

The Influence of Employer Brand, Person-organization Fit, and Social Media Toward Employer of Choice (A Generation Z Perspective) = Perspektif Generasi Z Mengenai Pengaruh Employer Brand, Person-organization Fit, dan Social Media Terhadap Employer of Choice

Maira Shasi Andadari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920556278&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring persaingan SDM yang terus meningkat, perusahaan juga dihadapi dengan pergantian generasi di tempat kerja yang tidak bisa dihindari. Secara global, jumlah personil Generasi Z yang memasuki dunia kerja dan aktif mencari kesempatan kerja diperkirakan akan meningkat di tahun-tahun mendatang. Untuk merekrut personil Generasi Z yang kompeten, perusahaan yang visioner harus mulai mencari cara untuk menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan Generasi Z. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk menganalisa hubungan dari employer brand dimensions, person-organization fit (POF), dan employer of choice (EOC). Selain itu, studi ini juga mengeksplor peran dari employer's social media presence dalam memoderasi hubungan antara POF dan EOC. Sebanyak 256 Generasi Z yang terdiri dari mahasiswa serta fresh graduates berpartisipasi dalam penelitian ini. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional untuk membantu perusahaan dalam menemukan cara terbaik untuk berkomunikasi dan menarik Generasi Z untuk bekerja di perusahaan mereka. Penelitian ini menemukan bahwa budaya kerja yang positif lebih penting bagi Generasi Z dibandingkan dengan gaji yang tinggi. Selain itu, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara POF dan EOC, serta employer's social media presence memperlemah hubungan antara POF dan EOC. Implikasi manajerial dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam merancang strategi employer branding.

.....As the talent war continues to rise, firms also see an inevitable generational shift in the workplace. Globally, the huge number of Generation Z individuals who are entering the workforce and actively seeking job opportunities is predicted to continually increase in the upcoming years. To attract this new group of skilled human capital, forward-thinking employers must carve out ways to stand out and meet the needs of these tech-savvy youth. This study seeks to analyse the relationship between employer brand dimensions, person-organization fit (POF), and employer of choice (EOC). In addition, the study explores the role of employers' social media presence in moderating the relationship between POF and EOC. A total of 256 Generation Z students and recent graduates were surveyed. Cross-sectional quantitative research methods were used in the hope of helping employers uncover ways to competitively communicate and attract Generation Z to work for their companies. This study found that empowering work cultures are more crucial for Generation Z rather than a high salary. Additionally, a statistically significant relationship between POF and EOC, and employer's social media presence weakens the relationship between POF and EOC. Managerial implications from this research are explored as insights for companies to devise employee branding strategies.