

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian Strategi *Employer Branding* pada Media Sosial PT Adira Dinamika Multi *Finance* (@CeritaGardira) berusaha untuk mengetahui bagaimana strategi *employer branding* yang dilakukan perusahaan dalam media sosial akun Cerita Gardira untuk menciptakan reputasi yang baik ditengah karyawan dan calon karyawan. Saat ini PT Adira Dinamika Multi *Finance* berpegang teguh pada delapan prinsip dasar yang dimiliki harus disosialisasikan pada pihak internal terlebih dahulu, kemudian disebarluaskan atau dipromosikan pada pihak eksternal. Jika dibandingkan dengan langkah-langkah *employer branding* yang dicetuskan Backhaus & Tikoo dalam Sivertzen, Nilsen, dan Olafsen (2013), terdapat perbedaan dalam urutan langkah, di mana Backhaus & Tikoo berpendapat pesan perusahaan disebarluaskan secara eksternal, kemudian dikomunikasikan secara internal.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari para informan, perusahaan memiliki budaya kekeluargaan, visi misi yang memotivasi karyawan, mempunyai kesempatan untuk berkembang secara profesional, keselarasan jabatan dan *jobdesk*, serta upah yang wajar ditambah dengan tuangan-tunjangan lain yang mendukung. Melalui hal diatas, perusahaan sudah memenuhi dimensi kesuksesan *employer branding* yang dicetuskan Berthon dalam Yunita, Roshan, dan Quamliva (2022). Disebutkan bahwa kelima dimensi terdiri dari *social value*, *interest value*, *development value*, *application value*, *economic value*.

Dalam penerapannya di media sosial (@CeritaGardira), perusahaan mengatur strategi dengan menciptakan empat pilar yakni Cerita Kita, Perkaya Diri, Menarik Nih, dan Santuy Dulu, dengan tambahan kolaborasi dari program *internal communication* yang meliputi *A Day In My Life*, *Gardira News*, *Gardira Influencer*, dan *Gardira Journalist*. Pilar konten ini sebelumnya sudah melalui proses diskusi dari para penanggungjawab, sehingga jika dikaitkan dengan *konsep*

*social media marketing strategy* dalam teori *social media marketing* dari Tracy L. Tuten (2021). Ditemukan keselarasan secara garis besar dalam langkah-langkah yang ditempuh. Selain itu, dalam penerapannya seluruh pilar konten yang diciptakan perusahaan termasuk pada empat zona media sosial yang disebutkan Tuten, serta langkah *activation plan* yang diterapkan perusahaan dalam *editorial plan*. Kemudian perusahaan akan melakukan evaluasi tiap bulannya melalui *monthly report*, di mana hal ini juga disebutkan dalam langkah akhir dari *social media marketing strategy*.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus tunggal holistik. Diharapkan kepada penelitian yang akan mendatang dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan metode multikasus untuk melihat perbedaan atau penemuan baru dalam praktiknya di organisasi yang berbeda.

Selain itu, penelitian ini juga mendalami konten *employer branding* yang dilakukan dalam instagram dan *facebook*, sehingga pengembangan berikutnya dapat dilakukan melalui pendekatan *platform* media sosial yang berbeda, untuk melihat adanya perbedaan taktik dan karakteristik dalam *platform* media sosial.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Melihat dari variasi platform media sosial yang dipakai oleh perusahaan meliputi instagram dan facebook hingga saat ini, membuka akun CeritaGardira dalam platform Tiktok dapat dipertimbangkan. Hal ini

dikarenakan Tiktok sudah menjadi urutan keempat sebagai media sosial yang paling sering di akses di Indonesia (Riyanto, 2023).



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA