



## RINGKASAN

MAULIDA DYAH SAFITRI PRANOTO. Peran *Public Relation Officer* dalam Membuat Strategi *Employer Branding* melalui *Instagram* “Warta Bogasari” di PT Indofood Sukses Makmur Tbk Divisi Bogasari. *The Role of Public Relations Officer in Making Employer Branding Through Instagram “Warta Bogasari” At PT Indofood Sukses Makmur Tbk Bogasari Division*. Dibimbing oleh RACHMAT PAMBUDY.

Aktivitas yang berhubungan dengan perusahaan memang terkadang perlu untuk diabadikan melalui momen-momen tertentu, mulai dari kegiatan kesehariannya, berkembangnya kebutuhan perusahaan terhadap karyawan yang sesuai dengan *standard* untuk mendukung bisnis saat ini menyebabkan munculnya fenomena yang disebut dengan *war talent*. *War talent* sendiri merupakan perubahan dalam cara menarik dan juga mempertahankan talent sebagai karyawan perusahaan. Kemunculan *war talent* berimplikasi pada adanya kebutuhan perusahaan untuk melakukan pemasaran dari sisi sumber daya manusia. Selain untuk menarik perhatian calon karyawan potensial, perusahaan harus juga menjaga karyawan agar terus tetap atau *loyal* terhadap perusahaan. Salah satu perwujudannya adalah *employer branding*.

Penulisan Laporan Akhir ini memiliki tujuan untuk menjelaskan mengenai Peran *Public Relations Officer* dalam Membuat Strategi *Employer Branding* melalui *Instagram* “Warta Bogasari” di PT Indofood Sukses Makmur Tbk Divisi Bogasari, serta menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi dalam membangun strategi tersebut. Laporan Akhir ini disusun berdasarkan data yang didapat pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Indofood Sukses Makmur Divisi Bogasari Flour Mills, yang berlokasi di Jl. Cilincing 1 Kota Jakarta Utara. Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, 14110. PKL dilaksanakan selama 40 hari dalam tenggang waktu 1 Februari 2022 hingga 1 April 2022. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan secara *hybrid (offline dan online)* melalui ketetapan yang diberlakukan oleh pihak perusahaan sebagai penyesuaian atas Level PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang ditetapkan Pemerintah terkait pengendalian lonjakan kasus Covid-19. Data terdiri data sekunder yang didapat melalui studi pustaka, partisipasi aktif.

*Employer branding* yang digunakan untuk mempromosikan kegiatan yang berhubungan dengan karyawan dengan menggunakan *platform* media sosial. Jejaring sosial melalui media sosial kini menyebar dimana-mana, salah satunya *Instagram*. Melalui peran *Public Relations Officer* ini juga cukup berpengaruh dalam hal mengomunikasikan sesuatu terkait dengan bagaimana menjaga citra positif yang baik bagi perusahaan, dan tujuan utama *Public Relations* sendiri adalah untuk menciptakan, melindungi, dan juga membantu proses *employer branding* yang nantinya mereka akan memperkenalkan, salah satu perusahaannya yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Divisi Bogasari.

Kata kunci: *employer branding, instagram, public relations*