

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki fokus penelitian untuk dapat mengetahui pengaruh *employer branding* dan penggunaan media sosial terhadap *employee engagement* PT ISM Tbk Divisi Bogasari Flour Mills. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan beberapa pengaruh yang terjadi pada *employee engagement* Divisi Bogasari terutama pada *employer branding* dan media sosial @wartabogasari. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif. Sampel yang diambil dengan Teknik random sampling dengan jumlah keseluruhan responden sebanyak 102 orang karyawan aktif Divisi Bogasari. Selanjutnya. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Sehingga, berdasarkan hasil pengujian dari hipotesisi uji T adalah terdapat pengaruh variable X1 yaitu *employer branding* terhadap *employee engagement* Divisi Bogasari. Sedangkan variabel X2 yaitu media sosial tidak berpengaruh terhadap *employee engagement*. Hasil dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa *employer branding* yang ada pada Divisi Bogasari dapat meningkatkan *employee engagement* perusahaan.

Kata Kunci: Employer Branding, Media Sosial, Employee Engagement