

## ABSTRAK

### **PENGAMBARAN ELEMEN *EMPLOYER BRANDING* PADA AKUN INSTAGRAM PERUSAHAAN (Analisis Isi Kualitatif Akun Instagram @paragoncorp dan @growatparagon Periode Juni 2024 – Januari 2025)**

Muhammad Faleh Alfarizi <sup>1)</sup>, Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini menganalisis penggambaran elemen *employer branding* sebagai bagian dari strategi *marketing communication* pada akun Instagram @paragoncorp dan @growatparagon milik PT Paragon Technology and Innovation (PTI). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi, penelitian ini mengkaji 62 konten yang dipublikasikan selama periode Juni 2024 hingga Januari 2025. Unit analisis difokuskan pada konten yang merepresentasikan elemen *employer branding* seperti *work-life balance*, *benefits and compensations*, *work environment*, *company culture*, dan *brand strength*. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mampu menunjukkan penggambaran elemen *employer branding* secara strategis melalui kombinasi pesan informatif dan persuasif. Bentuk konten yang dominan meliputi video pendek (reels), carousel, dan gambar tunggal. Penelitian ini percayabahaya media sosial Instagram digunakan secara efektif sebagai saluran komunikasi untuk membangun citra perusahaan sebagai tempat kerja yang ideal dan menarik bagi calon karyawan potensial.

**Kata kunci:** *Marketing Communication*, *employer branding*, akun Instagram

Pustaka : 25

Tahun Publikasi : 2015 – 2025