

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN
EMPLOYER BRANDING DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS PT DANAMAS INSAN KREASI ANDALAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Arsio Viriya Mulyawan

00000071146

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN
EMPLOYER BRANDING DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS PT DANAMAS INSAN KREASI ANDALAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Arsio Viriya Muliawan

00000071146

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Arsio Viriya Mulyawan

Nomor Induk Mahasiswa 00000071146

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**”PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN EMPLOYER BRANDING
DALAM MENINGKATKAN AWARENESS PT DANAMAS INSAN
KREASI ANDALAN”**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Desember 2025



Arsio Viriya Mulyawan

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN

KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Arsio Viriya Muliawan
NIM : 00000071146
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : Perancangan Digital Campaign Employer
Branding dalam Meningkatkan Brand Awareness
PT Danamas Insan Kreasi Andalan

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut :

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurna
- ☐ kan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)

- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 12 Januari 2026



Arsio Viriya Mulyawan



HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

**Tugas Akhir dengan judul Perancangan Digital Campaign Employer
Branding dalam Meningkatkan Brand Awareness
PT Danamas Insan Kreasi Andalan**

Oleh

Nama : Arsio Viriya Mulyawan

NIM 00000071146

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, Senin 15 Desember 2025

Ketua Sidang



Theresia LV Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si
NIDN 0307128703

Pembimbing



Helga L. Cakra Dewi, S.I Kom., M., Comm
NIDN 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arsio Viriya Mulyawan

NIM 00000071146

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : D3/S1/S2

Judul Karya Ilmiah : Perancangan Digital Campaign Employer Branding dalam Meningkatkan Brand Awareness PT Danamas Insan Kreasi Andalan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repository Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repository Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Desember 2025


Arsio Viriya Mulyawan

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan karya ini dengan judul:

“Perancangan Digital Campaign Employer Branding dalam Meningkatkan Brand Awareness PT Danamas Insan Kreasi Andalan”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Helga L. Cakra Dewi, S.I Kom., M., K, selaku Dosen pembimbing saya, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ovie Hana Director of Public Relation and Marketing Holiday Inn & Suites Gajah Mada selaku ahli yang sudah memberikan saya masukan terkait karya *employer branding* yang sudah saya lakukan.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bisa berguna untuk perusahaan tentang pentingnya *employer branding* agar perusahaan dikenal masyarakat baik secara internal maupun external

Tangerang, 15 Desember 2025



Arsio Viriya Mulyawan

PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN EMPLOYER BRANDING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PT DANAMAS INSAN KREASI ANDALAN

Arsio Viriya Mulyawan

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong perusahaan untuk membangun citra sebagai pemberi kerja yang menarik bagi Generasi Z. Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi bagi pelamar kerja dalam menilai reputasi dan budaya kerja perusahaan. PT Danamas Insan Kreasi Andalan selama ini dikenal melalui konten edukasi karir dan lowongan kerja, namun belum sepenuhnya menampilkan sisi humanis budaya kerja perusahaan. Karya ini merancang kampanye citra karyawan berbasis Instagram dengan mengacu pada konsep citra karyawan dan *marketing funnel*, yang difokuskan pada tahapan *awareness* dan *interest*. Pendekatan visual *storytelling* digunakan untuk menampilkan kehidupan kerja karyawan dan budaya perusahaan secara autentik melalui konten Reels, feed, dan Stories. Hasil perancangan menunjukkan bahwa strategi komunikasi visual yang konsisten dan humanis mampu meningkatkan perhatian serta ketertarikan pelamar kerja terhadap PT DIKA sebagai tempat berkarir.

Kata kunci: Citra Karyawan, Media Sosial, Instagram, Gen-Z, PT DIKA, Kesadaran Merek

DESIGNING A DIGITAL EMPLOYER BRANDING CAMPAIGN TO INCREASE BRAND AWARENESS AT PT DANAMAS INSAN KREASI ANDALAN

Arsio Viriya Muliyawati

ABSTRACT

The development of social media has encouraged companies to build an attractive employer image, particularly to engage Generation Z. Instagram is not only used as an entertainment platform, but also as an information source for jobseekers in evaluating a company's reputation and work culture. PT Danamas Insan Kreasi Andalan (PT DIKA) has been widely recognized through career education content and job vacancy information; however, the humanistic aspect of its workplace culture has not yet been fully represented on social media. This work designs an Instagram-based employer branding campaign by applying employer branding concepts and the marketing funnel, with a focus on the awareness and interest stages. A visual storytelling approach is employed to authentically portray employees' daily work life and company culture through Reels, feed posts, and Stories. The results indicate that consistent and human-centered visual communication strategies are effective in increasing jobseekers' attention and interest in PT DIKA as a place to build a career.

Keywords: Employer Branding, Media Sosial, Instagram, Gen-Z, PT DIKA Brand Awareness

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI).....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.2 Tujuan Karya.....	5
1.3 Kegunaan Karya.....	5
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	5
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Referensi Karya.....	7
2.2 Landasan Konsep	21
A. Awareness dalam Marketing Funnel	22
B. Employee Value Proposition.....	23
C. AISAS Model	26
D. Digital Marketing	28
E. Brand Awareness	29
BAB III	
METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	32
3.1 Tahapan Pembuatan.....	32
3.2. Rencana Anggaran	51
3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI.....	52
BAB IV	
STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	53
4.1 Strategi Perancangan	53
4.1.1 Research	53
4.2 Implementasi Karya	76
4.2.1 Hasil Karya.....	79
4.3 Evaluasi	80

4.3.1 Evaluasi dari Sisi Kualitas Karya.....	81
4.3.2 Evaluasi dari Sisi Konsep dan Strategi Kampanye	82
4.3.3 Evaluasi Kinerja Kampanye Berdasarkan Data Media Sosial	83
4.3.4 Evaluasi Dampak Terhadap Tujuan Employer Branding	84
BAB V	
SIMPULAN SARAN.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Akademis.....	87
5.2.2 Saran Praktis.....	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya...	10
Tabel 3.2.1 Tabel Anggaran Dana...	51
Tabel 4.2 Hasil Digital Campaign <i>Life at DIKA</i>...	80
Tabel 4.4 Kesimpulan Dari Kampanye...	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan Digital Global Penggunaan Platform Instagram...	1
Gambar 2.2.1 Marketing Funnel Model...	23
Gambar 2.2.2 Employee Value Proposition...	24
Gambar 2.2.3 AISAS Model...	26
Gambar 2.2.4 Brand Awareness Model...	30
Gambar 3.1.2.1 Menganalisis Social Media PT DIKA...	37
Gambar 3.1.2.2 Menganalisis Social Media Ternak Uang...	42
Gambar 3.1.2.3 Sampel Font Anton...	43
Gambar 3.1.2.4 Konten Pilar...	47
Gambar 4.1.4 Insight Social Media PT DIKA...	72
Gambar 4.2.1 Desain Feeds Instagram PT DIKA...	76
Gambar 4.2.2 Desain Feeds Instagram PT DIKA...	77
Gambar 4.2.3 Desain Feeds Instagram PT DIKA...	78
Gambar 4.3.1 Views Instagram PT DIKA Sebelum <i>Campaign</i>	84
Gambar 4.3.2 Views Instagram PT DIKA Setelah <i>Campaign</i>.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Izin Pembuatan Karya

Lampiran B Konsultasi Form (Wajib Ada)

Lampiran C Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial

Lampiran D Konsultasi Ahli Praktisi

Lampiran E Career Acceleration Program Track 2

Lampiran F Lembaran Ilkom Card

Lampiran G Publikasi

Lampiran H Turnitin