

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Dalam suatu penelitian, pendekatan penelitian sering juga disebut sebagai landasan berpikir, hal tersebut merupakan landasan dasar konsep yang dijadikan acuan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian ilmiah yang sistematis dengan maksud untuk mengkaji fenomena dengan hubungan-hubungan yang terdapat di dalamnya dalam situasi tertentu (Fiantika, 2022). Penelitian dengan pendekatan kualitatif biasanya disebut juga penelitian deskriptif yang dimana penelitian yang mengkaji suatu fenomena dengan data yang akurat secara sistematis. Tujuan penelitian kualitatif ialah untuk menganalisis dan menafsirkan temuan-temuan masalah dan fakta yang sedang terjadi secara alami pada konteks waktu tertentu.

Dalam suatu penelitian tentunya paradigma menjadi satu bagian yang penting, paradigma ini merupakan suatu sudut pandang dasar dari satu hal tertentu. Menurut (Sahir, 2022) Paradigma penelitian merupakan serangkaian pandangan ilmiah yang terbentuk untuk memecahkan masalah penelitian. setiap paradigma tentu mencerminkan dasar pandangan yang berbeda dan membentuk kerangka berpikir umum mengenai teori. Sehingga penelitian ini menggunakan paradigma Post Positivisme untuk mengamati dan menganalisis penggambaran elemen *employer branding* pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* periode Juni 2024 - Januari 2025.

Paradigma post positivisme ialah paradigma yang bersifat kritis untuk memaknai suatu fenomena dan post positivisme sendiri merupakan penerus dari paradigma positivisme. Dijelaskan oleh (Muttaqin et al, 2022) mengenai paradigma post positivisme ialah suatu paradigma yang dapat memberikan verifikasi terhadap suatu makna dalam temuan data melalui serangkaian macam metode, serta (Rusmawan, 2018) berpendapat bahwa paradigma post positivisme merupakan suatu hal yang kompleks yang bertujuan untuk mencari makna dalam

suatu data. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa paradigma post positivisme merupakan paradigma yang kompleks yang bersifat kritis untuk memaknai suatu data melalui suatu rangkaian metode sistematis.

Dalam penelitian kualitatif yang peneliti lakukan, peneliti menggunakan paradigma post positivisme sebagai pendekatan utama dalam penelitian ini. Paradigma post positivisme yang peneliti gunakan diyakini dapat memberikan makna ataupun pandangan dari data yang telah peneliti miliki melalui serangkaian proses sistematis. Tujuan utama peneliti dari penelitian ini ialah untuk melihat bagaimana penggambaran elemen *employer branding* pada akun Instagram @paragoncorp dan @growatparagon periode Juni 2024 - Januari 2025.

### 3.2 Metode Penelitian

● Metode penelitian yang peneliti adopsi dalam penelitian ini ialah analisis isi, dimana secara spesifik peneliti melakukan pengamatan untuk konten-konten yang sesuai dengan kriteria sehingga metode penelitian ini ialah analisis isi konten (*content analysis*). Menurut (Setiyani, 2019) Analisis isi merupakan teknik dalam suatu penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman pada makna komunikasi dan simbol yang ada pada suatu objek penelitian. Uraian tersebut menegaskan bahwa analisis isi merupakan suatu metode untuk membuat inpretasi tertentu dari suatu data ataupun objek penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik analisis isi yang dipilih adalah holsti, sebuah pendekatan yang bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif dan sistematis dari pesan-pesan yang tampak pada objek penelitian. Dengan demikian nantinya peneliti akan memberikan gambaran mengenai penggambaran elemen *employer branding* pada akun Instagram @paragoncorp dan @growatparagon periode Juni 2024 - Januari 2025 dengan metode analisis isi untuk mengidentifikasi beberapa kategori terkait *employer branding* itu sendiri.

### 3.3 Unit Analisis

Unit analisis merupakan unit-unit yang dapat diteliti sesuai dengan kategori yang telah ditentukan, unit analisis dapat berupa individu, benda, peristiwa yang dapat diteliti. Dalam penelitian ini unit analisis yang dapat digunakan yaitu:

1. Konten pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* dalam kurun waktu 7 bulan, dengan periode waktu Juni 2024 - Januari 2025.
2. Konten terkait *employer branding* yang bertujuan untuk mengkomunikasikan *value* perusahaan kepada publik eksternal.
3. Penelitian ini tidak memilih konten kolaborasi yang diunggah nya diluar akun *@paragoncorp* dan *@growatparagon*.
4. Peneliti tidak memilih Konten seperti konten promosi dan diluar konten terkait *employer branding*.

Alasan peneliti memilih konten pada periode tersebut ialah karena dalam kurun waktu 7 Bulan, PT Paragon Technology and Innovation (PTI) berhasil melaksanakan program-program yang cukup banyak menarik perhatian karyawan maupun calon karyawan serta program tersebut sangat sesuai dengan aktivitas *employer branding*. Serta pemelihan akhir periode pada Januari 2025 ialah karena agar penelitian ini lebih aktual serta pada bulan Januari 2025 terdapat program PT Paragon Technology and Innovation (PTI) yang bernama Paragon Corporate Gathering yang dilakukan di Malaysia yang dihadiri oleh ribuan karyawan Paragon. Program tersebut sempat ramai di perbincangkan oleh banyak orang dan sangat menarik perhatian para pelamar pekerjaan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak akan menganalisis semua konten yang ada pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon*. Hal tersebut peneliti lakukan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait penggambaran elemen *employer branding* melalui konten pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon*. Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan ialah konten Instagram dari *@paragoncorp* dan *@growatparagon* selama 7 bulan dengan jumlah total sebagai berikut

Akun Instagram	Total Konten	Total Unit Analisis
<i>@paragoncorp</i>	147 Konten	42 Konten
<i>@growatparagon</i>	46 Konten	20 Konten
<b>Jumlah</b>	<b>193 Konten</b>	<b>62 Konten</b>

Jumlah keseluruhan konten sebanyak 193 Konten yang dimana 147 dari akun Instagram *@paragoncorp* serta 46 konten dari akun Instagram *@growatparagon*. Namun, konten yang termasuk kedalam kriteria hanya berjumlah

62 Konten yang dimana 42 konten di publikasikan oleh akun Instagram @paragoncop dan 20 konten nya oleh akun Instagram @growatparagon. berikut contoh konten diantaranya:

Tabel 3.2 Contoh Unit Analisis

No	Gambar	Elemen <i>Employer Branding</i>	Caption
1		<i>Work Life Balance</i>	<p>AFTER MOVIE   LIGA NASIONAL PARAGONIAN WORLDKAHF SEASON II - ZONASI 1 Hai, Paragonian!</p> <p>Liga Nasional Paragonian telah resmi dimulai sejak 9 Juni 2024, dengan pertandingan pembuka di Zonasi 1 (Jawa Barat). Acara ini dihadiri oleh teman-teman Paragonian dari @paragon.bandung @paragon.jakarta @paragon.banten @paragon.bekasi @paragontasikmalayaan ini @paragon.bogor @paragon.sukabumi @paragon.cirebon</p> <p>Liga ini bukan sekadar ajang pertandingan sepakbola, melainkan panggung utama yang membangkitkan semangat dan kolaborasi, menyatukan Paragonian di seluruh Indonesia. Yuk, tonton videonya dan rasakan kembali euforia serta semangat luar biasa dari teman-teman Paragonian Zonasi 1! #ParagonUnited #WorldKahf</p>
2	 <p>9 Juli 2024</p>	<i>Benefit and Compensation</i>	<p>Hi teman-teman!</p> <p>Paragonian Excellence Award adalah program yang memberikan penghargaan kepada Paragonian yang telah berani seberdampak itu dan menjadi sosok excellence Selamat kepada para peraih Paragonian Excellence Award 2024! Semoga langkah baik ini selalu menginspirasi kita semua untuk terus memberikan yang terbaik. Mari kita jadikan momen ini sebagai pengingat bahwa setiap langkah kecil yang kita ambil dapat membawa dampak yang besar bagi banyak orang.</p> <p>#BeraniSeberdampakItu #PEA2024 #ParagonianExcellenceAward2024</p>

3



16 Agustus 2024

*Company Culture*

erani Bersatu, Wujudkan Kolaborasi.,

Hi Paragonian!  
 Di era yang terus berkembang, keberanian dan persatuan menjadfk Rekdatan Kia! Bersama-sama, kita kolaborasi untuk mencapai satu tujuan bersama, membangun masa depan yang tebit baik. Melalui cerita dari Kak Clarissa, Kak Agna, dan Kak Ranu ini, semoga menjadi pengingat dan inspirasi bagi kita semua Paragonian untuk terus menjaga semangat perjuangan, bersatu, dan berani menghadapi setiap tantangan di keseharian kita.

Bersatu dalam keberanian, wujudkan kolaborasi demi satu tujuan bersama.  
 #BeraniSeberaniltu  
 #DirgahayuRI79

4



20 September 2024

*Work Enviroment*

Siapa di sini yang penasaran dengan fasilitas dari kantor ParagonCorp? Hmm ada apa aja yaa? Kali ini Aya dan Hafidz mengajak kamu untuk melihat beberapa fasilitas yang ada di Head Office Paragon. Fasilitas apa nih yang paling ingin kalian coba?

There are many facilities in Paragon office that we want to show to you. Ditunggu ya untuk konten selanjutnya!

5

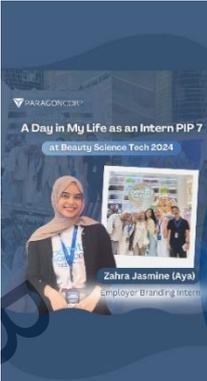


11 Oktober 2024

*Benefit and Compensation*

Umrah for Paragonians 2024!  
 As a special recognition for 7 years of dedicated service, Paragonian muslims at ParagonCorp are granted the incredible opportunity to embark on Umrah.

May this sacred journey deepen your devotion to Allah SWT, inspire greater compassion for others, and enhance productivity in the workplace. A meaningful blessing for your continued commitment!

6	 <p>28 November 2024</p>	<p><i>Product and Company brand Strength</i></p>	<p>[HOW DOES IT FEEL TO WORK AS RND AT PARAGONCORP]</p> <p>Hi, Future Leaders! YikkRa Kehalan dengan kakak Research &amp; Development dari ParagonCorp yang hadir pada acara Beauty Science Tech 2024! Kira-kira bagaimana ya rasanya menjadi RnD di Paragon? Cek konten terbaru untuk lihat sharing kakak Paragonian. Jangan lupa untuk datang ke Beauty Science Tech 2024 di Main Atrium, Senayan City untuk berdiskusi langsung dengan Paragon Researcher dan Beauty Experts! Kami tunggu di BST 2024 † #BST2024 #BeautyScienceTech #reshapingyourfuture</p>
7	 <p>22 Desember 2024</p>	<p><i>Work Life Balance</i></p>	<p>Happy Mother's Day to all mothers out there! Hi Future Leaders, siapa yang sudah ucapin Selamat Hari bu ke Ibu masing-masing? " It's a day to appreciate how powerful and loving mothers are. Tidak harus hadiah, ucapan kasih sayang yang kamu berikan akan berarti untuk mereka. Jadi, surat Hari Ibu versi kamu seperti apa, nih? + #GrowAtParagon #ParagonCorp #HappyMothersDay</p>
8	 <p>11 Januari 2025</p>	<p><i>Work Enviroment</i></p>	<p>[A Day in My Life as an <i>Employer branding</i> Intern PIP 7 at Beauty Science Tech 2024! Halo, Future Leaders! Siapa di sini yang masih ingat dengan event besar ParagonCorp, Beauty Science Tech 2024? Event ini sukses menjadi wadah kolaborasi inspiratif bagi inovasi di bidang g kecantikan, sains, dan teknologi! Kira-kira bagaimana ya keseharian anak intern di event ini?  Kenalan yuk, sama Zahra Aya! Sebagai <i>Employer branding</i> Intern PIP 7, Aya punya tugas seru dan menantang dalam mendukung jalannya event ini. Penasaran bagaimana Aya menjalani harinya? Simak pengalamannya dalam reels ini, ya! #ParagonCorp #ParagonInternshipProgram #UnleashYourPotential</p>

Sumber: Akun Instagram @Pargoncorp & @growatparagon

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting bagi peneliti, karena hal tersebut menjadi cara untuk peneliti dapat melaksanakan penelitiannya.

Secara umum teknik pengumpulan data merupakan cara bagi peneliti untuk mengumpulkan informasi dan data secara terstruktur agar mendapatkan data yang sesuai untuk penelitian yang akan dijalankan. Dalam penelitian ilmiah, menurut (Sugiyono, 2022) ada empat metode teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan. Secara garis besar, teknik pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai serangkaian metode terstruktur yang digunakan oleh peneliti untuk menghimpun informasi dan data yang relevan, dengan tujuan akhir memperoleh data yang akurat dan sesuai dengan fokus penelitian yang akan dijalankan.

Dalam penelitian analisis isi kualitatif, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi yang sesuai dengan karakteristik analisis isi itu sendiri yaitu melakukan pengamatan terhadap berbagai aspek. Metode dokumentasi sendiri ialah proses penghimpunan informasi mengenai suatu kejadian yang telah terjadi dan memiliki makna untuk diteliti (Sugiyono, 2022). Dalam teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi, peneliti dapat mengumpulkan catatan berupa tulisan, foto atau gambar, serta dalam bentuk visual lainnya.

Dalam mengumpulkan data yang sesuai untuk penelitian ini, terdapat beberapa cara bagi peneliti mengumpulkan data primer yang akan diteliti, yakni:

1. Peneliti mencari dan menemukan seluruh tinjauan literatur yang berkaitan dengan konten dan konsep *employer branding*.
2. Setelah mengumpulkan data melalui teknik dokumentasi berupa konten berbentuk gambar dan video, peneliti menyusun seluruh data berdasarkan periode yang telah peneliti tentukan pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon*

Dalam penelitian juga terdapat data lainnya yang penting yakni data sekunder, secara umum data sekunder ialah data kedua setelah data utama atau data primer. Data sekunder dari sebuah penelitian umumnya berbentuk studi pustaka yang dapat memberikan dukungan terhadap penelitian yang sedang dilakukan, data sekunder dari penelitian ini ialah studi pustaka, informasi mengenai *employer branding*. dengan demikian, data sekunder berupa studi pustaka ini menjadi elemen

krusial dalam melengkapi dan memperkuat validitas serta signifikansi penelitian mengenai *employer branding* yang sedang dilakukan.

### 3.5 Metode Pengujian Data

Keabsahan data dalam sebuah penelitian tentunya dapat tercapai melalui metode pengujian data untuk menguji keabsahan data. Dalam penelitian kualitatif sangat penting untuk melakukan pengujian data melalui beberapa metode, suatu data dapat diuji keabsahannya melalui *transferabilitas*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2022). Pada penelitian analisis isi kualitatif ini, peneliti menggunakan uji *confirmability* atau konformability untuk memastikan bahwa hasil daripada proses penelitian telah sesuai. Dalam penelitian ini untuk menguji keabsahan data, Peneliti menggunakan Rumus Holsti untuk menguji keabsahan data. Dimana rumus holsti dan uji *confirmability* meliatkan peran dari coder 2 yang merupakan seseorang dengan penguasaan metode analisis isi kualitatif dan dapat memahami mengenai *employer branding*. Dalam penelitian ini coder 2 nya ialah Berliana Siti Zahra, S.I.Kom. yang merupakan alumni Universitas Pembangunan Jaya yang mana coder 2 tersebut pernah melakukan analisis isi dengan fokus branding di media sosial.

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Gambar 3.1 Rumus Holsti

M: Jumlah coding yang sama

N1: Jumlah coding yang ditentukan oleh coder 1

N2: Jumlah coding yang ditentukan oleh coder 2

Pada penelitian analisis isi khususnya analisis isi konten, skala reabilitas akan menggunakan skala angka 0 hingga 1 yang dimana angka 0 memiliki arti ketidakreliabelan dan angka 1 memiliki tingkat reabilitas yang sempurna. Dalam penggunaan rumus Holsti nilai reabilitas yang dapat diterima ialah 70% atau dapat dianggap setara dengan nilai 0,7, sedangkan apabila nilai tersebut dibawah 70%

dianggap tidak dapat diterima. Dengan demikian apabila nilai nya setara atau lebih besar dari 0,7 atau 70% maka hal tersebut dianggap reliabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas

Kategori	Indikator	Coder		Uji	Presentase
		1	2	Reliabilitas	
<i>Employer branding</i>	<i>Work Life Balance</i>	10	10	2(9) / 9+9	100%
	<i>Benefits and Compensations</i>	4	3	2(3) / 4+3	85,71%
	<i>Work Enviroment</i>	14	14	2(14) / 14+14	100%
	<i>Company Culture</i>	18	19	2(18) / 18+19	97,3%
	<i>Product or Company Strength</i>	16	16	2(18) / 18+18	100%
Bentuk Pesan	Informatif	56	55	2(54) / 55+54	99,08%
	Persuasif	6	7	2(6) / 6+7	92,31%
Bentuk Konten	Single Image	2	2	2(2) / 2+2	100%
	Video (Reels)	37	37	2(37) / 37+37	100%
	Carousel	23	23	2(22) / 22+22	100%

Sumber: Olahan Peneliti

### 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif umumnya menggunakan analisis tematik, Analisis tematik adalah metode yang berfungsi untuk mengolah data melalui pengenalan pola dan penentuan tema dari data yang sudah di kumpulkan (Sugiyono, 2022). Untuk memahami dan menganalisis konten yang telah dikumpulkan yang berkaitan dengan konsep *employer branding* pada akun isntagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* . (Sugiyono, 2022) menjelaskan beberapa langkah dalam analisis tematik yang bisa diterapkan dalam penelitian ini, yakni:

1. Pemahaman Data: Pada tahap awal ini, peneliti akan mendalami fenomena dan data penelitian, serta menentukan konten *employer branding* pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* .
2. Koding Data: Tahap koding dalam penelitian ini melibatkan analisis mendalam terhadap kode-kode yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengekstraksi tema-tema yang relevan yang terkandung dalam konten *employer branding* yang menjadi fokus penelitian.
3. Identifikasi Tema: Pada tahap ini, peneliti melakukan proses verifikasi dan validasi tema-tema yang telah diidentifikasi melalui analisis kode.

4. Kesimpulan: Tahapan terakhir pada metode analisis data ialah menyimpulkan hasil koding yang telah dilakukan, kesimpulan mengenai gambaran mengenai tema-tema yang telah diidentifikasi dari konten-konten pada akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* .

Metode analisis tematik yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman bagaimana PT Paragon Technology and Innovation (PTI) menerapkan *employer branding* sebagai aktivitas *marketing communication* melalui akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* . Penelitian ini juga untuk melihat tema-tema *employer branding* yang muncul dalam konten di akun Instagram *@paragoncorp* dan *@growatparagon* selama periode 1 Juni 2024 – 31 Januari 2025.

Tabel 3.4 Tabel Kategorisasi

Kategori	Indikator	Keterangan	Bentuk Konten
<i>Employer branding</i> Mellin dalam (Sirrojudin & Sopiah) 2022	<i>Work Life Balance</i>	Keseimbangan antara pekerjaan dengan kehidupan pribadi. Indikator ini bertujuan untuk membangun kualitas kesehatan mental, meningkatkan output, dan konektivitas antar karyawan..	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menunjukkan waktu kerja yang fleksibel.</li> <li>2. Menunjukkan fasilitas yang menunjang kehidupan pribadi seperti <i>daycare</i> bagi karyawan.</li> <li>3. Pembagian waktu kerja yang jelas (adanya sistem shift).</li> <li>4. Menunjukkan waktu libur yang sesuai dengan kebutuhan karyawan.</li> <li>5. Konten <i>A Day In My Life</i></li> </ol>
	<i>Benefits and Compensations</i>	Penghargaan dan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan atas kerja keras karyawan. Bukan hanya imbalan pokok melainkan penghargaan lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penghargaan karyawan terbaik atau masa kerja.</li> <li>2. Bonus atau tunjangan gaji.</li> <li>3. Benefit kesehatan</li> </ol>
	<i>Work Enviroment</i>	<i>Work Enviroment</i> merupakan indikator yang menggambarkan keseluruhan suasana pekerjaan, saat karyawan bisa merasakan banyak hal dan kenyamanan yang luar biasa itu bisa disebut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menunjukkan hubungan yang baik karyawan (atasan dan rekan sejawat).</li> <li>2. Menunjukkan manajemen proyek yang sistematis.</li> </ol>

		sebagai perusahaan dengan lingkungan pekerjaan yang sehat.	3. Menunjukkan tantangan kerja.
	<i>Company Culture</i>	Budaya dari sebuah Perusahaan yang dapat menjadi pembeda dengan kompetitor serta menjadi acuan dalam mengambil keputusan. Indikator ini juga menunjukkan kebiasaan suatu perusahaan yang sudah menjadi nilai sejak lama ataupun sedang dibangun oleh Perusahaan.	1. Konten CSR 2. Konten yang menunjukkan budaya perusahaan terhadap masyarakat luas
	<i>Product or Company Strength</i>	Membangun persepsi publik seperti mitra kerja, klien, investor dan masyarakat dalam menilai kualitas produk. Sehingga perusahaan memiliki kekuatan dibandingkan brand lain.	1. Konten penghargaan perusahaan 2. Konten proses produksi produk
Bentuk Pesan	Informatif	Pesan informatif merupakan bentuk pesan yang dapat memberikan data dengan tujuan memberikan informasi yang valid kepada audiens. Dengan demikian, pesan informatif merupakan pesan yang dapat memberikan pengetahuan kepada audiens atau pengikut.	1. Konten yang menunjukkan budaya perusahaan yang sehat 2. Konten pencapaian karyawan dan perusahaan
	Persuasif	Pesan persuasif merupakan bentuk pesan yang bersifat ajakan atau seruan terhadap suatu hal kepada audiens ataupun pengikut.	1. Konten ajakan untuk terus menjaga lingkungan 2. Konten ajakan untuk menerapkan lingkungan kerja yang positif
Jenis Konten	<i>Single Image</i>	Jenis konten yang hanya memiliki 1 buah gambar dalam 1 postingan.	1. Konten ucapan tentang hari besar dalam agama
	<i>Reels</i>	Jenis konten yang berbentuk video pendek dalam satu buah postingan.	2. Konten video pendek terkait budaya perusahaan
	<i>Carousell</i>	Jenis konten yang terdiri lebih dari 2 konten foto atau video.	3. Konten terkait aktivitas perusahaan

Sumber: Olahan Peneliti

### 3.7 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa Keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Pemilihan konten, peneliti hanya memilih Konten yang menggunakan fitur kolaborasi maupun non kolaborasi pada akun *@paragoncorp* dan *@growatparagon*. serta peneliti tidak menggunakan konten yang diunggah selain kedua akun .
2. Peneliti tidak menganalisis terkait proses terbentuknya *employer branding* dalam perusahaan serta tidak menganalisis konsep lain tentang *employer branding* seperti konsep *Employee Value Proposition*.