

**ANALISIS TEKS PADA PENERAPAN TEORI "KOMUNIKASIH" EMPLOYER
BRAND STORYTELLING**

(Studi Pada kasus BUKU "RUMAH KEDUA" NUTRIFOOD)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

MUHAMMAD HADI PURSA'I

1161003160

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama: MUHAMMAD HADI PURSA'I

NIM : 1161003160

Tanda Tangan:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hadi Purasa'i', written in a cursive style.

Tanggal: 30 November 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Hadi Pursa'i
NIM : 1161003160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisa teks pada penerapan teori komunikasih *employer brand storytelling* (studi pada kasus buku “Rumah Kedua” Nutrifood.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.



Penguji : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.



Penguji : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si.



Ditetapkan di : Universitas Bakrie

Tanggal : 29 November 2024

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji Bagi ALLAH yang telah melimpahkan kasih-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari banyak pihak, peneliti akan kesulitan dalam menjalani perkuliahan dan menyusun tugas akhir ini, yang berjudul “ANALISIS TEKS PADA PENERAPAN TEORI KOMUNIKASIH DALAM EMPLOYER BRAND STORYTELLING (Studi pada kasus “BUKU RUMAH KEDUA NUTRIFOOD ”. Oleh karna itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, serta kesabaran kepada peneliti dalam penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai.

2. Ibu Is Irwayati, Ayah Zulhan Endri, Adik Hussein, Arief, Abdi, Cinta

Terima kasih kepada Ibu, Ayah, serta adik-adik saya yang sudah memberikan semangat setiap harinya dalam segi emosi beserta materi kepada peneliti. Terima kasih sudah memahami peneliti dalam setiap pergumulan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah membersarkan, merawat, dan mengerti peneliti dalam segala hal di kehidupan ini. Terima kasih sudah selalu mengerti situasi dan kondisi *mood* peneliti setiap saat dan tidak pernah memaksakan peneliti dalam hal apapun tetapi selalu memberikan semangat kepada peneliti.

3. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada pak bambang , selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir peneliti yang selalu sabar, memberikan semangat serta masukan dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih tulus dari hati teruntuk Pak Bambang selalu memahami kendala serta kesulitan peneliti dalam penyusunan dan juga meluangkan waktu untuk melakukan diskusi dengan peneliti. Terima kasih atas bimbingannya, masukannya, serta dukungannya dalam penyusunan tugas akhir.

4. Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. dan Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih kepada Miss Dessy Kania selaku penguji pertama yang memberikan

semangat, motivasi, arahan serta sabar dalam memberikan masukan sepanjang perjalanan Seminar Proposal sampai dengan Tugas Akhir ini. Terima kasih kepada Miss Dianingtyas Murtanti Putri, selaku penguji kedua yang memberikan semangat, motivasi, masukan dan arahan yang menyempurnakan penelitian Tugas Akhir ini sampai selesai.

5. Dosen dan Staff Akademik Ilmu Komunikasi

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh dosen yang bertugas yang telah memberikan perhatian, kepedulian, serta ilmu yang bermanfaat kepada saya serta menjadikan saya hingga sampai pada tahap ini. Terima kasih kepada seluruh staff akademik Ilmu Komunikasi yang membantu berjalannya kegiatan belajar mengajar selama berkuliah di Universitas Bakrie.

6. Staff Civitas Akademik Universitas Bakrie

Terima kasih untuk seluruh Staff Civitas Akademik Universitas Bakrie yang selalu membantu peneliti dan mahasiswa lain untuk memenuhi kebutuhan saat masa perkuliahan.

7. Riyadi Firmansyah

Terima kasih kepada yang tercinta Riyadi Firmansyah selalu sabar menghadapi peneliti selama penyusunan seminar proposal sampai dengan tugas akhir. Terima kasih selalu memberikan cinta serta kasih sayang, semangat, motivasi, arahan, dan menuruti keinginan atau *mood* peneliti selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih selalu sabar saat peneliti sedang kesulitan dan emosi saat penyusunan tugas akhir. Terima kasih selalu ada dan selalu menyempatkan waktu untuk peneliti dan menemani peneliti dalam proses penyusunan tugas akhir.

8. Franky Loncke

Terima kasih kepada Franky selalu memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah peneliti selama proses penyusunan tugas akhir dan memberikan semua motivasi serta semangat untuk peneliti.

9. James Michael Webb

Terima kasih kepada Jim yang sudah memberikan semangat, motivasi, serta membangkitkan *mood* peneliti dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih sudah menyempatkan waktu untuk bertemu dikala kesibukan masing-masing untuk mengerjakan serta memberikan semangat untuk penyusunan tugas akhir.

10. Tantri, Imelda, Muklas Arya

Terima kasih kepada Tantri, Imelda dan Muklas yang selalu memberikan semangat secara emosional dan mental kepada peneliti dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih sudah selalu menyempatkan waktu untuk bertemu, bercerita, dan mendengarkan keluh kesah peneliti saat proses penyusunan tugas akhir ini dan saling bertukar pikiran.

11. Mardi Wu

Terima kasih kepada Bapak Mardi Wu selaku CEO Nutrifood yang sudah mau meluangkan waktunya untuk berdiskusi mengenai tugas akhir yang peneliti lakukan, dan juga memberi semangat serta dorongan untuk terus maju dan menyelesaikan penelitian ini.

Jakarta, 29 Nov 2024

Penulis,



Muhammad Hadi Pursa'i

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hadi Pursa'i
NIM : 1161003160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS TEKS PENERAPAN TEORI “KOMUNIKASIH” DALAM *EMPLOYER BRAND*
STORYTELLING (Studi pada kasus BUKU “RUMAH KEDUA” NUTRIFOOD)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Nov 2024

Yang menyatakan



(Muhammad Hadi Pursa'i)

**ANALISIS TEKS PADA PENERAPAN TEORI "KOMUNIKASIH" EMPLOYER BRAND
STORYTELLING (Studi Pada kasus BUKU "RUMAH KEDUA" NUTRIFOOD)**

MUHAMMAD HADI PURSA'I

ABSTRAK

Penerapan komunikasi dalam employer brand storytelling memiliki peranan penting dalam membangun citra perusahaan yang positif dan menarik bagi calon karyawan. Penelitian ini menganalisis penerapan komunikasi dalam employer brand storytelling pada buku Rumah Kedua Nutrifood, yang merupakan sebuah bentuk komunikasi internal yang digunakan oleh Nutrifood untuk memperkuat iklan perusahaan dan nilai-nilai yang mereka junjung. Melalui analisis kualitatif terhadap isi buku tersebut, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana Nutrifood mengkomunikasikan visi, misi dan budaya perusahaan kepada karyawan saat ini dan calon karyawan, dengan tujuan menciptakan ikatan emosional yang kuat dan membangun kepercayaan. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan narasi pribadi pengalaman karyawan, dan cerita sukses merupakan metode yang efektif untuk menumbuhkan rasa memiliki dan identifikasi karyawan terhadap perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa employer brand storytelling yang efektif dapat meningkatkan daya tarik perusahaan, memperkuat loyalitas karyawan, serta menciptakan citra perusahaan yang autentik dan kredibel.

Kata Kunci: Komunikasih, Employer Branding, Brand Storytelling.

**ANALISIS TEKS PADA PENERAPAN TEORI "KOMUNIKASIH" EMPLOYER BRAND
STORYTELLING (Studi Pada kasus BUKU "RUMAH KEDUA" NUTRIFOOD)**

MUHAMMAD HADI PURSA'I

ABSTRACT

The application of communication in employer brand storytelling plays a crucial role in shaping a positive and appealing image of a company for prospective employees. This study analyzes the use of communication in employer brand storytelling within Rumah Kedua Nutrifood, a form of internal communication utilized by Nutrifood to reinforce the company's brand and values. Through qualitative analysis of the content of the book, this research identifies how Nutrifood communicates its vision, mission, and corporate culture to current and potential employees, aiming to create a strong emotional connection and build trust. The findings indicate that the use of personal narratives, employee experiences, and success stories are effective methods for fostering a sense of belonging and employee identification with the company. This study concludes that effective employer brand storytelling can enhance a company's attractiveness, strengthen employee loyalty, and establish an authentic and credible company image.

Keywords: KOMUNIKASIH, Employer branding, Brand Story telling

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoretis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Konsep yang Relevan.....	12
2.1.1. <i>Employer Branding</i>	12
2.1.2. <i>Brand Storytelling</i>	16
2.1.3. Komunikasih.....	19
2.2. Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	22
2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Desain dan Pendekatan.....	35
3.2. Objek Penelitian	37
3.3. Pengumpulan Data	38

3.3.1. Observasi Tekstual.....	38
3.3.2. Penelusuran Dokumen	38
3.4. Analisis Data	39
3.5. Triangulasi Data	40
3.6. Operasionalisasi Konsep	42
BAB IV PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	45
4.1.1. Gambaran Tentang Nutrifood.....	45
4.1.2. Gambaran Tentang Program ‘Rumah Kedua’	46
4.1.3. Gambaran Tentang Buku ‘Rumah Kedua’	47
4.2. Penyajian Data.....	47
4.2.1. Analisis Konten Employer Branding Buku ‘Rumah Kedua’ dari aspek Hearfelt Intention and Goal dalam Teori Komunikasih	47
4.2.2. Analisis Konten Employer Branding Buku ‘Rumah Kedua’ dari Constructive and selfless Message dalam Teori Komunikasih	49
4.2.3. Analisis Konten Employer Branding buku ‘Rumah Kedua’ dari aspek Compassionate Delivery and Feedback dalam Teori Komunikasih	50
4.2.4. Analisis Konten Employer Branding Buku ‘Rumah Kedua’ dari aspek Emphatic Meaning- making dalam Teori Komunikasih.....	50
4.2.5. Analisis Konten Employer Branding Buku ‘Rumah Kedua’ dari aspek Positive Media Use dalam Teori Komunikasih	51
4.2.6. Analisis Konten Employer Branding Buku ‘Rumah Kedua’ dari aspek Affectionate Impacts dalam Teori Komunikasih.....	52
4.3. Pembahasan dan Diskusi.....	53
4.3.1. Nilai-nilai komunikasih di nutrisfood	53
4.3.2. komunikasih, employer branding, brand storytelling.	66
BAB V PENUTUP.....	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Kendala dan kekurangan	69

5.3. Saran	71
5.3.1. Saran Akademis	71
5.3.2. Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Nutrifood	5
Gambar 1.2 Buku Rumah Kedua Nutrifood	8
Gambar 2.1 Model Komunikasih (<i>Sumber: Wijaya (2015)</i>)	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Komunikasih (<i>Sumber: Olahan Peneliti</i>)	34
Gambar 3.1 Langkah-langkah dan desain penelitian dengan pendekatan DCA	36
Gambar 3.2 Ilustrasi Konten Buku Rumah Kedua Nutrifood (<i>sumber: ebooks.gramedia.com</i>)	37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 3.1 Tiga pendekatan dalam Analisis isi kualitatif.....	36
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	43