

Strategi Social Media Public Relations PT Impact Power Mandiri Dalam Membangun Brand Image Pada Pencari Kerja = Social Media Public Relations Strategy of PT Impact Power Mandiri to Build Brand Image for Jobseekers

Muhammad Luthfi Prawiro Wijoyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920546887&lokasi=lokal>

Abstrak

Di era digital ini, perusahaan-perusahaan bersaing untuk memberikan citra terbaiknya di media sosial tanpa terkecuali perusahaan-perusahaan alihdaya atau outsourcing yang mana salah satunya adalah PT Impact Power Mandiri. Dalam praktiknya, PT Impact secara aktif menggunakan Social Media Public Relations dalam membangun brand image atau citra mereknya bagi para pencari kerja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dalam menganalisis strategi Social Media Public Relations PT Impact. Hasil dari penelitian ini menunjukkan PT Impact mengadaptasi strategi sebagai pola dan sebagai perspektif serta sudah terimplementasi dengan baik, namun apabila memiliki strukturisasi yang lebih rapi dan dedicated dalam bidang terkait, akan lebih memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh PT Impact dalam persaingan di era digital seperti sekarang.

.....

In this digital era, companies compete to provide the best image on social media, including outsourcing companies, one of which is PT Impact Power Mandiri. In practice, PT Impact actively uses Social Media Public Relations to build its brand image for job seekers. The method used in this research is descriptive qualitative in analyzing PT Impact's Social Media Public Relations strategy. The results of this research show that PT Impact has adapted strategy as a pattern and as a perspective and has been implemented well, but if it has a more orderly and more dedicated structure, it will maximize the potential that PT Impact has in competition in this digital era.