

Corporate social responsibility sebagai daya tarik organisasi bagi calon pegawai: studi replikasi terhadap mahasiswa humas tingkat akhir =
Corporate social responsibility as organizational attractiveness for
prospective employees replication: study on final year university student

Elga Theresia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472489&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini merupakan studi eksperimen untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility CSR sebagai faktor yang membuat calon pegawai atau karyawan tertarik kepada suatu perusahaan dan berniat untuk melamar kerja kepada perusahaan tersebut. Konsep yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara CSR dan ketertarikan serta niat melamar kerja kepada perusahaan adalah Person-Organization fit P-O fit . P-O fit dalam penelitian ini adalah persepsi adanya kecocokan antara nilai etika yang dipegang oleh seseorang dengan perusahaan ethical fit . Penelitian dilakukan secara quasi eksperimen terhadap 4 kelompok mahasiswa tingkat akhir, masing-masing kelompok terdiri dari 29 partisipan. Partisipan diminta untuk membayangkan mereka sedang mencari pekerjaan. Setiap grup mendapat satu jenis artikel tentang sebuah perusahaan dengan kombinasi tingkat baik atau buruk CSR dan Corporate Ability CA yang berbeda dari kelompok lainnya. Hasil penelitian memperlihatkan manfaat menerapkan dan mengkomunikasikan CSR yang baik. CSR yang baik membentuk persepsi adanya kesesuaian nilai etika antara calon pegawai dengan perusahaan. CSR yang baik juga meningkatkan daya tarik organisasi bagi calon pegawai, mereka lebih cenderung untuk berniat melamar kerja pada perusahaan yang memiliki CSR baik.

.....

This thesis is an experimental study to examine the effect of Corporate Social Responsibility CSR as a factor which affects perceived attraction by prospective employees and intent to apply for a job at a company. The concept used to explain the relations between CSR, organizational attractiveness and intent to apply is Person Organization fit P O fit . P O fit in this research referred to perceived ethical fit. Quasi experimental research was conducted on four groups of final year students. Each group consisted of 29 participants. Participants were asked to imagine that they were looking for a job. Every group received one particular type of article about a company with combination of CSR and Corporate Ability CA levels good or bad . The findings of this research confirm the advantage of implementing and communicating good CSR. CSR influences public relation students prospective public relations practitioners perceived ethical fit. CSR also has significant influence on a company's attractiveness. Therefore, future employees are more likely to have an intention to apply to a company which has good CSR.