

ABSTRAK

Dilihat dari kondisi sekarang masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa tingkat akhir cenderung pilih – pilih terhadap keputusan karir mereka. Di era digital yang kompetitif, Blibli.com platform *e-commerce* ternama di Indonesia, menyadari pentingnya membangun *employer branding* yang kuat untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik. Penelitian ini merancang kampanye kreatif "*Life at Blibli*" yang efektif dalam menarik pencari kerja potensial. Kampanye "*Life at Blibli Goes To Campus*" memanfaatkan berbagai media kreatif seperti video, infografis, dan media sosial untuk menonjolkan sisi positif Blibli sebagai tempat kerja yang ideal. Pengukuran melalui survei dan analisis media sosial menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran merek Blibli sebagai *employer branding* yang menarik dan meningkatkan minat pencari kerja untuk bergabung dengan Blibli. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi Blibli dalam membangun *employer branding* yang efektif melalui kampanye kreatif "*Life at Blibli Goes To Campus*". Kampanye ini dapat menjadi model baru bagi perusahaan lain dalam menarik dan mempertahankan talenta terbaik.

Kata Kunci: Blibli.com, *Employer Branding*, Kampanye Kreatif, Pencari Kerja, Budaya Kerja, Keseimbangan Kehidupan Kerja, Peluang Karir.