

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK ELLA DALAM MENGENALKAN
EMPLOYER BRANDING DI INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN DAN
KECANTIKAN**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Meraih Gelar Strata Satu Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta**



**Disusun Oleh :
INDRIANA PUTRI WIJAYA
NIM. 2023072001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA, DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK ELLA DALAM MENGENALKAN
EMPLOYER BRANDING DI INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN DAN
KECANTIKAN****Disusun Oleh :****INDRIANA PUTRI WIJAYA****NIM. 2023072001**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
dihadapan dewan penguji

Pada tanggal 8 Agustus 2026

Pembimbing I



Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN. 0617058903

Pembimbing II



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum.

NIDN. 0628108301

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum.

NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK ELLA DALAM MENGENALKAN
EMPLOYER BRANDING DI INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN DAN
KECANTIKAN****Disusun Oleh :****INDRIANA PUTRI WIJAYA****NIM. 2023072001**

Skripsi ini telah diterima dan disahkan
oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta

Pada Tanggal 8 Agustus 2026**Susunan Dewan Penguji :****Dewan Penguji**

Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN. 0617058903

Dewan Penguji

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

Dewan Penguji

Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0616068502

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni

Fagih Purnomosidi, S.Psi., M.Si

NIDN. 0602058801

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

SURAT PERNYATAAN ORISINIL KARYA ILMIAH

Nama	:	Indriana Putri Wijaya
NIM	:	2023072001
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Fakultas	:	Sosial, Humaniora dan Seni

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di Universitas lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 14 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Indriana Putri Wijaya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indriana Putri Wijaya
NIM : 2023072001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas skripsi/laporan penelitian saya yang berjudul “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK ELLA DALAM MENGENALKAN *EMPLOYER BRANDING* DI INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN DAN KECANTIKAN” serta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (author) dan pembimbing sebagai co-author atau pencipta dan juga sebagai hak milik pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 24 Juli 2026



Indriana Putri Wijaya
2023072001

MOTTO

“Apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan.” – Umar Bin Khattab



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrobilalamin Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisan ini tidak terlepas dari banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga dapat menyelesaikan segala hambatan dapat teratasi.

Adapaun, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Anak saya Kendatu Tsabita Ardiansyah yang telah hadir ke dunia menjadi inspirasi saya agar mau berkembang menjadi ibu yang lebih baik dari hari ke hari.
2. Suami saya Denny Istmas Ardiansyah yang menjadi *partner* hidup saya yang menginspirasi saya untuk melanjutkan pendidikan dan sesuai *passion* saya.
3. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan hingga saat ini, sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.
4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta. Saya berterimakasih atas segala bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan penelitian ini. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum selaku pembimbing pertama dan Ibu Esfandani Peni Indreswari, S.Sos, M.I.Kom. Terima kasih atas segala waktu, tenaga, dan perhatian yang telah dicurahkan demi keberhasilan karya ini.
5. Untuk saya sendiri, saya berterima kasih dan mengapresiasi diri sehingga dapat melewati segala hambatan dalam penyusunan skripsi. Pada akhirnya dapat melewati proses ini semua sehingga sampai pada titik ini dan bisa melawan rasa tidak percaya diri dalam mengerjakan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK ELLA DALAM MENGENALKAN *EMPLOYER BRANDING* DI INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN DAN KECANTIKAN” tepat pada waktunya.

Keberhasilan penulis dalam membuat skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kerjasama berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Anniez Rachmawati Musslifah, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan, dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu apt. Reni Ariastuti, M.Sc selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
7. Ibu Dyah Retno Priatiwi, S.Sos, M.I.Kom Selaku dosen penguji
8. Kepada keluarga saya yang selalu hadir dengan doa, ketulusan, dan kasih sayang yang tak pernah surut. Dukungan dalam setiap langkah penulis menjadi sumber kekuatan yang luar biasa.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINIL KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi	9
2.3 Proses Komunikasi	10
2.4 Humas	13
2.5 Strategi Komunikasi Grunig dan Hunt	14
2.5.1 Model Komunikasi Grunig dan Hunt	15
2.6 <i>Employer Branding</i>	17
2.7 Analisis SWOT	19
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23

3.2 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.2.1 Subjek Penelitian	25
3.2.2 Objek Penelitian	25
3.3 Sumber dan Data	26
3.3.1 Sumber Data	26
3.3.2 Data.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Validitas Data	28
3.7 Analisis Data	29
BAB IV	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Deskripsi Lokasi.....	31
4.1.1 Profil Klinik Ella	31
4.1.2 Struktur Organisasi <i>Employer Branding</i> Klinik Ella.....	34
4.2 Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 <i>Press Agency</i>	35
4.2.2 <i>Public Information</i>	39
4.2.3 <i>Two-Way Asymmetrical</i>	43
4.2.4 <i>Two-Way Symmetrical</i>	46
4.3 Pembahasan.....	50
4.3.1 Analisis <i>Employer Value Proposition (EVP)</i>	50
4.3.2 Analisis <i>Internal Branding</i>	55
4.3.3 Analisis <i>External Branding</i>	58
4.3.4 Strategi <i>Public Relations</i> Klinik Ella dalam Mengenalkan <i>Employer Branding</i>	63
4.3.5 Analisis SWOT Strategi <i>Public Relations</i> Klinik Ella	65
4.3.6 Dampak <i>Employer Branding</i> terhadap Ketertarikan dan Keterikatan Karyawan	68
BAB V	73
PENUTUP	73

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Praktis.....	74
5.2.2 Saran Akademis.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	78



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel IV.1 Kanal <i>Employer Branding</i> Klinik Ella	33
Tabel IV. 2 Temuan Strategi <i>Press Agency</i> Klinik Ella	35
Tabel IV.3 Temuan Strategi <i>Two-Way Asymmetrical</i>	43
Tabel IV.4 Temuan Strategi <i>Two-Way Symmetrical</i>	46
Tabel IV.5 Identifikasi Nilai EVP dalam Konten <i>Employer Branding</i> Klinik Ella	50
Tabel IV.6 Frekuensi Penggunaan Hashtag <i>Employer Branding</i>	51
Tabel IV.7 Temuan <i>Internal Branding</i> Klinik Ella	56
Tabel IV.8 Temuan <i>External Branding</i> Klinik Ella	60
Tabel IV.9 Hubungan Strategi <i>Public Relations</i> dan <i>Employer Branding</i>	64
Tabel IV.10 Analisis SWOT Strategi <i>EVP</i> Klinik Ella	65
Tabel IV.11 Analisis SWOT Strategi <i>Public Relation</i> Klinik Ella	67
Tabel IV.12 Hasil Kuesioner Dampak <i>Employer Branding</i> Klinik Ella	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Model Proses Komunikasi Transaksional menurut Barnlund	11
Gambar III.2 Kerangka Berpikir Penelitian Berdasarkan Model <i>Public Relations</i> Grunig dan Hunt (1984).....	20
Gambar III.3 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman (1994).....	29
Gambar IV.1 Lokasi Penelitian <i>Head Office</i> dan Cabang Solo Supomo	32
Gambar IV.2 Temuan Strategi <i>Press Agency</i> Klinik Ella	36
Gambar IV.3 Temuan Strategi <i>Public Information</i>	41
Gambar IV.4 Temuan Strategi <i>Two-Way Asymmetrical</i>	44
Gambar IV.5 Temuan Strategi <i>Two-Way Symmetrical</i>	47
Gambar IV.6 Identifikasi Nilai EVP dalam Konten <i>Employer Branding</i> Klinik Ella	53
Gambar IV.7 Temuan <i>Internal Branding</i> Klinik Ella Acara Buka Bersama yang Diselenggarakan oleh <i>Head Office</i>	56
Gambar IV.8 Temuan <i>Internal Branding</i> Klinik Ella Training Peningkatan Kompetensi Dokter oleh <i>Head Office</i>	57
Gambar IV.9 Temuan <i>Internal Branding</i> Klinik Ella Acara <i>National Conference</i> Malam Apresiasi untuk Cabang Berprestasi Seluruh Indonesia	57
Gambar IV.10 Representasi <i>External Branding</i> pada Instagram @ellacareer	61

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KLINIK ELLA DALAM MENGENALKAN *EMPLOYER BRANDING* DI INDUSTRI PELAYANAN KESEHATAN DAN KECANTIKAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Public Relations* Klinik Ella dalam mengenalkan *employer branding* di industri pelayanan kesehatan dan kecantikan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan analisis konten media sosial. Analisis dilakukan menggunakan model *Public Relations* Grunig dan Hunt yang meliputi *Press Agency*, *Public Information*, *Two-Way Asymmetrical*, dan *Two-Way Symmetrical* serta didukung analisis *Employer Value Proposition (EVP)*, internal branding, external branding, dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klinik Ella membangun *employer branding* melalui publikasi budaya kerja, akun karier @ellacareer, komunikasi organisasi, pelatihan dan pengembangan, *employee engagement*, serta penyampaian nilai perusahaan secara konsisten. Strategi tersebut berhasil membentuk citra positif sebagai tempat kerja yang profesional, mendukung pengembangan karier, dan menarik bagi calon tenaga kerja. Namun demikian, diperlukan peningkatan representasi aktivitas cabang, pemanfaatan platform digital interaktif, dan konsistensi komunikasi *employer branding* agar jangkauannya semakin luas.

Kata Kunci : *Public Relations, Employer Branding, Employer Value Proposition (EVP), Internal Branding, External Branding, Klinik Ella.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the Public Relations strategy implemented by Klinik Ella in introducing employer branding in the healthcare and beauty service industry. A qualitative descriptive approach was employed through in-depth interviews, observation, documentation, and social media content analysis. The study applies Grunig and Hunt's Public Relations models consisting of Press Agency, Public Information, Two-Way Asymmetrical, and Two-Way Symmetrical, supported by Employer Value Proposition (EVP), internal branding, external branding, and SWOT analysis. The findings reveal that Klinik Ella develops employer branding through career social media (@ellacareer), organizational communication, employee development programs, employee engagement activities, and consistent communication of corporate values. These strategies have created a positive employer image as a professional workplace that supports career growth and attracts qualified candidates. Nevertheless, broader branch representation, more interactive digital platforms, and stronger communication consistency are recommended.

Keywords: Public Relations, Employer Branding, Employer Value Proposition (EVP), Internal Branding, External Branding, Klinik Ella.

