

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

HASIL WAWANCARA

No	Pertanyaan	Jawaban	Informan
1	Bagaimana strategi Klinik Ella dalam memperkenalkan <i>employer branding</i> kepada calon karyawan?	SN (<i>Recruitment Supervisor</i>) “Yang ingin ditunjukkan bukan hanya pekerjaan yang dilakukan, tetapi bagaimana suasana bekerja di dalam organisasi sehingga orang bisa melihat pengalaman yang ditawarkan ketika bergabung.” Organisasi memperkenalkan pengalaman dan suasana kerja kepada publik <i>Press Agency Employer Value Proposition (EVP)</i>	SN
2	Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam <i>employer branding</i> ?	SN (<i>Recruitment Supervisor</i>) “Organisasi memperkenalkan perusahaan melalui aktivitas rekrutmen dan kegiatan kunjungan ke sekolah.” Organisasi mengenalkan lingkungan kerja melalui aktivitas eksternal <i>Public Information External Branding</i>	SN
3	Bagaimana calon karyawan mengetahui informasi lowongan kerja?	SN (<i>Recruitment Supervisor</i>) “Dalam kegiatan tersebut organisasi memperkenalkan lingkungan kerja serta memberikan kesempatan kepada peserta untuk memperoleh informasi secara langsung.” Terdapat interaksi langsung dengan publik eksternal <i>Two-Way Symmetrical External Branding</i>	A
4	Bagaimana proses komunikasi saat rekrutmen?	SN (<i>Recruitment Supervisor</i>) “Tujuannya untuk memberikan gambaran mengenai organisasi dan memperkenalkan lingkungan kerja kepada peserta.” Pengenalan	SN

		pengalaman bekerja kepada publik <i>Two-Way Symmetrical Employer Value Proposition (EVP)</i>	
5	Bagaimana komunikasi setelah menjadi karyawan?	A (Staff Head Office) “Saya pertama mengetahui informasi lowongan melalui media Karier Klinik Ella kemudian melihat posisi yang tersedia sebelum memutuskan untuk melamar.” Media Karier menjadi sumber informasi awal sebelum melamar Public Information <i>External Branding</i>	A
6	Apakah karyawan dapat memberikan masukan kepada perusahaan?	A (Staff Head Office) “Saya memperoleh informasi mengenai posisi yang dibuka dan gambaran awal mengenai perusahaan.” Penyampaian informasi mengenai kesempatan bekerja Public Information <i>Employer Value Proposition (EVP)</i>	A, EG

LAMPIRAN 2

DATA KODING PENELITIAN

No	Temuan	Bukti Observasi	Model Public Relations	Dimensi <i>Employer Branding</i>
1	<i>Employee Activity</i> dipublikasikan melalui akun @ellacareer	Unggahan foto dan video kegiatan kerja, <i>meeting</i> , serta aktivitas operasional karyawan	Press Agency	<i>EVP</i>
2	<i>Employee Activity</i> menampilkan keterlibatan karyawan dalam kegiatan perusahaan	https://www.instagram.com/p/DYqf2SKgfbV/?hl=en	Press Agency	<i>Internal Branding</i>
3	<i>Employee Gathering</i> dipublikasikan kepada publik	https://www.instagram.com/p/DYjmmGwRxSN/?hl=en	Press Agency	<i>External Branding</i>
4	Hashtag #LifeAtElla digunakan dalam	https://www.instagram.com/p/DYjmmGwRxSN/?hl=en	Press Agency	<i>EVP</i>

	unggahan <i>employer branding</i>			
5	Informasi lowongan kerja dipublikasikan secara terbuka	https://www.instagram.com/p/DZMzd5TGnUG/?hl=en	Public Information	<i>External Branding</i>
6	Akun @ellacareer menjadi sumber informasi rekrutmen	https://www.instagram.com/ellacareer/?hl=en	Public Information	<i>External Branding</i>
8	Organisasi memperkenalkan perusahaan melalui kegiatan rekrutmen	https://www.instagram.com/reel/DScC0AwAJbJ/?hl=en	Public Information	<i>External Branding</i>
9	Kandidat menghubungi perusahaan melalui <i>Direct Message</i> Instagram	tidak ada dokumentasi, karena kerahasiaan isi DM di akun perusahaan	Two-Way Asymmetrical	<i>External Branding</i>
10	<i>Recruitment on School</i> melibatkan	https://www.instagram.com/reel/DScC0AwAJbJ/?hl=en	Two-Way Asymmetrical	<i>External Branding</i>

	komunikasi langsung dengan peserta			
11	<i>Gathering</i> menjadi sarana komunikasi organisasi dan karyawan	https://www.instagram.com/reel/DVz_BLOgB8p/?hl=en	Two-Way Symmetrical	<i>Internal Branding</i>
15	<i>Recruitment on School</i> memberikan kesempatan dialog antara perusahaan dan peserta	https://www.instagram.com/reel/DScC0AwAJbJ/?hl=en	Two-Way Symmetrical	<i>External Branding</i>
16	<i>Feedback</i> karyawan menjadi sarana komunikasi dua arah antara organisasi dan publik internal	https://www.instagram.com/reel/DY3cKAfARIY/?hl=en	Two-Way Symmetrical	<i>Internal Branding</i>