

## PEMBUATAN RANCANGAN KEGIATAN SEBAGAI BENTUK EMPLOYER BRANDING DI PT X

Evelina Florensia Rudy<sup>1</sup>, Eunike Filia Christy<sup>2</sup>, Dinda Augest Brilianti<sup>3</sup>, Zamralita<sup>4</sup>, dan Venesia<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Psikologi, Universitas Tarumanagara  
Email: evelina.705190043@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Jurusan Psikologi, Universitas Tarumanagara  
Email: eunike.705190169@stu.untar.ac.id

<sup>3</sup>Jurusan Psikologi, Universitas Tarumanagara  
Email: dinda.705190181@stu.untar.ac.id

<sup>4</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara  
Email: zamralita@fpsi.untar.ac.id

<sup>5</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara  
Email: venesia31@gmail.com

### ABSTRACT

*Having a good corporate image is important in improving the quality of a company. To get a good image, a strategy called employer branding is needed. PT X as a national company also carries out employer branding through social media, advertising, events, and other employee advocacy programs. The PKM implementation team will assist PT X by compiling an activity plan aimed at employer branding. The activities are designed in the form of webinar activities targeting the wider community, and especially prospective employees to increase their introduction/awareness about PT X. The design of this activity is set out in the form of a training module with the topic of lifelong learning for a successful career, which aims to raise awareness and understanding of participants regarding improving the quality of performance, practical methods that can be used to become lifelong learners in career growth. This module is organized and divided into two parts, the first part describes the common problems experienced by employees while working, and the second part describes the solutions that employees can use for their personal and career growth. The content of the first part of the module is the fundamental material that explains the concepts of cognitive overload, learner level, fluid, and crystallized intelligence, and their relationship to career development. Then the contents of the second part of the module will explain intentional learning which consists of explanations and steps in growth and a curiosity mindset. Evaluation of the design of this activity was carried out by distributing an online questionnaire with a google form containing questions about impressions and messages about the activity design.*

**Keywords:** *employer branding, lifelong learners, career*

### ABSTRAK

Memiliki citra perusahaan yang baik merupakan hal yang penting dalam meningkatkan kualitas sebuah perusahaan. Untuk mendapatkan citra yang baik, diperlukan strategi yang disebut *employer branding*. PT X sebagai salah satu perusahaan nasional pun melakukan *employer branding* melalui media sosial, *advertising*, *event*, dan program *employee advocacy* lainnya. Tim pelaksana PKM akan membantu PT X dengan menyusun rancangan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan *employer branding*. Kegiatan yang dirancang berupa kegiatan webinar dengan target peserta masyarakat luas, dan khususnya calon karyawan untuk meningkatkan pengenalan/kesadaran mengenai PT X. Rancangan kegiatan ini dituangkan dalam bentuk modul pelatihan dengan topik *lifelong learning for successful career*, yang bertujuan menumbuhkan kesadaran dan pemahaman peserta mengenai peningkatan kualitas kinerja, metode praktis yang dapat digunakan untuk menjadi *lifelong learners* dalam pertumbuhan karir. Modul ini disusun dan dibagi ke dalam dua bagian. Bagian modul pertama menjelaskan mengenai masalah umum yang dialami karyawan selama bekerja, dan bagian modul kedua menjelaskan mengenai solusi yang dapat digunakan karyawan untuk pertumbuhan diri dan karirnya. Isi dari bagian modul pertama adalah materi dasar yang menjelaskan mengenai konsep kognitif dalam hubungannya dalam perkembangan karir. Lalu isi dari bagian modul kedua akan menjelaskan mengenai *intentional learning* yang terdiri dari penjelasan dan langkah-langkah dalam *growth* dan *curiosity mindset*. Evaluasi terhadap rancangan kegiatan ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* dengan Google Form yang memuat pertanyaan mengenai kesan dan pesan tentang rancangan kegiatan tersebut.

**Kata Kunci:** *employer branding, lifelong learners, career*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam dunia industri, terdapat persaingan yang ketat antar perusahaan-perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan. Untuk meningkatkan kualitas tersebut, diperlukan juga karyawan yang dapat menjalankan visi dan misi perusahaan dengan baik sehingga mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dengan adanya persaingan ketat dalam mendapatkan karyawan yang terbaik, maka diperlukan strategi yang dapat menarik perhatian para talent terbaik dengan cara *employer branding*.

*Employer branding* merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja karyawan dan membangun reputasi perusahaan (Rommalla, 2020). Istilah *employer branding* menunjukkan diferensiasi karakteristik perusahaan sebagai pemberi kerja dari para pesaingnya (Backhaus & Tikoo, 2004). *Employer branding* berkaitan dengan citra dan reputasi organisasi di mata konsumen, para pemegang saham, karyawan dan tentu saja kandidat karyawan. *Employer branding* juga menggambarkan budaya kerja dan nilai-nilai korporasi yang membedakannya dari perusahaan lain. Dengan menggunakan *employer branding*, perusahaan dapat mempertahankan sikap dan kinerja karyawan agar dapat memberikan hasil kerja yang optimal dan bermanfaat bagi karyawan dan perusahaan.

*Employer branding* ini bertujuan agar merubah citra perusahaan menjadi tempat bagi karyawan untuk berkembang seiring pencapaian tujuan organisasi, bukan sekadar tempat menjalankan rutinitas mencari nafkah. Dikarenakan karyawanlah yang menceritakan ke teman-teman mereka dan orang-orang di luar tentang bagaimana perusahaan memperlakukan karyawan, bagaimana budaya perusahaan berpengaruh pada proses bisnis dan produk, dan apa perasaan mereka bekerja di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, karyawan di perusahaan bisa menjadi *brand ambassador* terbaik dan juga paling loyal. Tujuan lain dari *employer branding* yaitu untuk melancarkan proses seleksi karyawan baru agar lebih mudah mendapatkan kandidat terbaik dan juga dapat mempertahankan kandidat tersebut.

Prinsip utama dari membangun *employer branding* yang kuat adalah menciptakan lingkungan kerja sebagai tempat idaman karyawan untuk memvisualisasikan dan mewujudkan visi karyawan. HR dapat memanfaatkan *employer branding* untuk membuat citra perusahaan menjadi lebih baik, sehingga banyak peminat calon karyawan baru untuk bekerja di perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian Backhaus dan Tikoo (2004), didapatkan bahwa HR dapat menggunakan *employer branding* sebagai wadah di mana mereka dapat menyalurkan aktivitas perekrutan dan retensi karyawan yang berbeda ke dalam strategi sumber daya manusia yang terkoordinasi. Mengintegrasikan perekrutan, penempatan staf, pelatihan dan pengembangan dan aktivitas manajemen karir di bawah satu wadah akan memiliki efek yang sangat berbeda dari masing-masing proses itu sendiri.

Cara membangun *employer branding* dapat melalui *career site*, media sosial, dan *employee advocacy* atau pembelaan karyawan (Questibrilian, 2019). Selain itu *employer branding* dapat dilakukan melalui *open job positions*, *work culture and perks*, *employee experience and on boarding*, *employee testimonials*, *employee spotlights*, *company events and initiatives*, *career growth and support* (Kunsmann, 2022). PT X bergerak di bidang industri makanan dan minuman. PT X merupakan salah satu perusahaan yang melihat pentingnya implementasi *employer branding* di internal maupun eksternal perusahaan. *Employer branding* di internal perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan karyawan, retensi karyawan dan produktivitas karyawan. *Employer branding* di eksternal perusahaan bertujuan untuk membangun citra yang baik di luar perusahaan, terutama bagi calon karyawan, sehingga *talent* tertarik untuk melamar di perusahaan. Teknik *employer branding* di PT X, pertama, *attract: the importance of social media*, yaitu mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan media sosial. Kedua, *aggressively approach university*, dengan mengunjungi universitas secara agresif untuk kampanye *branding* perusahaan, kerja sama berupa magang, kunjungan perusahaan, MoU (*Memorandum of Understanding*),

ataupun beasiswa. Ketiga, *develop employee value proposition*, yang menawarkan nilai perusahaan sebagai daya tarik, untuk menarik bakat baru dengan menginformasikan melalui semua jalur komunikasi. Keempat, *implement recruitment marketing*, yaitu proses mempromosikan merek perusahaan secara eksternal, menggunakan media sosial dengan pendekatan yang orisinal dan konsisten. Kelima, *strategy: job fair – offline & virtual*, hasil kegiatan akan dimasukkan ke *career site* PT X yang dijadikan tempat dokumentasi hasil *branding*. Keenam, *employee referral*, metode internal untuk mencari kandidat. *Employee referral* adalah program terstruktur perusahaan dan organisasi yang digunakan untuk menemukan orang-orang berbakat, dengan meminta karyawan yang ada untuk merekomendasikan kandidat dari jaringan mereka yang sudah ada. Ketujuh, *behavioral interview techniques*, tes psikologi dan tes wawancara dengan teknik STAR (*Situation, Task, Action, Result*). Kedelapan, *innovation and breakthrough in selection process* dengan terus-menerus melakukan inovasi, seperti proses-proses recruitment yang sebelumnya manual menjadi otomatis dengan *online selection test*. Kesembilan, *onboarding new employee*, dengan membuat karyawan baru merasa diterima dan menjadi bagian dari perusahaan, memastikan karyawan baru memiliki informasi dasar sehingga mereka dapat melakukan pekerjaannya dengan baik, memahami organisasi secara luas (visi, misi, budaya, dan nilai-nilai bersama perusahaan) serta membantu karyawan memulai sosialisasi di perusahaan. Terakhir, *improvement* dengan tetap memperhatikan sistem manajemen, lingkungan kerja yang nyaman, hingga memberikan kompensasi. Dengan melakukan strategi tersebut *impressions rate, follower, engagement rate* hingga kandidat baru meningkat pesat.

Tim pelaksana PKM akan membantu PT X dalam melakukan kegiatan *employer branding* yang dapat ditujukan bagi karyawan di internal perusahaan maupun bagi calon karyawan di eksternal perusahaan melalui pengadaan *event*. Tim pelaksana PKM akan membantu merancang suatu kegiatan yang dapat digunakan oleh PT X dalam mengadakan suatu *event* melalui webinar sebagai wadah *employer branding*. Hasil dari pelaksanaan kegiatan webinar pun dapat digunakan oleh perusahaan untuk *employer branding* dengan menuangkan dokumentasi kegiatan di *career site* PT X.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan PKM dilakukan oleh mahasiswa Universitas Tarumanagara dari Fakultas Psikologi yang berkolaborasi dengan Divisi People Development dan Divisi Recruitment PT X. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk membuat rancangan kegiatan bagi PT X yang akan digunakan untuk melakukan *employer branding*, baik bagi calon karyawan di eksternal perusahaan maupun bagi karyawan di internal perusahaan.

### Penentuan Topik Kegiatan

Pembuatan rancangan kegiatan ini diawali dengan penentuan topik/materi kegiatan. Untuk menentukan topik/materi kegiatan, tim pelaksana PKM mewawancarai karyawan dari Divisi People Development dan Recruitment PT X. Berdasarkan hasil wawancara, sasaran kegiatan *employer branding* adalah calon karyawan yang akan bekerja di PT X. Tujuan PT X melakukan *employer branding* adalah untuk meningkatkan *skill* dan kompetensi calon karyawan. Selain itu, kegiatan ini pun dapat digunakan sebagai terobosan untuk membantu karyawan maupun calon karyawan menemukan metode yang efektif dalam perjalanan mereka menjadi pembelajar seumur hidup / *lifelong learners*.

Setelah menentukan topik/materi kegiatan, tim pelaksana PKM mencari fenomena yang saat ini sering dialami karyawan maupun calon karyawan. Langkah ini dilakukan dengan studi literatur. Dari hasil studi literatur, didapatkan bahwa kesejahteraan karyawan dan calon karyawan mulai menurun dikarenakan meningkatnya pemutusan hubungan kerja (PHK) yang membuat karyawan mulai merasakan *job insecurity*, meningkatnya tingkat stres, menurunnya motivasi kerja, dan

menurunnya kualitas kerja di suatu perusahaan (Rahmawati, 2021). Selanjutnya, tim pelaksana PKM mencari persilangan antara kebutuhan perusahaan dan fenomena yang sedang terjadi pada calon karyawan. Berdasarkan hasil studi literatur mengenai fenomena yang dialami oleh karyawan dan calon karyawan, tim pelaksana PKM pun mengusulkan beberapa topik dan mendiskusikannya dengan tim di Divisi People Development dan Recruitment di PT X. Beberapa topik yang diusulkan adalah *“Design Your Career: Find Your Opportunity With Growth Mindset”*. Berdasarkan hasil diskusi tersebut, tim pelaksana PKM akan membuat kegiatan yang bertujuan mengadakan sharing knowledge dan psikoedukasi kepada karyawan maupun calon karyawan dengan materi fixed mindset, growth mindset, dan career adaptability. Selain itu, tim pelaksana PKM pun akan menambahkan materi tentang fenomena yang dialami fresh graduate saat ingin bekerja atau membangun karir serta membagikan cara-cara yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan karir, memberikan gambaran mengenai dunia kerja, dan memperkenalkan people development. Kegiatan ini pun bertujuan untuk memberikan kesempatan kerja bagi calon karyawan dengan menyampaikan informasi lowongan yang ada di perusahaan dan memperkenalkan PT X kepada calon karyawan. Oleh karena itu, kegiatan ini pun akan memuat sesi bagi PT X untuk melakukan branding mengenai perusahaan dengan memperkenalkan perusahaan dan cara-cara perusahaan, khususnya departemen People Development dalam membangun culture perusahaan dan dalam mendukung pengembangan karyawan. PT X pun dapat menyampaikan informasi lowongan pekerjaan yang ada di perusahaan agar calon karyawan tertarik untuk melamar di perusahaan.

Berdasarkan hasil studi literatur dan diskusi dengan tim People Development dan Recruitment, maka kegiatan yang akan digunakan untuk employer branding di PT X adalah seminar online atau webinar dengan judul *“Design Your Career: Find Your Opportunity With Growth Mindset”*. Selanjutnya, tim pelaksana PKM akan membuat rancangan kegiatan ini sebagai panduan bagi PT X dalam menyelenggarakan kegiatan ini. Rancangan kegiatan ini akan digunakan oleh People Development di PT X. Sasaran kegiatan ini adalah karyawan maupun calon karyawan yang terdiri dari mahasiswa, fresh graduate, dan para pencari kerja dengan rentang usia antara 18 hingga 25 tahun. Jumlah peserta yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah minimal 100 partisipan.

Seluruh evaluasi mengenai kegiatan akan kami dapatkan melalui google form, untuk mempermudah peserta dan panitia kami tim pelaksana PKM membagi evaluasi menjadi beberapa bagian. Bagian pertama menanyakan tanggapan peserta mengenai materi yang disampaikan. Bagian kedua, menanyakan tanggapan peserta mengenai webinar. Bagian ketiga, menanyakan kesan dan pesan setelah mengikuti kegiatan.

### **Penyusunan Rancangan Kegiatan**

Tim pelaksana PKM menyusun rancangan kegiatan yang terdiri dari judul kegiatan, tujuan, manfaat, metode, dan rincian materi. Rincian materi terdiri dari uraian materi yang akan disampaikan, media dan sarana yang diperlukan serta durasi kegiatan.

# **RANCANGAN KEGIATAN WEBINAR**

**“Lifelong Learning for Successful Career”**

APRIL 2022

**Gambar 1. Judul Rancangan Kegiatan**



## Tujuan

Tujuan dari modul ini adalah untuk meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya belajar setelah memasuki dunia kerja. Kesadaran untuk memulai proses belajar penting dilakukan sejak dini untuk menumbuhkan kemampuan dan pengalaman seorang individu agar dapat membuat dirinya lebih sukses di dunia kerja. Dengan mengulangi proses belajar, seorang individu akan terbiasa untuk berkembang tanpa henti. Perkembangan tanpa henti inilah yang menjadi salah satu ciri pembelajar seumur hidup. Membiasakan diri untuk menjadi pembelajar seumur hidup juga mempermudah individu dalam pengembangan karirnya. Dengan perkembangan ini, dirinya tidak perlu bergantung pada program pelatihan perusahaan dan dapat menjadi lebih mandiri saat mendalami materi atau melewati proses belajar tertentu.

### **Gambar 2. Tujuan Rancangan Kegiatan.**



## Manfaat

Manfaat kegiatan ini adalah agar peserta bisa mempersiapkan diri secara maksimal sebelum memulai karir agar dapat mencapai kesuksesan karir. Pada umumnya, peserta merupakan mahasiswa usia dewasa awal di mana pada usia tersebut, seseorang memasuki tahap memulai karir. Peserta dapat menggunakan materi yang diberikan sebagai pedoman untuk meningkatkan efektivitas dalam belajar dan menghindari hambatan yang dapat memperlambat perkembangan diri.

### **Gambar 3. Manfaat Kegiatan.**



## Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berbentuk ceramah dan diskusi yang disampaikan oleh narasumber kepada peserta kegiatan. Kegiatan ini akan diikuti oleh mahasiswa, fresh graduate, dan para pencari lowongan kerja yang berusia 18 hingga 25 tahun. Target peserta dalam acara ini berjumlah minimal 100 orang partisipan.

### **Gambar 4. Metode Pelaksanaan Kegiatan.**

## Tujuan Materi

Materi	Tujuan
Pembukaan	Peserta mengetahui gambaran umum mengenai peran People Development dalam membangun budaya organisasi di perusahaan, tujuan pengembangan di perusahaan dan program-program pengembangan yang ada di perusahaan.
Pentingnya belajar dan mengembangkan diri untuk pertumbuhan karir di <b>usia dini</b>	Peserta memahami pentingnya mengembangkan diri sejak dewasa awal melalui teori kecerdasan, peserta dapat belajar dengan metode yang lebih baik, dan dapat menghadapi tantangan belajar untuk pertumbuhan karir
Mengembangkan keterampilan dan bakat dengan <b>Growth Mindset</b>	Peserta memahami kemampuan dapat dikembangkan melalui kerja keras, usaha, dan dedikasi. Sehingga peserta akan terus memperbaiki kualitas diri, mampu menikmati segala tantangan dalam hidup, menghargai segala proses yang dilalui, dan berusaha dalam mengembangkan keterampilan atau kemampuan baru dalam mencapai tujuan hidup.
Membuat pembelajaran seumur hidup ( <b>lifelong learner</b> ) menjadi <b>habit</b>	Peserta memahami tingginya kebutuhan untuk selalu memperbaharui kemampuan / skill. Peserta diharapkan juga memahami kemampuan / skill dapat dikembangkan menggunakan keinginan belajar yang tinggi berdasarkan keinginan untuk berkembang secara terus-menerus atau keingintahuan tanpa henti sesuai tujuan pribadi untuk mengembangkan kehidupan pribadi dan profesional.

Gambar 5. Tujuan Materi dari Kegiatan.

## Rincian Kegiatan

Materi	Sub-Materi	Prosedur	Perlengkapan / Media dan Sarana ?	Durasi (Menit)
Pembukaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kegiatan pengembangan budaya organisasi seperti <i>training</i> melalui <i>online learning</i>, media sosial, dan program kepemimpinan di PT. X</li> <li>Membuat program pengembangan budaya organisasi lainnya agar karyawan menjadi lebih produktif dalam bekerja baik secara individu maupun tim.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kata sambutan dari PT. X</li> <li>Penyampaian Agenda Webinar oleh Moderator</li> <li>Narasumber membuka kegiatan</li> <li>Narasumber menyampaikan materi people development</li> </ol>	Platform Zoom meeting Powerpoint, Virtual background	20 Menit
Pentingnya belajar dan mengembangkan diri untuk pertumbuhan karir di <b>usia dini</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teori kecerdasan raymond cattell</li> <li>Metode Belajar 70:20:10</li> <li>Tantangan belajar (<i>cognitive overload</i>)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Narasumber menjelaskan kaitan antara teori kecerdasan raymond cattell dengan usia ideal untuk belajar</li> <li>Narasumber menjelaskan metode belajar <i>level learner</i></li> <li>Narasumber menjelaskan kaitan antara <i>cognitive overload</i> dengan pemahaman</li> <li>Narasumber menjelaskan cara mengaplikasikan</li> </ol>	Platform Zoom meeting, Powerpoint	20 Menit

		metode 70:20:10 untuk pembelajaran mandiri / pengembangan karir		
Mengembangkan keterampilan dan bakat dengan <b>Growth Mindset</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian dan pentingnya mindset.</li> <li>• 2 Tipe <i>mindset</i> (<i>growth</i> dan <i>fixed mindset</i>).</li> <li>• Karakteristik <i>growth</i> dan <i>fixed mindset</i>.</li> <li>• Manfaat <i>growth mindset</i> dan dampak <i>fixed mindset</i>.</li> <li>• Cara mengubah mindset dari <i>fixed</i> ke <i>growth mindset</i>.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Narasumber menjelaskan materi</li> <li>2. Peserta mengisi kuis <i>growth mindset</i> (<i>self-assessment</i>)</li> </ol>	Kuesioner <i>Growth mindset</i>	20 Menit
Membuat pembelajaran seumur hidup ( <i>lifelong learner</i> ) menjadi <b>habit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan <i>lifelong learner</i>, kaitannya dengan <i>intentional learning</i>.</li> <li>• <i>Mindset</i> seorang <i>lifelong learner</i>.</li> <li>• <i>Skills</i> yang diperlukan untuk menjadi <i>lifelong learner</i>.</li> <li>• Manfaat menjadi <i>lifelong learner</i>.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Narasumber menjelaskan secara garis besar <i>overview</i> yang akan dibahas pada materi <i>lifelong learner</i>.</li> <li>2. Narasumber menjelaskan sub-materi <i>lifelong learner</i>.</li> <li>3. Moderator membuka sesi tanya jawab.</li> <li>4. Moderator menyebarkan Google Form sebagai evaluasi kegiatan.</li> </ol>	Platform Zoom meeting, Form Evaluasi	30 Menit 10 Menit (QnA) 10 Menit (Evaluasi)

Gambar 6. Rincian Kegiatan

### Penyusunan Lampiran Rancangan Kegiatan

Setelah itu, tim pelaksana PKM pun menyusun perlengkapan-perengkapan yang dibutuhkan untuk kegiatan ini, yang terdiri dari Power Point materi, kuesioner Growth Mindset dan Google Form Evaluasi Kegiatan.

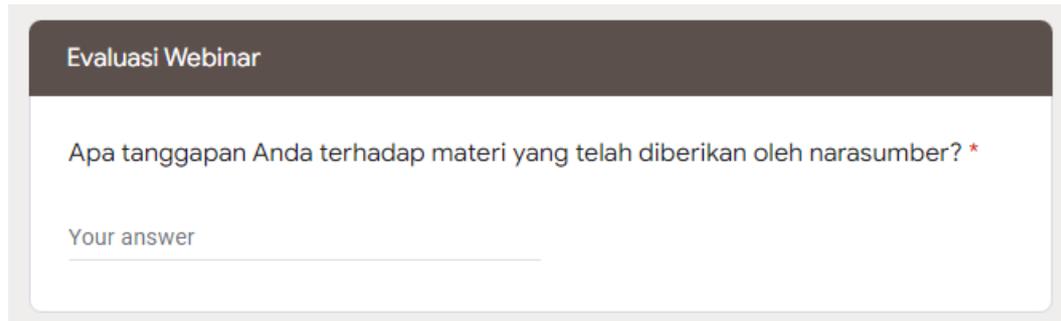


Gambar 7. Power Point Materi Kegiatan

When I'm not good at something at first, I keep practicing. Even a little progress makes a difference. \*

- Strongly disagree  
 Disagree  
 Agree  
 Strongly Agree

Gambar 8. Kuesioner Growth Mindset.



Evaluasi Webinar

Apa tanggapan Anda terhadap materi yang telah diberikan oleh narasumber? \*

Your answer

**Gambar 9. Google Form Evaluasi Kegiatan.**

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini menghasilkan rancangan suatu kegiatan yang dapat digunakan oleh PT X dalam mengadakan suatu *event* melalui webinar sebagai wadah *employer branding*. Rancangan kegiatan ini berjudul *Lifelong Learning for Successful Career*, yang dituangkan dalam bentuk modul.

Setelah modul kegiatan selesai dibuat, tim pelaksana PKM pun melakukan evaluasi dengan meminta *feedback* dari perusahaan dengan mewawancarai karyawan di Divisi People Development dan Recruitment PT X. Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan bahwa bagian pertama mengenai modul sudah memiliki konsep acara dan susunan materi dapat digunakan untuk kegiatan *employer branding*. Selain itu konsep acara dan susunan materi yang tim pelaksana PKM buat sudah sangat baik.

*Feedback* positif yang diberikan oleh PT X saat proses wawancara seperti:

1. Desain power point sudah baik.
2. Susunan materi di modul sesuai dengan konsep kegiatan.
3. Konsep kegiatan sudah baik.
4. Form evaluasi dibuat sangat baik menggunakan skala likert.

Agar kegiatan *employer branding* dapat berjalan dengan lebih maksimal pembimbing menyarankan durasi pelaksanaan dalam modul dapat secara keseluruhan dipersingkat menjadi 1 jam 30 menit. Durasi pelaksanaan harus dipersingkat dikarenakan kegiatan ini difokuskan untuk memaksimalkan kegiatan *employer branding* perusahaan. Pembimbing menyarankan tim pelaksana PKM untuk menambahkan kegiatan interaktif dan *games* ke dalam modul. Tujuan penambahan kegiatan interaktif dan *games* adalah untuk membuat suasana webinar *employer branding* menjadi lebih santai dan *fun* agar peserta kegiatan ini dapat lebih menikmati acara ini, alasan lain dari penambahan kegiatan interaktif dan *games* adalah agar peserta tidak terlalu tertekan oleh banyaknya materi yang diberikan. Sehingga melalui kegiatan interaktif dan *games* kegiatan *employer branding* ini dapat menjadi lebih seimbang dalam aspek penyampaian materi, *employer branding*, dan antusias partisipan.

### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pembuatan rancangan kegiatan *employer branding* di PT X adalah PT X sudah memanfaatkan *employer branding* dengan baik melalui berbagai metode *employer branding*. Pengadaan *event* adalah salah satu cara untuk *employer branding*, yang tentunya perlu dirancang dengan jelas dan detail agar pelaksanaan kegiatan mencapai sasaran. Rancangan kegiatan yang dibuat oleh tim pelaksana PKM dirasakan manfaatnya bagi PT X, sebagai salah satu program *employer branding* dalam menjangkau calon karyawan dan meningkatkan *awareness* calon karyawan mengenai perusahaan.

Saran untuk PT X adalah agar modul dan perlengkapan yang telah disiapkan oleh tim pelaksana PKM ditinjau kembali, kemudian melakukan evaluasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan *event* webinar.

### **Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)**

Tim pelaksana PKM mengucapkan terima kasih kepada PT X yang telah memberikan izin, dukungan dan fasilitas juga kesempatan untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan sangat baik. Selain itu tim pelaksana PKM juga mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan sangat baik dan selesai tepat pada waktunya.

### **REFERENSI**

- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career development international*, 9(5), 501–517. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
- Kunsmann, T. (2022, April 14). 7 Employer Branding Content Types For Employees To Share. *EveryoneSocial*. <https://everyonesocial.com/blog/employer-branding-content/>
- Questibriilia, B. (2019, August 21). *Pengertian Employer Branding dan Bagaimana Cara Membangunnya*. Jojonomic | Aplikasi HRIS, Human Capital & Expense Management. <https://www.jojonomic.com/blog/employer-branding/>
- Rahmawati, S. (2021). Pengaruh Job Insecurity Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Perceived Organizational Support Dan Psychological Empowerment Sebagai Variabel Moderasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Johnson, S. J., Blackman, D. A., & Buick, F. (2018). *The 70:20:10 framework and the transfer of learning*. *Human Resource Development Quarterly*. doi:10.1002/hrdq.21330

---

*(halaman kosong)*