

**THE EFFECTIVENESS OF E-RECRUITMENT AND SOCIAL MEDIA IN
INCREASING THE INTEREST OF GENERATION Z JOB APPLICANTS**

**EFEKTIVITAS E-RECRUITMENT DAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN MINAT PELAMAR KERJA GENERASI Z**

Ruly Hardiansyah¹, R Deni Muhammad Danial², Resa Nurmala³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Sukabumi, Indonesia^{1,2,3}

rullyhardiansyah79@gmail.com¹, rdmdanial043@ummi.ac.id²,

resanurmala@ummi.ac.id³

ABSTRACT

According to the Central Bureau of Statistics (BPS) of Sukabumi City, the population aged 15 and over is the working-age population. The total labor force in Sukabumi City was known to have increased to 56.86 million in January 2021, compared to 55.74 million in January 2020. The labor force included unemployed persons over the age of 15 who were the employed or employed but temporarily jobless and the unemployed. The research was aimed at determining whether e-recruiting and social media had a significant influence towards increasing Gen Z's willingness to apply for jobs, and evaluating the effectiveness of social media and e-recruiting in evoking the interest in applicants among the Gen Z students in Sukabumi. The primary research data were obtained from respondents and conducted quantitatively using associative descriptive method. The data, collected through questionnaires, consisted of 27 questions. The sample used consisted of 100 higher education students served as respondents from 10 universities in Sukabumi City by means of cluster sampling technique. Likert scale was deployed and multiple linear regression analysis was used for processing the data. Research Findings; e-recruitment and social media have a positive influence on increasing Gen Z job-seeking enthusiasm.

Keywords : *E-Recruitment, Social Media, Interest in Applying for a Job*

ABSTRAK

Berdasarkan Badan pusat statistik kota sukabumi (BPS) penduduk berumur 15 tahun ke atas merupakan penduduk usia kerja seperti yang diketahui bahwa jumlah Angkatan kerja di kota sukabumi pada januari 2021 sebesar 56,86 juta orang dibandingkan Angkatan kerja pada januari 2020 sebesar 55,74 juta orang. Penduduk yang termasuk merupakan Angkatan kerja penduduk usia kerja lima belas tahun ke atas yang bekerja atau punya pekerjaan tetapi tidak bekerja sementara dan pengangguran. Tujuan dari peneliti ini akan mengetahui apakah *e-recruitment* dan media sosial memiliki dampak penting pada peningkatan keinginan untuk melamar pekerjaan generasi z, serta mengevaluasi efektivitas media sosial dan *e-recruitment* dalam membangkitkan minat pelamar kerja di kalangan mahasiswa generasi z Sukabumi. Data primer penelitian berasal dari responden dan dilakukan secara kuantitatif dengan metodologi deskriptif asosiatif. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner ini terdiri dari 27 pertanyaan. Sampel yang digunakan terdiri dari 100 responden mahasiswa kota Sukabumi dari 10 perguruan tinggi dengan menggunakan teknik cluster sampling. Skala Likert digunakan, dan analisis regresi linier berganda dilakukan untuk pemrosesan data. Hasil temuan dalam penelitian; *e-recruitment* dan media sosial berdampak positif terhadap tumbuhnya antusiasme generasi z dalam mencari pekerjaan.

Kata Kunci : *E-Recruitment, Media Sosial, Minat Melamar Pekerjaan*

PENDAHULUAN

Memasuki era digital, menunjukkan banyak sekali sebuah perubahan zaman yang dimana perubahan tersebut dipicu oleh perkembangan teknologi yang melahirkan interaksi secara luas dari berbagai bidang kehidupan manusia. Teknologi telah berubah dan berdampak pada banyak aspek kehidupan manusia (Sorgner, 2017). Selain itu, teknologi kini digunakan sebagai media hampir semua aktivitas manusia, termasuk transportasi, perdagangan, pelayanan publik, pendidikan dan perusahaan. Kemajuan teknologi yang semakin pesat di era digital yang semakin kompleks, setiap orang harus dapat. Memanfaatkan sepenuhnya seluruh sumber daya manusianya untuk mendukung kerjanya (Rohida, 2018).

Kompetensi keterampilan digital tingkat tinggi akan menjadi prasyarat penting di era digital saat ini. Masyarakat akan mulai menghadapi beberapa perubahan yang dimana segala sesuatu akan terbiasa dengan hadirnya teknologi digital seperti di dalam sektor perusahaan (Dwidienawati, 2018). Perusahaan yang menerapkan teknologi internet di dalam suatu perusahaannya akan menghemat biaya dalam berbagai aspek. seperti tenaga kerja, proses memasarkan produk, rekrutmen dan lain sebagainya. Kemajuan serta perkembangan teknologi juga menjadi sebuah peluang dan tantangan baru akibat era digital saat ini yang akan perusahaan alami.

Minat melamar pekerjaan sebuah ketertarikan dalam diri untuk pekerjaan dengan menunjukkan minat untuk belajar tentang posisi yang tersedia di dalam organisasi. yang akan di ambil dalam mendapatkan pekerjaan yang diimpikan (Hikma, 2022). Para pelamar kerja akan memperhitungkan beberapa perusahaan yang akan di pilih untuk melamar pekerjaan sesuai dengan pekerjaan yang diimpikannya. Jika ada perusahaan yang memang kurang menarik maka para pelamar kerja akan menunggu perusahaan yang diimpikannya dalam perekrutan.

Sebagian besar dari mereka menyukai pekerjaan di mana mereka dapat menyelesaikan banyak hal sekaligus karena mereka mencari kepuasan yang cepat, mudah bosan, selalu bepergian, dan tidak dapat tetap diam untuk waktu yang sangat lama.

Menurut Wheeler dan Mahoney (2014) Minat melamar pekerjaan merupakan minat pelamar kerja individu tertarik untuk bekerja, dimulai dengan mencari informasi tentang lowongan pekerjaan, membuat penilaian karir, dan memilih perusahaan yang diinginkan. Sedangkan Menurut Permadi (2015) mengatakan bahwa proses melamar pekerjaan melibatkan rasa ketertarikan pribadi untuk melakukannya. Setelah melakukan segala upaya untuk menemukan informasi tentang lowongan pekerjaan yang diperoleh dari sumber internal dan eksternal organisasi, calon karyawan kemudian memilih dan memutuskan. Menurut Wei Chang, Lin & Liang (2015) mengatakan minat melamar pekerjaan adalah sebuah kemampuan yang dimana menekankan *image* dari perusahaan untuk menarik minat para pelamar kerja sehingga jika pencari kerja lebih cenderung melamar ke perusahaan dengan reputasi perusahaan yang positif.

Ada tiga elemen penting yang mempengaruhi faktor minat melamar pekerjaan, diantaranya daya tarik, kompensasi, dan tempat kerja. Perusahaan harus membangun, mempertahankan dan menumbuhkan posisi yang layak sehingga perusahaan dapat menarik minat calon karyawan dan mendapatkan pekerja berkualitas yang dapat diandalkan (Sumardana, 2014). Telah terbukti bahwa kompensasi yang ditawarkan oleh perusahaan mempengaruhi minat calon pekerja, sehingga organisasi harus memiliki kemampuan untuk membayar karyawan sesuai dengan preferensi mereka, sehingga pada dasarnya kebutuhan keberadaan pelamar yang direncanakan dapat terpenuhi. Tempat kerja perusahaan terbukti mempengaruhi Agar calon

karyawan segera tertarik untuk mengajukan lamaran pekerjaan, maka perusahaan harus memiliki tempat kerja yang sesuai dengan kebutuhannya.

E-recruitment perangkat lunak sumber daya manusia yang menggunakan teknologi berbasis web untuk menarik calon kandidat pelamar kerja dalam rangka mengurangi beban keuangan, efektivitas administrasi dan keuntungan (Mangkunegara, 2015). Seiring berjalan waktu banyak perusahaan mulai menerapkan sistem *e-recruitment* karena menghemat anggaran, nama perusahaan dapat dikenal dan dapat meningkatkan peluang mendapatkan calon pegawai yang sesuai dengan kriteria yang perusahaan inginkan.

Menurut Ekanayaka & Gamage (2019) *E-recruitment* merupakan sebuah perangkat lunak teknologi website sumber daya manusia yang dibuat khusus untuk mempermudah serta membantu proses rekrutmen dalam hal untuk mengurangi biaya beban keuangan, meningkatkan efektivitas administrasi dan keuntungan. Sedangkan Menurut Hosain MS (2016) mengatakan *E-recruitment* adalah penggunaan dari teknologi informasi dan website untuk menarik kandidat pekerja yang berkompoten dan sebagian besar dapat menggantikan fungsi dari rekrutmen manual. Menurut Wolodzko & Wozniak (2017) *E-recruitment* adalah cara untuk memperluas cakupan informasi dipekerjakan oleh perusahaan untuk meningkatkan pengenalan merek dan citra perusahaan mereka.

Bidang manajemen sumber daya manusia telah banyak diuntungkan dari *e-recruitment*, tetapi ada juga kekurangannya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu untuk menyortir kandidat, Tingkat pengunduran diri juga dapat meningkat jika lebih banyak pelamar yang dipekerjakan yang tidak sepenuhnya cocok untuk posisi tersebut (Ekanayaka, 2019). Oleh karena itu, perusahaan harus memahami *e-recruitment* dengan lebih baik, mempelajari lebih lanjut tentangnya,

dan berupaya menyelesaikan masalah yang ditimbulkannya. Penerapan *e-recruitment* yang dilakukan di Indonesia ternyata belum maksimal diluar negeri. Ada beberapa permasalahan yang sering terjadi ketika proses rekrutmen online ini diantaranya, website mengalami gangguan teknis, keterbatasan akses, tingkat keamanan website serta masih banyaknya penipuan.

Media sosial aplikasi yang dalam pembuatan konten berupa format kata-kata, gambar, video, music dan audio antara komunitas online orang, serta untuk bertukar keahlian, ide, dan informasi. Platform untuk media sosial memiliki kemungkinan bisnis yang luar biasa dan belum pernah terlihat sebelumnya. tetapi jika alat ini tidak digunakan secara bertanggung jawab, mungkin ada dampak yang signifikan dan tidak terduga (Koch, 2018). Penggunaan media sosial mungkin sangat erat di kalangan Gen Z dalam kehidupan sehari-hari. bukan hanya masalah preferensi sosial, namun saat ini media sosial juga sangat penting dalam peran karir Generasi Z karena sudah menjadi salah satu indikator pada proses perekrutan calon karyawan.

Menurut Liu dkk (2018) Platform Media sosial didefinisikan sebagai kumpulan alat berbasis web untuk memproduksi dan merekrut konten buatan pengguna. Kemudian menurut Nasrullah (2015) Media sosial merupakan penghubung di internet dengan pengguna yang berinteraksi, berbagi informasi, bekerja sama dengan pengguna lain yang secara digital membangun hubungan sosial.

Perusahaan yang merekrut umumnya menggunakan informasi jejaring sosial untuk meningkatkan optimalisasi rekrutmen mereka. Perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai prosedur rekrutmen dan seleksi biasanya akan mengevaluasi lagi para pelamar kerja berdasarkan dari profil dan konten media sosial mereka (Chung, 2018). Perusahaan harus mengidentifikasi konten sensitive yang berisi penistaan dan seksual. Berdasarkan pernyataan dari perusahaan

perekrut bahwa 89% dari mereka tidak akan memperkerjakan pelamar kerja yang memiliki perilaku yang tidak profesional di media sosial.

Penelitian ini didasari dari beberapa penelitian terdahulu yaitu, Neeta Jayabalan dkk (2019) yang berjudul “*Generation Z Job Seekers' Adoption of E-Recruitment Technology*”. Hasil dari penelitian tersebut yaitu, *E-Recruitment* berpengaruh signifikan terhadap pencari kerja Generasi Z. Dalam hal ini dapat dikatakan *e-recruitment* sangat penting untuk Generasi Z untuk kesiapannya dalam menghadapi pencarian kerja (Neeta Jayabalan, 2019). Kemudian penelitian yang dilakukan Peter Karacsony (2020) dengan judul “*Attitudes of Generation Z Toward Job Search Through Social Media*” menyimpulkan bahwa sikap Generasi Z berpengaruh secara positif terhadap pencarian kerja melalui media sosial, dengan meningkatnya pencarian kerja melalui media sosial maka kesiapan Generasi Z di era digital saat ini juga akan meningkat (Peter & Tilla, 2020).

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metodologi kuantitatif yang menggabungkan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Menurut Ferdinand (2020, p. 9) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan studi yang dikenal lebih menekankan pada kegiatan pengukuran yang dilakukan secara objektif pada fenomena sosial yang menghendaki penggunaan angka, seperti pada saat kegiatan pengumpulan data, interpretasi data, dan penyajian hasil.

Metode deskriptif menurut Ferdinand (2020, p. 229) penelitian yang bertujuan untuk memberikan perincian akurat tentang karakteristik populasi tertentu. Sedangkan metode asosiatif menurut Abdullah Ma'ruf (2015, p. 115) situasi ketika ada permasalahan dua atau lebih variabel, ada tiga jenis hubungan yang berbeda dalam masalah asosiatif ini: hubungan semitris, kausal, dan interaktif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami *E-Recruitment* dan Media

sosial dalam meningkatkan minat pelamar kerja Generasi Z. Studi yang menggunakan variabel independen, terkadang dikenal sebagai (variabel independen), *E-recruitment* (X1), Media sosial (X2), dan variabel terikatnya (*Dependent Variabel*) merupakan minat melamar pekerjaan (Y) tujuan penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa di Kota Sukabumi.

Menurut Ferdinand (2020, p. 171) Populasi merupakan sekelompok unit yang karakteristiknya akan dievaluasi; jika populasi terlalu besar, sampel harus diambil untuk melakukan penelitian. Sedangkan menurut Hardani dkk (2020, p. 361) Populasi adalah seluruh subjek yang diteliti, termasuk individu, benda, makhluk hidup, tanaman, efek samping, hasil tes, dan peristiwa, sebagai sumber pengetahuan dengan kualitas tertentu dalam ulasan. Dari penjelasan diatas bahwa populasi merupakan sebuah objek yang menarik untuk di teliti. Mahasiswa dari kota Sukabumi dijadikan sampel penelitian. dengan jumlah keseluruhan 16.879 orang angkatan 2019 semester ganjil, yang tercatat di pangkalan data pendidikan tinggi (PDDikti, 2022).

Menurut Ferdinand (2020, p. 171) sampel merupakan sebuah bagian yang memiliki ciri atau karakteristik yang ada di dalam populasi. Populasi tidak mungkin untuk dipelajari semuanya oleh peneliti pasti ada keterbatasan waktu dan lainnya. Menurut Ferdinand (2020, p. 173) Metode sampling adalah strategi untuk memilih sampel yang memiliki jumlah sampel yang tepat dan akan dimanfaatkan sebagai sumber data yang sebenarnya, dengan memperhatikan susunan dan persebaran populasi untuk menghasilkan sampel yang representative.

Menurut Ferdinand (2020, p. 179) *Probability Sampling* adalah pendekatan pengambilan sampel yang memberikan setiap peserta kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. *Cluster Sampling* dari (Arikunto, 2016, p. 95) merupakan populasi yang ada kelompok-kelompok dengan memiliki ciri sendiri-sendiri. Mahasiswa

dari kota Sukabumi akan dijadikan sebagai sampel penelitian dan responden. Penulis mengambil mahasiswa dengan alasan bahwa angkatan tersebut yang tepat sebagai Generasi Z yang siap memasuki dunia pekerjaan di era globalisasi saat ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin (Nalendra, 2021). Setelah jumlah sampel ditentukan dan diketahui sebanyak 100 responden hasil dari perhitungan rumus slovin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel rekrutmen online dan media sosial berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas didapatkan dengan informasi memanfaatkan dari uji kolmogorov-smirov, apabila hasil signifikan bertambah besar dari $\alpha > 0,05$, maka dari itu data tersebut berdistribusi normal, apabila jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha < 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.64468305
	Absolute	.151
Most Extreme Differences	Positive	.151
	Negative	-.107
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.508
Asymp. Sig. (2-tailed)		.021

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah SPSS,2023

Berdasarkan Tabel diatas maka bahwa dapat diketahui, pengujian normalitas *E-Recruitment* (X1) dan Media Sosial (X2) dalam meningkatkan Minat Melamar Pekerjaan (Y) memperoleh hasil sebesar $0,021 > 0,05$ sehingga dari itu maka dapat dinyatakan berdistribusi normal karena skor lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda karena peneliti menggunakan lebih dari satu variabel bebas. Untuk mengetahui bagaimana kondisi variabel dependen, dengan asumsi bahwa dua variabel dependen di naik turunkan nilainya.

$$Y = 11.798 + 0.358 X_1 + 0.459 X_2$$

Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	11.798	3.887		3.035	.003
<i>E-Recruitment</i>	.358	.061	.389	5.848	.000
Media Sosial	.459	.055	.558	8.388	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

Sumber: Data diolah SPSS,2023

Berdasarkan hasil diatas bahwa dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara *E-Recruitment* dan Media Sosial terhadap Minat melamar pekerjaan. Persamaan yang telah dilakukan diatas yakni Minat melamar pekerjaan pada generasi Z akan meningkat bila *E-Recruitment* dan Media Sosial harus lebih ditingkatkan. Maka dari itu koefisien regresi untuk *E-Recruitment* yaitu 0,358 lebih kecil dari pada koefisien regresi Media Sosial sebesar 0,459.

Adapun jika untuk melihat besarnya pengaruh *E-Recruitment* dan Media sosial dalam meningkatkan minat pelamar kerja generasi Z Bisa dihitung dengan memakai rumus koefisien determinasi yaitu: $kd = r^2 \times 100\%$ Keterangan: kd=koefisien determinasi $r =$ koefisien korelasi. Jika nilai koefisien hampir tidak ada atau mendekati (0), ini menyiratkan dampak lemah Variabel independent (X1) dan (X2) pada variabel dependen (Y). Meskipun demikian, dengan koefisien determinasi mendekati satu (1), hal ini menunjukkan bahwa faktor independent (X1) dan (X2) mempengaruhi variabel dependen (Y).

Koefisien Determinasi

Adapun jika untuk melihat besarnya pengaruh *E-Recruitment* dan Media sosial dalam meningkatkan minat pelamar kerja generasi Z Bisa dihitung dengan rumus koefisien determinasi yaitu: $Kd = r^2 \times 100\%$
 Keterangan: Kd = Koefisien determinasi R = Koefisien korelasi. Jika nilai koefisien hampir tidak ada atau mendekati (0), ini menyiratkan dampak lemah Variabel independent (X1) dan (X2) pada variabel dependent (Y). Meskipun demikian, dengan koefisien determinasi mendekati satu (1), hal ini bahwa membuktikan variabel independent (X1) dan (X2) mempengaruhi variabel dependent (Y).

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.670	.664	4.692

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, *E-Recruitment*

Sumber: Data diolah SPSS,2023

Berdasarkan dari tabel diatas bahwa maka dapat dilihat hasil nilai koefisien determinasi atau R square yaitu sebesar = 0,670. Berdasarkan hasil diatas diketahui dari hasil R square sebesar 0,670, hal ini merupakan bahwa pengaruh variabel *e-recruitment* dan Media Sosial secara signifikan dalam meningkatkan variabel Minat melamar pekerjaan adalah sebesar 67,0%.

Uji Signifikan Simulan (Uji-F)

Uji simultan (Uji-f) ini digunakan untuk melihat apakah dari variabel independent berpengaruh secara bersama-sama positif dan signifikan terhadap variabel dependent atau tidak.

Tabel 4. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4343.015	2	2171.508	98.625	.000 ^b
	Residual	2135.735	9	22.018		
	Total	6478.750	11			

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, *E-Recruitment*

Sumber: Data diolah SPSS,2023

Kriteria yang digunakan untuk menghitung pengujian simultan yaitu, Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka signifikan, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka tidak signifikan. Berdasarkan Tabel diatas bahwa dapat diketahui hasil perhitungan didapatkan F_{hitung} variabel *E-Recruitment* (X1) dan Media Sosial (X2) secara signifikan simultan terhadap Minat melamar pekerjaan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 98.625 > F_{tabel} 3,09$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini dapat diterima dan dinyatakan layak.

Uji Signifikan Parsial (Uji-T)

Uji-t atau uji parsial merupakan tes yang menggunakan tes berbeda atau individual untuk memberikan informasi penting tentang hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Hasil nilai perhitungan yang akan dilakukan dan dibandingkan dengan t_{tabel} dengan menggunakan taraf tingkat kesalahan 0,05 uji dua pihak dan $dk = n-1$ dengan kriterianya, Jika signifikan $t \leq 0,05$ jika $t > 0,05$ maka H_0 akan ditolak dan H_1 diterima, Jika signifikan $t > 0,05$ jika $t < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 5. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	11.798	3.887		3.035	.003
<i>E-Recruitment</i>	.358	.061	.389	5.848	.000
Media Sosial	.459	.055	.558	8.388	.000

a. Dependent Variable: Minat Melamar Pekerjaan
 Sumber: Data diolah SPSS,2023

Berdasarkan hasil dari tabel perhitungan di atas bahwa nilai t_{hitung} variabel *E-Recruitment* (X1) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah

sebesar 5.848. Berdasarkan keterangan dari tabel perhitungan taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan $dk = (n-1) dk = 100 - 1 = 99$. Jika nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang diperoleh dari tabel t ketentuan ini sebesar 1,98. Penjelasananya yaitu bahwa dengan adanya *e-recruitment* diperusahaan dapat menarik para pelamar kerja agar mau bekerja di perusahaan.

Nilai t_{hitung} variabel Media Sosial (X2) terhadap minat melamar pekerjaan (Y) adalah sebesar 8.388. Berdasarkan keterangan dari tabel perhitungan tara kesalahan 5% atau 0,05 dan $dk = (n-1) dk = 100 - 1 = 99$. Jika nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t tabel yang diperoleh dari tabel t ketentuan ini sebesar 1,98. Penjelasananya yaitu bahwa Saat menyambut kandidat ke iklan pekerjaan atau melakukan pemeriksaan latar belakang dan penyaringan pelamar, pemberi kerja perlu menggunakan media sosial sebagai alat yang kuat.

Pengaruh *E-Recruitment* Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Menurut temuan penelitian, *e-recruitment* sebagian meningkatkan minat generasi z untuk melamar pekerjaan dengan cara yang baik dan signifikan. Dapat dilihat dari hasil besaran pengaruh *e-recruitment* dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan yaitu 0,271. hasil signifikan dari *e-recruitment* sebesar $0,007 < \alpha 0,05$. Hasil dari itu membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka hipotesis menunjukkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan. Maka dari itu ini menunjukkan bahwa jika semakin baik *e-recruitment* bisa meningkatkan minat dari pelamar kerja generasi z.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melanthiou, (2015). Yang mengungkapkan bahwa *e-recruitment* berpengaruh positif terhadap minat melamar pekerjaan. Berdasarkan jawaban dari para responden terkait *e-recruitment* diketahui bahwa hasil dari

responden telah menjawab pada kategori tinggi, dengan indikator jangkauan luas pada instrumen “Jangkauan luas dalam mengakses website” dengan nilai rerata sebesar 7,43. Diketahui bahwa item tersebut merupakan jangkauan luas dalam mengakses website.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Melamar Pekerjaan

Menurut temuan penelitian, media sosial sebagian meningkatkan minat generasi z untuk melamar pekerjaan dengan cara yang baik dan signifikan. Dapat dilihat dari hasil besaran pengaruh media sosial dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan yaitu 0,518. Hasil dari signifikan *e-recruitment* sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Jika dari itu keputusannya yaitu H_0 ditolak dan H_2 diterima maka hipotesis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan. Hal ini telah menunjukkan bahwa semakin baik media sosial digunakan maka akan dapat meningkatkan minat melamar pekerjaan pada generasi z.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Michal micik, (2018) yang mengatakan bahwa dengan menggunakan sosial media akan menarik para pelamar kerja dengan mudah karena berinteraksi dan komunikasi secara online. Berdasarkan jawaban dari para responden terkait media sosial diketahui bahwa hasil dari responden menjawab pada kategori tinggi, dengan indikator fleksibel pada instrumen “Kebebasan mahasiswa dalam mencari pekerjaan” dengan nilai rerata sebesar 7,22. Diketahui bahwa item tersebut merupakan kebebasan mahasiswa yang bisa berinteraktivitas di media sosial dengan sesama penggunanya untuk mencari informasi lowongan pekerjaan.

Pengaruh *E-Recruitment* dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Melamar Pekerjaan

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara positif *e-recruitment* dan media sosial berpengaruh

positif dan signifikan dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan generasi z. Nilai $F_{hitung} 50.895 > F_{tabel} 3,09$ maka dari itu dapat ditarik simpulan bahwa hipotesis ini dapat diterima dan dinyatakan layak. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi z akan lebih tertarik melamar pekerjaan jika e-recruitment dan media sosial digabungkan secara lebih efektif.

Hasil ini mendukung dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Md, Sajjad Hosain (2020) Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa e-recruitment berpengaruh signifikan terhadap perspektif sosial media. Berdasarkan jawaban dari para responden terkait minat melamar pekerjaan diketahui bahwa hasil sebagian responden menjawab pada kategori tinggi, dengan indikator kesejahteraan pada instrumen “Perusahaan lebih mengedepankan kesejahteraan karyawannya” dengan nilai rerata sebesar 7,50. Diketahui bahwa item tersebut merupakan lebih mengedepankan kesejahteraan karyawan, maka dari itu dapat diketahui bahwa para pelamar memiliki minat pada perusahaan yang memang mengedepankan kesejahteraan karyawannya.

PENUTUP

Kesimpulan

E-Recruitment terbukti meningkatkan minat melamar pekerjaan di kalangan mahasiswa perguruan tinggi di Kota Sukabumi yang dinilai cukup baik. Mahasiswa di perguruan tinggi di Kota Sukabumi juga memberikan nilai positif terhadap *E-Recruitment*. Minat Generasi Z dalam melamar pekerjaan di perguruan tinggi di Kota Sukabumi juga dapat ditingkatkan dengan adanya *e-recruitment*. Menurut temuan penulis dalam penelitian efektivitas *e-recruitment* dan media sosial dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan generasi z ini dijelaskan secara baik dan diterapkan dengan efektif. Hal ini terlihat dari penilaian mahasiswa generasi Z di Kota Sukabumi. Dan penulis tidak mempertimbangkan beberapa unsur lain

yang dapat mempengaruhi minat melamar pekerjaan. *E-Recruitment* berpengaruh positif dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan generasi Z pada mahasiswa di kota sukabumi. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam upaya menarik minat pelamar kerja generasi Z di kota sukabumi maka memerlukan efektivitas *e-recruitment* yang baik yang dapat dibantu oleh beberapa dimensi diantaranya informasi website, keamanan website dan kecepatan proses pencarian kerja. Media sosial berpengaruh positif dalam meningkatkan minat melamar pekerjaan generasi Z pada mahasiswa di kota sukabumi. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam upaya menarik minat pelamar kerja generasi Z harus mampu menciptakan media sosial yang baik yang dapat dibantu oleh beberapa dimensi diantaranya situs jejaring sosial, situs berbagi media dan interaktivitas.

Saran

Berdasarkan hasil Penelitian ini berharap dengan adanya penelitian mengenai *E-Recruitment* Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Melamar Pekerja Generasi Z mampu dapat mengembangkan wawasan serta pengetahuan khususnya dibidang manajemen sumber daya manusia. Dengan adanya penelitian yang membahas *E-Recruitment* Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Melamar Pekerja Generasi Z diharapkan dapat membangun citra yang baik dan memiliki keunggulan dalam meningkatkan pelamar kerja. Penulis berharap penelitian ini akan dapat memberikan manfaat bagi banyak orang dalam bidang ilmu manajemen sumber daya manusia serta penelitian ini bisa untuk dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Chung. (2018). Where The Shoe Pinches: Realizing Dominant Problems As An Organizational Social Media Business Profile Evolves. *International Journal Of Information Management*, 1-41.
- Dwidienawati. (2018). Understanding Indonesian's Generation Z. *International Journal Of Engginering & Technology*, 250-252.
- Ekanayaka. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pekerjaan niat seekr untuk menggunakan E-recruitment. *International Journal Of Managerial Studies and Research (IJSMR)*. 1-12
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardani, H. J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hikma, N. (2022, September 4). *Menelusuri Ketertarikan Gen Z Dalam Mencari Pekerjaan*. Retrieved from IdentitasUnhas: <https://identitasunhas.com/menelusuri-ketertarikan-gen-z-dalam-mencari-pekerjaan/>
- Hosain MS, U. K. (2016). The Impact Of E-Recruitmen On Candidates Attitudes: A Study On Graduate Job Seekers Of Bangladesh. *Journal of Human and Social Science Research*, 9-17.
- Jayabalan, N. (2019). E-recruitment Technology Adoption among Generation Z Job-Seekers. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, ISSN: 2249 – 8958.
- Koch, T. (2018). The Impact Of Social Media On Recruitment: Are You LinkedIn. *SA Journal Of Human Resources Management*, 1-14.
- Liu L, L. M. (2018). Trust transfer in social media brand communities: The role of consumer engagement. *International Journal of Information Management*, 41.
- Mangkunegara, A. A. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Md. Sajjad Hosain, A. H. (2020). E-recruitment: A Social Media Perspective. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 54-55.
- Melanthiou Y, P. F. (2015). The use of social network sites as an e-recruitment tool. . *Journal of Transnational Management*, 31-49
- Michal Micik, K. M. (2018). Employer Brand Building: Using Social Media and Career Websites To Attract Generation Y. *Economics & Sociology*, 171-189.
- Nalendra, A. R. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*. . Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Octavianus Sumardana, A. G. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 185.
- PDDikti. (2022). *Pangkalan Data Pendidikan Tinggi*. Retrieved October 17, 2022, from Pddikti Kemdikbud: https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/NTFCMjg4QzItQTE2Mi00MTkwLU11NjYtNDUwODIEQThCMUUY
- Permadi, K. &. (2015). Pengaruh Reputasi Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Oleh Mahasiswa Universitas Udaya. *E-jurnal Manajemen*, 10.
- Peter Karácsony, T. I. (2020). Attitudes Of Z Generation To Job Searching

- Through Social Media. *Economics and Sociology*, 13(4), 227-240
doi:10.14254/2071-789X.2020/13-4/14.
- Rohida. (2018). *Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 Terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia*. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*: 114-118.
- Sorgner. (2017). *The Effects of Digitalization for Gender Equality in the G20 Economics*. kiel: Kiel Institute for The World Economy.
- Sumardana, O. R. (2014). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, dan Kompensasi yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan,. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, Vol.19, No. 2., 184-192.
- Tanja Koch, C. G. (2018). The impact of social media on recruitment: Are you LinkedIn. *SA Journal of Human Resource Management*, 1-14.
- Wei, Y. C.-C. (2015). A fit persepective approach in linking corporate image and intention to apply. *Journal of Business Research*.
- Wolodzko & Wozniak. (2017). The use by large polish organizations of information about CSR Activites in e-recruitment. *Economics and Sociology*, Vol.10, No.2, pp.47-46