <i>Employer Branding</i>	22
2.3.4.2 Elemen Pembentuk <i>Employer Branding</i>	23
2.3.4.3 Manfaat <i>Employer Branding</i> bagi Perusahaan Startup.....	25
2.3.4.4 Tahapan Membangun <i>Employer Branding</i>	26
2.3.4.4.1 <i>Employee Value Proposition</i>	26
2.3.4.4.2 <i>Internal Marketing Employer Branding</i>	29
2.3.4.4.3 <i>External Marketing Employer Branding</i>	31

2.3.4 Media Sosial dan Suksesnya Employer Branding	31
2.4. Kerangka Pemikiran	33
3. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Metode dan Sifat Penelitian	36
3.2.1 Metode Penelitian	36
3.2.2 Sifat Penelitian	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3.1 Subjek Penelitian	37
3.3.1 Objek Penelitian	37
3.4 Teknik Pengambilan dan Sumber Data	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.1 Data Sekunder	40
3.5 Narasumber	41
3.5.1 <i>Key Informan</i> (Narasumber Kunci)	41
3.5.2 Informan (Narasumber Pelengkap)	42
3.6 Teknik Keabsahan Data	42
3.6.1 Uji Kredibilitas (Credibility)	43
3.6.2 Uji Validitas (Transferability)	46
3.6.3 Uji Reliabilitas (Dependability)	46
3.6.4 Uji Objektivitas (Confirmability)	46
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47
3.8 Perencanaan Jadwal Penelitian	50
4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Blibli	51
4.1.2 Nilai Dasar Perusahaan Blibli	52
4.1.3 Objektif dan Goals Blibli	54
4.1.4 Logo Perusahaan Blibli	55
4.1.5 Struktur Organisasi, Jajaran Komisaris dan Direksi Blibli	56
4.1.6 Profil Informan	58
4.2 Jabaran Dari Hasil Penelitian	60
4.2.1 <i>Employer Branding</i> Blibli	60
4.2.2 Tahap Pembentukan <i>Employer Value Proposition</i> Blibli	64
4.2.2.1 <i>Exciting Work to Feel Passionate</i>	64
2.3.4.2 <i>Great Company, Great Culture, Great Leader</i>	67
2.3.4.3 Pemberian Apresiasi dan Imbalan (<i>Wealth and Reward</i>)	70
2.3.4.4 <i>Human Growth and Development</i>	73

4.2.3	Aktivitas <i>Internal Marketing Employer Branding</i> Blibli	76
4.2.4	Aktivitas <i>External Marketing Branding</i> Blibli	79
4.3	Pembahasan	83
4.4	Temuan Teori <i>Employer Branding</i> dengan Hasil Penelitian	86
4.4.1	Tahap <i>Employee Value Proposition</i>	86
4.4.2	Tahap <i>Internal Marketing Employer Branding</i>	90
4.4.3	Tahap Eksternal <i>Marketing Employer Branding</i>	91
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
5.2.1	Saran Akademis	94
5.2.1	Saran Praktis	95
	DAFTAR REFERENSI	97
	LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.1.2	Tabel Kebaharuan Penelitian.....	18
Tabel 3.4.1	Hasil Data Primer.....	39
Tabel 3.4.2	Hasil Data Sekunder.....	40
Tabel 3.5.1	Profil <i>Key Informan</i>	41
Tabel 3.5.1	Profil Informan Pendukung.....	42
Tabel 3.8	Jadwal Perencanaan Penelitian.....	50
Tabel 4.3	Skema Aktivitas Employer Branding Blibli Melalui Media Sosial	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia (2021-2030).....	1
Gambar 1.2	Journal RevoU Indonesia Tech Employee Growth 2023.....	2
Gambar 1.3	Blibli dianugerahi sertifikasi “A great Place To Work”.....	5
Gambar 2.1	<i>Employer Branding Implementation Framework</i>	19
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.2	Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman.....	48
Gambar 4.1	Perbandingan logo Blibli Setelah melakukan <i>Refreshment Look</i>	55
Gambar 4.1.2	Struktur Organisasi Blibli.....	57
Gambar 4.1.3	Jajaran Komisaris Blibli.....	58
Gambar 4.1.4	Jajaran Direksi Blibli.....	58
Gambar 4.2.1	Postingan yang memberitakan bahwa Blibli Mendapatkan sertifikasi GPTW.....	61
Gambar 4.2.1	Platform yang digunakan Blibli Sebagai Akun Employer Branding.....	63
Gambar 4.2.2.1.1	Headline Career Website Blibli	65
Gambar 4.2.2.1.2	Penerapan Budaya dari Definisi Karyawan.....	65
Gambar 4.2.2.2.1	Cara untuk Memulai Feedback Culture	69
Gambar 4.2.2.3.1	Postingan Apresiasi program Blibli Icon	71

Gambar 4.2.2.3.2 Kegiatan Blibli Care Appreciation Day 72

Gambar 4.2.2.3.3 Fasilitas Daycare, Permainan Basket, dan Gym Kantor Blibli
..... 73

Gambar 4.2.2.4.1 Main Banner Kegiatan BOLD..... 74

Gambar 4.2.2.4. Berbagai kegiatan Blibli yang memuat aktivitas pembelajaran
.....7



Gambar 4.2.3.1 Banyaknya penggunaan tagar #lifeatbibli83

Gambar 4.2.3.2 Kegiatan Tumbler Challenge 83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Catatan Observasi 1.....	105
Lampiran 2	Catatan Observasi 2.....	106
Lampiran 3	Catatan Observasi 3.....	107
Lampiran 4	Laporan Bimbingan.....	108
Lampiran 5	SK Dosen Pembimbing.....	111
Lampiran 6	Surat Keterangan Penelitian.....	112
Lampiran 7	Surat Persetujuan Skripsi.....	113
Lampiran 8	Daftar Seluruh Interviewee.....	114
Lampiran 9	Draft Wawancara Untuk <i>Key Informant</i>	115
Lampiran 10	Draft Wawancara Untuk Informan.....	119
Lampiran 11	Transkrip Wawancara Key informan 1.....	122
Lampiran 12	Transkrip Wawancara Key informan 2.....	129
Lampiran 13	Transkrip Wawancara Informan 3.....	138
Lampiran 14	Transkrip Wawancara Informan 4.....	145
Lampiran 15	Transkrip Wawancara Informan 5.....	153
Lampiran 16	Tabel Revisi.....	156
Lampiran 17	Dokumentasi.....	157