

## ABSTRAK

**Cindy Ozzie, 110710002, Proses *Employee Branding* PT. Bank X. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2012. xvii + 102 halaman, 24 lampiran**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses employee branding pada perusahaan PT. Bank X. Perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dan konseptualisasi proses employee branding oleh Miles dan Mangold (2005). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah analisis tematik dengan melakukan koding terhadap hasil transkrip wawancara.*

*Pemilihan informan disesuaikan dengan tujuan penelitian atau secara purposive. Informan dalam penelitian ini adalah Regional Human Capital Section Head yang sekaligus menjabat sebagai ketua tim budaya PT. Bank X, Human Capital Assistant, dan Pelaksana Human Capital yang merupakan pihak-pihak yang berkewajiban untuk memastikan proses employee branding berjalan pada setiap karyawan. Selain dari pihak pelaksana, penulis juga melakukan wawancara dengan dua orang pegawai PT. Bank X yang mendapat employee branding. Untuk kredibilitas data penelitian, penulis juga menggunakan data-data sekunder seperti data perusahaan dan foto-foto bukti implementasi, yang berguna untuk memperkuat kebenaran data yang diperoleh dari informan*

*Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Bank X dapat melakukan proses employee branding dengan baik, terutama melalui proses komunikasi formal maupun informal, serta komunikasi yang intensif secara dua arah antara karyawan dengan atasannya langsung. Employee brand pada PT. Bank X semakin kuat karena adanya komunikasi mengenai bagaimana cara implementasi budaya perusahaan yang merupakan bentuk corporate brand. Dapat dilihat pula hasil dan manfaat bagi perusahaan, karyawan, maupun kustomer karena PT. Bank X yang berhasil melaksanakan proses employee branding.*

**Kata Kunci :** corporate brand, proses employee branding, komunikasi employee brand

Daftar Pustaka, 22 (2004-2011)

## ABSTRACT

**Cindy Ozzie, 110710002, PT. Bank X Employee Branding Process. Thesis, Faculty of Psychology, University of Airlangga, 2012. xvii + 102 pages, 24 attachments**

*This study aims to determine employee branding process in PT.Bank X. The theoretical perspective that used in this study is employee branding process theory dan concept by Miles and Mangold (2005). This study used a qualitative approach with a constructivist paradigm. The data collection process in this study was used an interview technique, while the data analysis that used is a thematic analysis with coding of the interview transcripts.*

*Informants were selected based on the purpose of this study. Informants for this study are the Regional Human Capital Section Head of PT. Bank X, Human Capital Assistant, and Human Capital Staff that have the responsibility to make sure that the employee branding process is successfully applied to all employees. For the data credibility, this study used secondary data such as company documents and photos that proofed the implementation to strengthen the accuracy of data obtained from informants.*

*The result shows that PT. Bank X can implement the employee branding process, especially through their formal and informal communication, and intensive two ways communication between employees with the direct superiors. The employee brand of PT. Bank X is strengthen by the way that they communicate the procedures and steps to really implement the corporate culture that image the corporate brand. We can also see the results and the advantages that the company, employees, and customers gain from the success of this employee branding process.*

**Keywords:** *corporate brand, employee branding, communication, employee brand*

Archives, 22 (2004-2011)