

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh perancangan pekerjaan terhadap intensi bergabung karyawan Generasi Z, dengan mempertimbangkan persepsi diri yang autentik sebagai variabel mediasi. Studi ini dilakukan pada individu Generasi Z yang telah bekerja minimal enam bulan dan terbuka terhadap peluang pekerjaan baru. Fokus utama penelitian adalah pada Generasi Z yang diyakini akan mendominasi pasar tenaga kerja dan memiliki motivasi intrinsik, serta mengedepankan keseimbangan kehidupan personal dengan pekerjaan.

Pendekatan kuantitatif digunakan dengan analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS4. Sampel penelitian terdiri dari 374 responden, dengan data valid sebanyak 216 responden yang memenuhi kriteria pengambilan data. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring. Hasil analisis menunjukkan bahwa perancangan pekerjaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap intensi bergabung, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui mediasi persepsi diri yang autentik. Efek mediasi ini menunjukkan peran penting persepsi ekspresi diri yang autentik dalam memperkuat hubungan antara perancangan pekerjaan dan intensi bergabung.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya perancangan pekerjaan dalam meningkatkan intensi bergabung Generasi Z. Dalam konteks persaingan tenaga kerja yang semakin ketat, perusahaan perlu mengadopsi strategi pengelolaan sumber daya manusia yang tepat untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik. Dengan meningkatnya intensi Generasi Z terhadap peluang kerja di perusahaan, peluang untuk memperoleh talenta potensial pun semakin besar.

Kata kunci: perancangan pekerjaan, intensi bergabung, persepsi ekspresi diri yang autentik, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of job crafting on Generation Z employees' job acceptance intention, with authentic self-expression perception serving as a mediating variable. The research was conducted among Generation Z individuals who have been employed for at least six months and are open to new employment opportunities. The primary focus is on Generation Z, who are anticipated to dominate the labor market, possess intrinsic motivation, and prioritize work-life balance.

A quantitative approach was employed, utilizing Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis through the SmartPLS4 software. The research sample comprised 374 respondents, with valid data collected from 216 respondents who met the data collection criteria. Data were gathered via an online questionnaire. The analysis results indicate that job crafting has a significant positive effect on job acceptance intention, both directly and indirectly through the mediation of authentic self-expression perception. This mediating effect underscores the critical role of authentic self-expression perception in strengthening the relationship between job crafting and job acceptance intention.

Overall, this study emphasizes the importance of job crafting in enhancing Generation Z's job acceptance intention. In the context of increasingly competitive labor markets, firms need to adopt effective human resource management strategies to attract and retain top talent. With the growing inclination of Generation Z toward employment opportunities, the potential to acquire talented candidates is also significantly enhanced.

Keywords: *job crafting, job acceptance intention, authentic self-expression perception, Generation Z.*