UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Karakteristik Media Sosial Terhadap Intensi Melamar Generasi Z: Peran Mediasi Employer Brand Attractiveness Dan Person-Organization Fit (Studi Pada Pt Hm Sampoerna Tbk.) Studi Pada Pt Hm Sampoerna Tbk.)
Sari Kristi Humisar, Prof. Drs. Gugup Kismono, M.B.A., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh karakteristik media sosial terhadap intensi melamar kerja Generasi Z, dengan *Person-Organization Fit* (POF) dan *employer brand attractiveness* sebagai variabel mediasi. Melalui survei kuantitatif terhadap 131 mahasiswa tingkat akhir Universitas Gadjah Mada, hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap intensi melamar. Analisis jalur membuktikan bahwa POF dan *employer brand attractiveness* berperan sebagai mediator parsial yang efektif. Temuan deskriptif menyoroti bahwa aspek *social presence* (kehadiran sosial) masih lebih rendah dibandingkan *informativeness*. Oleh karena itu, direkomendasikan penerapan strategi konten yang lebih humanis dan interaktif pada akun @sampoernacareer untuk memperkuat persepsi kecocokan nilai dan daya tarik perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan minat pelamar.

Kata Kunci: Karakteristik Media Sosial, Intensi Melamar, *Person-Organization Fit*, *Employer Brand Attractiveness*, Generasi Z, Rekrutmen Digital.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Karakteristik Media Sosial Terhadap Intensi Melamar Generasi Z: Peran Mediasi Employer Brand Attractiveness Dan Person-Organization Fit (Studi Pada Pt Hm Sampoerna Tbk.) Studi Pada Pt Hm Sampoerna Tbk.)
Sari Kristi Humisar, Prof. Drs. Gugup Kismono, M.B.A., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study examines the influence of social media characteristics on Generation Z's intention to apply for jobs, utilizing Person-Organization Fit (POF) and employer brand attractiveness as mediating variables. Conducted through a quantitative survey involving 131 final-year students from Universitas Gadjah Mada. The findings reveal that social media characteristics exert a significantly positive influence on application intention. Path analysis confirms that both POF and employer brand attractiveness act as effective partial mediators. Descriptive results highlight that the aspect of social presence is currently lower than informativeness. Consequently, the study recommends implementing a more humanistic and interactive content strategy for the @sampoernacareer account to enhance perceived value alignment and organizational attractiveness, ultimately boosting applicant interest.

Keywords: Social Media Characteristics, Intention to Apply, Person-Organization Fit, Employer Brand Attractiveness, Generation Z, Digital Recruitment.