

The Influence Of Social Media And Job Descriptions On Generation Z's Intention To Apply For Jobs, With Work Motivation As An Intervening Variable

Pengaruh Media Sosial Dan Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening

Diaz Ayu Satriana¹, Nur Achmad^{2*}

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b100220081@student.ums.ac.id¹, nur.achmad@ums.ac.id^{2*}

*Corresponding Author

ABSTRACT

Advances in digital technology have transformed the human resource management (HRM) process in the recruitment process, especially in the dissemination of job vacancies. This study aims to analyze the effect of social media and job descriptions on the interest of generation Z in applying for jobs with work motivation as an intervening variable. This study uses a quantitative approach with survey method. Data were collected from student respondents of Universitas Muhammadiyah Surakarta who were selected using the purposive sampling technique in accordance with the research criteria. The data analysis used the Partial Least Square (PLS) method to test hypotheses or direct and indirect relationships between variables. The results show that social media has a negative and insignificant effect on interest in applying for jobs. Job descriptions have a positive and significant effect on job application interest. Furthermore, work motivation is proven to play a significant role as an intervening variable in mediating the influence of social media and job descriptions on interest in applying for jobs. The results of this study indicate that social media cannot directly influence generation Z student's interest in applying for jobs. Social media and job descriptions together play an important role in building generation Z student's work motivation to be interested in applying for jobs. With the role of work motivation as a mediator, it is proven to encourage generation Z student to make decisions to apply for jobs.

Keyword: Social Media, Job Description, Job Application Interest, Work Motivation, Generation Z

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah mentransformasi proses manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam proses rekrutmen, khususnya dalam penyebaran lowongan pekerjaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja generasi Z dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yang sesuai dengan kriteria penelitian. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hipotesis atau hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat melamar kerja. Deskripsi pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja. Kemudian motivasi kerja terbukti berperan sebagai variabel intervening yang signifikan untuk memediasi pengaruh media sosial dan deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja. Hasil studi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak dapat mempengaruhi secara langsung minat melamar kerja mahasiswa generasi Z. Untuk media sosial dan deskripsi pekerjaan secara bersamaan berperan penting dalam membangun motivasi kerja mahasiswa generasi Z untuk berminat melamar kerja. Dengan peran motivasi kerja sebagai mediasi terbukti mendorong mahasiswa generasi Z dalam mengambil keputusan melamar kerja.

Kata kunci: Media Sosial, Deskripsi Pekerjaan, Minat Melamar Kerja, Motivasi Kerja, Generasi Z

1. Pendahuluan

Kemajuan dan perkembangan teknologi digital saat ini mampu menciptakan kemudahan di berbagai bidang, salah satunya pada bidang manajemen sumber daya manusia

(MSDM). MSDM berfokus pada pengarahan potensi serta peran setiap personel agar selaras dengan visi dan misi yang ingin dicapai perusahaan (Kristanti, 2023). Dalam suatu perusahaan pengelolaan manajemen sudah banyak yang memanfaatkan teknologi melalui media digital. Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang dapat menjadi hal penting bagi perusahaan untuk mendukung penyampaian informasi perusahaan (Satriya, 2024). Perkembangan teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap manajemen sumber daya manusia, terutama dalam otomatisasi pengelolaan data, penyebaran lowongan kerja, dan proses rekrutmen. Digitalisasi melalui sistem komputerisasi mempermudah penyampaian informasi dan komunikasi secara luas. Era ini erat kaitannya dengan Generasi Z, yakni kelompok yang lahir periode 1997-2012 serta tumbuh seiring pesatnya perkembangan teknologi (Dewi, 2024). Generasi Z banyak memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi, termasuk informasi rekrutmen kerja. Media sosial merupakan platform digital yang mendukung komunikasi, jaringan profesional, dan pemasaran (Susanto, 2024). Karena telah memasuki usia produktif, Generasi Z menggunakan media sosial sebagai perantara antara perusahaan dan pencari kerja. Perusahaan pun mengaplikasikan platform misalnya LinkedIn, Instagram, Glassdoor, dan media sosial lain untuk menyebarkan informasi lowongan pekerjaan.

Perusahaan yang melakukan rekrutmen menyediakan informasi lowongan kerja secara lengkap untuk membantu pencari kerja, khususnya lulusan baru atau mahasiswa tingkat akhir yang belum memiliki perencanaan karir yang jelas (Agustyani, 2019). Informasi tersebut, terutama deskripsi kerja, dibutuhkan Generasi Z sebagai referensi dalam menentukan minat bekerja. Minat melamar kerja merupakan keinginan individu untuk mencari informasi lebih lanjut dan mempertimbangkan organisasi sebagai tempat bekerja (Rozsa, 2020), serta menjadi keputusan pencari kerja dalam memilih posisi yang ditawarkan di pasar tenaga kerja (Dewi, 2024). Selain itu, motivasi kerja juga berkedudukan krusial pada tumbuhnya minat melamar pekerjaan bagi mahasiswa Generasi Z. Proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam melamar pekerjaan melibatkan berbagai pertimbangan, salah satunya yakni motivasi kerja. Stimulus internal dan eksternal menstimulasi terbentuknya orientasi perilaku individu di organisasi (Wibowo, 2021). Motivasi tersebut mendorong mahasiswa Generasi Z untuk memiliki minat melamar pekerjaan. Selain itu, kemudahan akses informasi lowongan kerja melalui media sosial, khususnya yang disertai deskripsi pekerjaan yang jelas, turut mendukung mahasiswa dalam menentukan pilihan saat memasuki dunia kerja. Dalam menentukan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan keterampilan, calon pekerja akan memperhatikan tugas dan tanggung jawab yang tercantum dalam lowongan kerja. Deskripsi kerja merupakan penjelasan mengenai tanggung jawab, target, dan ketentuan kerja yang harus dipenuhi. Deskripsi kerja yang jelas terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja mahasiswa (Amirul, 2023; Dewi, 2024). Semakin jelas dan menarik deskripsi pekerjaan yang disajikan, semakin tinggi minat calon pelamar. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyusun deskripsi pekerjaan secara jelas dan informatif untuk meningkatkan minat melamar kerja.

Studi terdahulu menginformasikan media sosial dan deskripsi kerja berkontribusi terhadap minat melamar kerja Generasi Z. Media sosial terbukti berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat Generasi Z untuk melamar pekerjaan (Ananda, 2024), serta efektif sebagai sarana rekrutmen perusahaan dalam menarik calon karyawan (Setio, 2025). Selain itu, deskripsi pekerjaan yang jelas berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa melamar kerja (Dewi, 2024) dan juga terhadap kinerja karyawan (Amirul, 2023). Penelitian lain menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa dalam memasuki dunia kerja (Wibowo, 2021). Dengan demikian, penyampaian informasi rekrutmen yang jelas melalui media sosial, khususnya deskripsi kerja, dapat meningkatkan motivasi dan minat melamar kerja serta berdampak pada kinerja karyawan di masa depan. Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya *research gap*, yaitu

kesenjangan akibat perbedaan teori, model, data, maupun hasil penelitian yang belum terjawab. Akibatnya, studi menempatkan variabel yang berbeda dengan menjadikan media sosial dan deskripsi kerja sebagai variabel independen, serta minat melamar kerja sebagai variabel dependen dengan fokus pada mahasiswa Generasi Z semester akhir. Studi juga melibatkan motivasi kerja sebagai variabel mediasi dan mengombinasikan temuan penelitian terdahulu untuk membangun kerangka penelitian yang baru. Perkembangan teknologi yang pesat memengaruhi perspektif Generasi Z dalam memulai karir di dunia kerja. Melalui media sosial, Generasi Z dapat mencari referensi pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan serta memperoleh informasi deskripsi kerja yang diiklankan perusahaan melalui platform seperti Instagram, LinkedIn, dan TikTok. Media sosial dan kejelasan deskripsi kerja diperkirakan berpengaruh terhadap minat melamar kerja mahasiswa Generasi Z tingkat akhir. Namun, minat tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kedua faktor tersebut, akan tetapi dikontribusikan aspek diluar studi, seperti motivasi kerja.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Kognitif Social (*Social Cognitive Theory*)

Dalam penelitian pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), terdapat beberapa teori yang digunakan sebagai landasan. Studi ini mengadopsi Teori Kognitif Sosial (Bandura, 1989) sebagai landasan guna menjelaskan bagaimana interaksi dinamis antara individu dan situasinya menentukan tindakan manusia. Melalui pembelajaran observasional, individu dapat memperoleh pengetahuan serta keterampilan baru yang membentuk perilakunya. *Teori Kognitif Sosial* memberikan pemahaman bahwa praktik MSDM yang meliputi, pelatihan, penyusunan deskripsi pekerjaan yang jelas, serta pemberian umpan balik, mampu memengaruhi keyakinan kognitif individu, khususnya kepercayaan diri. Praktik MSDM yang menyediakan pembelajaran observasional melalui pelatihan kerja secara langsung dapat meningkatkan persepsi kompetensi karyawan. Peningkatan persepsi kompetensi tersebut akan mendorong keberanian individu untuk mengambil inisiatif dalam perilaku kerja, termasuk minat melamar pada posisi tertentu.

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Penelitian ini ingin mengetahui terkait minat melamar kerja yang dapat dipengaruhi oleh referensi lowongan pekerjaan yang disampaikan sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan dalam merencanakan dan mengelola informasi pekerjaan akan berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia khususnya untuk proses penetapan calon karyawan. Manajemen sendiri menurut Rubi (2024), adalah sebuah rangkaian aktivitas untuk mengambil keputusan yang efektif dan efisien untuk sumber daya organisasi dalam mencapai tujuan. Tanpa kontribusi aktif dari sumber daya manusia, seluruh proses operasional perusahaan tidak akan dapat berjalan secara optimal. MSDM mengkaji bagaimana mengkoordinasikan kapasitas fungsional karyawan untuk menciptakan nilai maksimal bagi pertumbuhan bisnis (Kristanti, 2023).

Minat Melamar Kerja Generasi Z

Temuan Ramadhan (2023), menyatakan bahwasanya Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012 setelah generasi sebelumnya terakhir lahir yakni dari generasi milenial. Generasi ini lahir dan bertumbuh kembang di masa teknologi yang terus berkembang maju. Atas keterbukaan generasi Z dengan teknologi dapat mempengaruhi mereka memperoleh informasi kerja melalui media digital. Ananda (2024) menyatakan bahwa generasi Z memiliki sisi positif, karena kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat pada kemajuan teknologi. Hal tersebut menyebabkan generasi Z mempunyai karakteristik khusus yaitu terbuka akan hal baru, praktis dalam aktivitas, dan efisiensi yang tinggi sebab segala aktivitasnya dibantu kecanggihan teknologi.

Media Sosial

Media sosial dan generasi Z merupakan 2 hal yang selalu beriringan, munculnya kecenderungan di kalangan generasi ini untuk menempatkan media sosial sebagai kebutuhan primer dalam berinteraksi dan mencari informasi, baik untuk mengekspresikan diri dan untuk mengakses informasi. Menurut Ningrum (2024), menyatakan bahwa media sosial itu dimanfaatkan untuk alat ekspresi diri, sumber informasi, dan tempat untuk berpartisipasi dalam mengekspresikan sebuah seni untuk berkontribusi dalam budaya digital. Platform media sosial telah bertransformasi menjadi sarana utama untuk berinteraksi dan menyebarkan pesan ke berbagai lapisan masyarakat. Pada MSDM media sosial berkedudukan sebagai perantara strategis dalam proses rekrutmen, hal ini dapat menarik perhatian generasi Z terhadap minat melamar kerja.

Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi pekerjaan merupakan elemen yang penting dalam menarik para calon pekerja untuk berminat melamar kerja ke perusahaan tersebut. Menurut (Maularahmah, 2024) deskripsi pekerjaan berupa pernyataan tertulis mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pekerja seperti cara bekerja dan kondisi kerja perusahaan. Perusahaan yang dapat mendeskripsikan pekerjaan sebaik mungkin, dapat memberikan kesan yang profesional dan kesungguhan perusahaan dalam merekrut calon pekerja. Menurut Agustin (2019), dalam menyatakan bahwa deskripsi kerja memiliki indikator untuk disampaikan agar membantu karyawan memahami kebutuhan perusahaan, yaitu: 1) Tanggung jawab; 2) Kemampuan; 3) Pendidikan; dan 4) Kondisi kerja dalam perusahaan

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *media sosial* terhadap minat melamar kerja

Media sosial dipahami sebagai platform digital yang menjadi media penyampaian informasi secara online. Media sosial di era digital ini sangat erat dengan generasi Z, karena generasi ini tumbuh dan berkembang pada masa perubahan kemajuan teknologi yang cepat. Karena segala kegiatan dan penyampaian informasi yang relevan saat ini sering disampaikan melalui media sosial. Generasi Z yang selalu mengakses media sosial memberikan kesempatan perusahaan untuk memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan informasi lowongan pekerjaan. Efektivitas media sosial sebagai media mediasi terletak pada kemampuannya menyebarkan informasi karir kepada Generasi Z secara simultan dan akelerasi. Penelitian yang dilakukan (Ananda, 2024) menyatakan bahwa secara positif media sosial dapat meningkatkan minat melamar pekerjaan.

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan dari studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni :

H1 : Media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja

2. Pengaruh *deskripsi pekerjaan* terhadap minat melamar kerja

Deskripsi pekerjaan yakni sebuah informasi tertulis dalam sebuah perusahaan yang menjabarkan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh karyawan pada sebuah perusahaan atau organisasi. Saat proses rekrutmen karyawan suatu perusahaan akan mencantumkan deskripsi pekerjaan dalam informasi lowongan kerja. Generasi Z saat ini sering melihat deskripsi pekerjaan dengan teliti untuk mempertimbangkan untuk bekerja di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan (Maularahmah, 2024) menyatakan deskripsi pekerjaan berdampak signifikan terhadap minat melamar kerja. Situasi tersebut menginformasikan semakin jelas penyampaian deskripsi kerja perusahaan akan meningkatkan minat melamar kerja.

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni:

H2 : Deskripsi pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja**3. Pengaruh *media sosial* terhadap motivasi kerja**

Masyarakat saat ini tidak lepas dengan media sosial dalam kegiatan sehari-hari. Melalui media sosial dapat mudah mengetahui berbagai hal salah satunya terkait dunia kerja, seperti informasi lowongan pekerjaan, branding perusahaan di akun media sosial sebuah perusahaan, ataupun video dari para profesional di bidang karir yang memberikan edukasi dan membagi pengalamannya di dunia kerja. Maka itu melalui media sosial dapat memberikan dorongan dalam diri atau menstimulasi dalam berkontribusi di ranah profesional. Studi (Demircioglu, 2019) pada sebuah lingkup pegawai publik menyatakan bahwa *media sosial* secara positif dapat mempengaruhi motivasi kerja.

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni:

H3: Media sosial berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja**4. Pengaruh deskripsi pekerjaan terhadap motivasi kerja generasi Z**

Deskripsi kerja (Maularahmah, 2024) adalah pernyataan tertulis mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pekerja yang meliputi cara bekerja dan menunjukkan kondisi kerja sebuah perusahaan. Penyampaian deskripsi pekerjaan yang jelas dan terperinci dapat mempengaruhi kepercayaan karyawan ataupun juga para calon pelamar terhadap perusahaan. Ketika organisasi menyajikan artikulasi yang komprehensif terkait tanggung jawab, tugas, wewenang dan hak karyawan dalam perusahaan dapat mendorong seseorang untuk bekerja dengan baik. Menurut Trisna (2014) menyatakan bahwa deskripsi pekerjaan berperan positif untuk mempengaruhi motivasi kerja individu.

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni:

H4 : Deskripsi pekerjaan berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja generasi Z**5. Pengaruh motivasi kerja terhadap minat melamar kerja generasi Z**

Motivasi kerja merujuk pada energi psikologis dalam diri yang memicu inisiatif seseorang untuk bekerja. Motivasi kerja dapat berupa semangat individu dalam melakukan pekerjaan. Motivasi kerja pada generasi Z seringkali berhubungan dengan keinginan untuk mencapai pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kemampuan dirinya. Motivasi kerja generasi Z di kalangan mahasiswa itu dapat timbul karena ada kebutuhan finansial, kesungguhan dalam meraih cita-cita, dan keinginan untuk mengembangkan karir. Motivasi kerja pada setiap orang dapat mempengaruhi minat melamar kerja. Kajian (Wibowo, 2021) mengindikasikan bahwasanya motivasi kerja berkontribusi positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa kesiapan kerja dapat menentukan motivasi kerja mahasiswa yang akan terjun ke dunia kerja, melalui sebuah dorongan dan atau semangat mahasiswa untuk bekerja, hal ini dapat mempengaruhi minat melamar kerja dikalangan mahasiswa

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni:

H5 : Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja**6. Pengaruh media sosial terhadap minat melamar kerja generasi Z dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening**

Dalam perkembangan teknologi yang pesat saat ini media sosial menjadi sarana komunikasi digital yang dapat mempercepat penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Penggunaan media sosial ini sering digunakan oleh pengguna dari sebuah organisasi yang sedang merekrut anggota baru. Seperti manajemen sumber daya manusia sebuah perusahaan besar yang menyebarkan lowongan pekerjaan melalui media sosial untuk menarik calon karyawan. Dengan informasi lowongan kerja yang lengkap dan jelas diharapkan dapat mempengaruhi para pencari kerja untuk berminat melamar kerja. (Dewi, 2024) menyatakan

semakin jelas deskripsi kerja yang dicantumkan maka akan meningkatkan minat melamar kerja. Motivasi kerja merupakan sebuah antusiasme yang mendorong seseorang dalam mencapai tujuan dalam dunia kerja, hasil penelitian dari (Fauziah et al., 2023)

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni:

H6 : Media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja generasi Z dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening

7. Pengaruh deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja generasi Z dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening

Deskripsi pekerjaan merujuk pada pernyataan tertulis yang mengidentifikasi tugas pokok, tanggung jawab, dan hak karyawan dalam perusahaan. Deskripsi pekerjaan membantu manajemen perusahaan untuk memahami dengan jelas apa yang diharapkan karyawan dari hasil penilaian kinerja karyawan sebelumnya. Uraian informasi kerja yang jelas tentang tanggung jawab pekerjaan, tugas, kualifikasi, dan persyaratan lainnya. Kejelasan dan kehadiran digital tersebut akan menumbuhkan antusiasme kandidat untuk bergabung dengan perusahaan. Temuan (Maularahmah, 2024) menyatakan deskripsi pekerjaan berkontribusi signifikan terhadap minat melamar kerja. Dalam minat untuk masuk dunia kerja dapat juga didukung dari pengaruh motivasi diri untuk bekerja. Motivasi kerja yakni gairah yang memacu efektivitas seseorang dalam bekerja, analisis menguatkan studi (Fauziah et al., 2023)

Berlandaskan penjelasan dan pengamatan studi terdahulu, hipotesis yang diajukan yakni:

H7 : Deskripsi pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja generasi Z dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening

3. Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif asosiatif kausal diimplementasikan dalam riset guna menganalisis pengaruh media sosial dan deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja Generasi Z dengan motivasi kerja sebagai variabel mediasi. Studi dilaksanakan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang diklasifikasikan Generasi Z.

Ruang lingkup populasi riset mencakup mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, di mana penentuan respondennya mengaplikasikan *purposive sampling*, yaitu mahasiswa berusia 17–25 tahun, minimal semester tiga, dan aktif menggunakan media sosial. Data primer dihimpun melalui kuesioner *online*, dengan menerapkan skala Likert empat tingkat guna mengukur persepsi responden secara akurat.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat melamar kerja, yang didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan individu untuk mencari informasi, mempertimbangkan, dan memutuskan untuk melamar pekerjaan pada suatu organisasi. Minat melamar kerja diukur melalui beberapa indikator, antara lain ketertarikan untuk bekerja, aktivitas pencarian referensi lowongan, penentuan kecocokan peran, dan eksekusi tindakan untuk mendaftarkan diri pada suatu posisi.

Variabel independen pertama adalah media sosial, yang didefinisikan sebagai platform digital yang digunakan untuk menyebarkan informasi, berinteraksi, dan membangun citra perusahaan dalam proses rekrutmen. Media sosial diukur melalui indikator hiburan, interaksi, tren, penyesuaian konten, dan promosi lowongan kerja. Variabel independen kedua adalah deskripsi pekerjaan, yaitu uraian tertulis mengenai tugas, tanggung jawab, kualifikasi, dan ketentuan kerja yang ditawarkan perusahaan kepada calon pelamar. Deskripsi pekerjaan diukur melalui indikator kesesuaian tugas dengan jabatan, kejelasan target kerja, kesesuaian latar belakang pendidikan, serta dukungan fasilitas kerja.

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah motivasi kerja, yang didefinisikan sebagai dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi keinginan individu untuk bekerja dan mencapai tujuan karir. Motivasi kerja diukur melalui indikator keinginan bekerja

setelah lulus, bekerja sesuai kompetensi, mengimplementasikan keterampilan, kebutuhan pengembangan karir, keinginan memperoleh posisi yang baik, serta harapan mendapatkan imbalan yang sesuai.

Pendekatan *Structural Equation Modeling* dengan metode *Partial Least Square* (PLS-SEM) dipilih untuk menguji model penelitian ini melalui *software* SmartPLS. Prosedur analisis mencakup evaluasi outer model guna memvalidasi instrumen, serta estimasi inner model guna memverifikasi keterkaitan antarvariabel serta efek mediasi yang ada. Evaluasi hipotesis dilaksanakan dengan menganalisis angka *t-statistic* dan *p-value* melalui metode *bootstrapping* pada level signifikansi 0,05.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Deskripsi Responden

Tabel 1. Deskripsi Responden

Deskripsi Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Percentase
Perempuan	104	62%
Laki - laki	63	38%
Jumlah	167	100%
Deskripsi Usia		
Usia	Frekuensi	Percentase
17-20 tahun	17	10%
21-25 tahun	150	90%
Jumlah	167	100%
Deskripsi Semester		
Semester	Frekuensi	Percentase
Semester 3	29	17%
Semester 5	38	23%
Semester 7 atau lebih	100	60%
Jumlah	167	100%
Deskripsi Fakultas		
Fakultas	Frekuensi	Presentase
Fakultas Agama Islam	14	8%
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	42	25%
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	17	10%
Fakultas Hukum	14	8%
Fakultas Teknik	14	8%
Fakultas Ilmu Kesehatan	10	6%
Fakultas Psikologi	14	8%
Fakultas Geografi	7	4%
Fakultas Komunikasi dan Informatika	13	8%
Fakultas Farmasi	8	5%
Fakultas Kedokteran	14	8%
Jumlah	167	100%
Media Sosial		

Media Sosial	Frekuensi	Persentase
Instagram	73	44%
TikTok	44	26%
LinkedIn	26	16%
Facebook	21	13%
Lainnya	3	2%

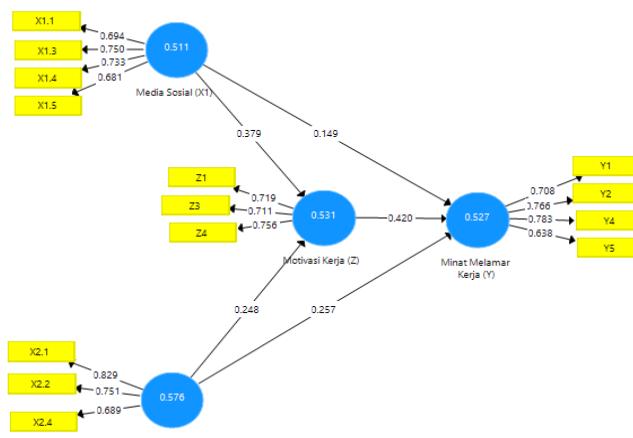
Sumber: Data diolah (2025)

Temuan deskriptif mengenai identitas responden mengindikasikan bahwa sebanyak 62% sampel adalah perempuan (104 jiwa), dan 38% lainnya adalah laki-laki (63 jiwa). Persentase responden berdasarkan usia menginformasikan angka yang kontras antara kelompok 21–25 tahun (90%) dan kelompok 17–20 tahun (10%). Berdasarkan karakteristik semester, responden terbanyak berasal dari mahasiswa semester 7 atau lebih sebanyak 100 orang (60%), diikuti semester 5 sebanyak 38 orang (23%) dan semester 3 sebanyak 29 orang (17%). Tidak terdapat responden dari semester genap karena pengumpulan data dilakukan pada periode semester ganjil.

Ditinjau dari fakultas, dominasi responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis sejumlah 42 orang (25%). Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan menyumbang 17 responden (10%), sedangkan Fakultas Agama Islam, Hukum, Teknik, Psikologi, dan Kedokteran masing-masing sebanyak 14 responden (8%). Fakultas Komunikasi dan Informatika berjumlah 13 responden (8%), Fakultas Ilmu Kesehatan 10 responden (6%), Fakultas Farmasi 8 responden (5%), dan Fakultas Geografi 7 responden (4%). Berdasarkan media sosial yang digunakan untuk memperoleh informasi pekerjaan, Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh responden sebanyak 73 orang (44%), diikuti TikTok sebanyak 44 orang (26%), LinkedIn 26 orang (16%), Facebook 21 orang (13%), serta media sosial lainnya seperti X dan WhatsApp sebanyak 3 orang (2%).

B. Skema Program PLS

Pengujian data dalam penelitian ini dengan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software SmartPLS 3. Berikut skema model yang diujikan:



Gambar 1. Outer Model

C. Analisis Outer Model

1. Uji Validitas

a. Convergent Validity

Convergent Validity yakni instrumen untuk mengkaji besarnya korelasi antara indikator dengan variabel laten. Untuk mengevaluasi hasil perhitungan dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Media Sosial (X1)	X1.1	0.694
	X1.3	0.750
	X1.4	0.733
	X1.5	0.681
Deskripsi Pekerjaan (X2)	X2.1	0.829
	X2.2	0.751
	X2.4	0.689
Minat Melamar Kerja (Y)	Y1	0.708
	Y2	0.766
	Y4	0.783
Motivasi Kerja (Z)	Y5	0.638
	Z1	0.719
	Z3	0.711
	Z4	0.756

Sumber: Data diolah (2025)

Berlandaskan Tabel 2 diindikasikan bahwasanya indikator-indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,5. Dimana setelah melakukan penyeleksian maka indikator memiliki nilai > 0,6 sampai > 0,7, maka keseluruhan indikator ditegaskan *valid* digunakan pada analisis lanjutan.

Pengujian *convergent validity* selain mengaplikasikan angka *outer loading*, yaitu melalui angka *Average Variance Extracted* (AVE) dengan ketentuan AVE > 0,5 untuk dinyatakan *valid*.

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Media Sosial (X1)	0.511	Valid
Deskripsi Pekerjaan (X2)	0.576	Valid
Minat Melamar Kerja (Y)	0.527	Valid
Motivasi Kerja (Z)	0.531	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Berlandaskan tabel 3, keseluruhan variabel berada diangka AVE > 0,5. Untuk masing-masing variabel studi mempunyai angka AVE yang relatif sama, media sosial 0.511, deskripsi pekerjaan 0.576, minat melamar kerja 0.527, dan motivasi kerja 0.531. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwasanya tiap variabel studi ditegaskan *valid*.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity atau validitas diskriminan adalah pengukuran guna membuktikan bahwa indikator dari suatu variabel tidak mewakili konsep yang dimiliki oleh variabel konstruk lain, sehingga hasil pengukuran konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi (Racmawati, 2024). Penelitian ini menggunakan uji kriteria *fornell-larcker*.

Tabel 4. Fornell-Larcker

Keterangan	Media (X1)	Sosial (X2)	Deskripsi Pekerjaan (X2)	Minat Kerja (Y)	Melamar Kerja (Y)	Motivasi Kerja (Z)
Media Sosial (X1)	0.715					
Deskripsi Pekerjaan (X2)	0.490		0.759			
Minat Melamar Kerja (Y)	0.486		0.513	0.726		
Motivasi Kerja (Z)	0.500		0.434	0.606		0.729

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel *fornell-larcker* diatas, dapat diketahui hasil pengujian menunjukkan nilai kuadran AVE lebih besar dari variabel konstruk dengan korelasi antara variabel konstruk lainnya. Diketahui hasil nilai media sosial sebesar 0.715, untuk nilai deskripsi pekerjaan sebesar 0.759, untuk nilai minat melamar kerja sebesar 0.726, dan untuk motivasi kerja sebesar 0.729. Sehingga dapat disimpulkan variabel dalam penelitian ini *valid* berdasarkan discriminant *validity* melalui kriteria *fornell-larcker*.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan guna menjamin alat ukur yang diaplikasikan berstabilitas tinggi dalam merepresentasikan setiap konstruk laten (Racmawati, 2024). Uji reliabilitas melalui dua kriteria, diantaranya:

a. *Composite Reliability*

Uji reliabilitas pertama ini melalui kriteria *composite reliability*. Digunakan untuk menguji reliabilitas indikator dari setiap variabel.

Tabel 5. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Media Sosial (X1)	0.807
Deskripsi Pekerjaan (X2)	0.802
Minat Melamar Kerja (Y)	0.816
Motivasi Kerja (Z)	0.772

Sumber: Data diolah (2025)

Berlandaskan tabel 5, dapat diketahui perolehan pengujian menunjukkan nilai *composite reliability* untuk media sosial 0.807, untuk deskripsi pekerjaan 0.802, untuk minat melamar kerja 0.816, dan nilai untuk motivasi kerja sebesar 0.772. Hasil *composite reliability* tiap variabel berada diangka > 0.7 , maka nilai reliabilitasnya tinggi.

b. *Cronbach Alpha*

Cronbach Alpha dalam uji reliabilitas adalah teknik mengukur konsistensi jawaban berdasarkan instrumen.

Tabel 6. Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Media Sosial (X1)	0.686
Deskripsi Pekerjaan (X2)	0.630
Minat Melamar Kerja (Y)	0.701
Motivasi Kerja (Z)	0.560

Sumber: Data diolah (2025)

Berlandaskan tabel 6, terindikasi angka *cronbach alpha* setiap variabel studi mengindikasikan angka > 0.5 , maka ditegaskan angka *cronbach alpha* setiap variabel bereabilitas konsisten baik.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yakni model regresi guna menguji terhadap korelasi antara variabel(Ghozali,2015).

Tabel 7. Collinearity Statistic (VIF)

Variabel	Motivasi Kerja (Z)	Minat Melamar Kerja (Y)
Media Sosial (X1)	1,316	
Deskripsi Pekerjaan (X2)	1,316	
Motivasi Kerja (Z)		1,423

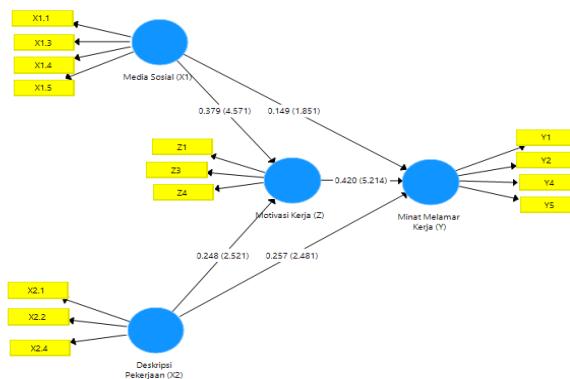
Minat Melamar Kerja (Y)

Sumber: Data diolah (2025)

Berlandaskan tabel 7, hasil dari *collinearity statistic* setiap variabel berada diangka VIF<5 atau angka *tolerance* > 0,1 , sehingga hasil lolos dari multikolinearitas.

2. Analisis Inner Model

Analisis inner model dimaksudkan guna mengindikasikan korelasi antara variabel *manifes* dan laten dengan variabel eksogen, mediator dalam hasil model yang kompleks. Untuk mengetahui hasil kebaikan model struktural penelitian dapat dinilai melalui dua indikator nilai pengujian, yaitu :



Gambar 2. Inner Model

1. Nilai R-Square (R^2)

Angka R^2 merefleksikan koefisien determinasi yang mengindikasikan besarnya kontribusi kolektif dari konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Kriteria menurut Chin (2013) ada tiga jenis nilai *R-Square* yaitu 0,67 kuat, nilai 0,33 moderate, dan 0,19 lemah. Pada penelitian ini telah diketahui angka koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 8. Nilai R-Square

Keterangan	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Melamar Kerja (Y)	0.459	0.449
Motivasi Kerja (Z)	0.297	0.288

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan tabel, diperoleh angka *R-Square* variabel minat melamar kerja 0.459 dan motivasi kerja 0.297. Angka tersebut menginformasikan kontribusi variabel media sosial dan deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja yakni 0.459 (45,9%) maka hubungan antara variabel moderate atau sedang. Sementara itu, sisa nilai sebesar 54,1% dikontribusikan variabel diluar studi. Sesuai temuan riset, variabel media sosial dan deskripsi pekerjaan hanya mampu menjelaskan 29,7% variansi dari motivasi kerja, sedangkan mayoritas pengaruh sebesar 70,3% berasal dari variabel eksternal yang tidak diteliti.

2. Nilai Q-Square (Q^2)

Keandalan model struktural dalam memprediksi data diuji mengaplikasikan parameter *Q-Square* Q^2 , yang hasilnya dipaparkan berikut:

Rumus:

$$Q\text{-Square} = 1 - [(1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2) \dots]$$

$$Q\text{-Square} = 1 - [(1 - 0.459) \times (1 - 0.297)]$$

$$\text{Hasil} = 1 - [(0.541) \times (0.703)]$$

$$= 1 - [0.380323]$$

= 0.619677

Berdasarkan hasil penelitian nilai *Q-Square* di atas adalah sebesar 0.619677. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 61,9% merupakan keberagaman data yang dapat dijelaskan berdasarkan model penelitian. Untuk sisanya 38,1% merupakan faktor lain dari luar model penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil nilai kebaikan model atau *goodness of fit* studi baik.

3. Uji Hipotesis

1. Uji Path Coefficient (*Direct Effect*)

Uji *Path Coefficient* merupakan langkah menguji signifikansi hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen, dan terhadap variabel eksogen terhadap variabel intervening. Hasil pengaruh langsung dan signifikansi diperoleh melalui metode *bootstrapping*. Dengan ketentuan hasil *p-value* nilai < 0.05 maka variabel berpengaruh, nilai *p-value* > 0.05 tidak berpengaruh langsung, dan hasil *t-statistics* lebih besar dari 1.95 dinyatakan signifikan (Ghozali, 2015).

Tabel 9. Path Coefficient (*Direct Effect*)

Keterangan	Hipotesis	Original Sample	t-Statistics	P -Value	Hasil
Media Sosial (X1) -> Minat Melamar Kerja (Y)	H1	0.149	1.851	0.076	Negatif Signifikan
Deskripsi Pekerjaan (X2) -> Minat Melamar Kerja (Y)	H2	0.257	2.481	0.013	Positif Signifikan
Media Sosial (X1) -> Motivasi Kerja (Z)	H3	0.379	4.571	0.000	Positif Signifikan
Deskripsi Pekerjaan (X2) -> Motivasi Kerja (Z)	H4	0.248	2.521	0.013	Positif Signifikan
Motivasi Kerja (Z) -> Minat Melamar Kerja (Y)	H5	0.420	5.214	0.000	Positif Signifikan

Sumber: Data diolah 2025

Berlandaskan perolehan pengujian hipotesis, media sosial tidak berkontribusi signifikan terhadap minat melamar kerja dengan angka *t-statistic* 1,851 dan *p-value* 0,076 ($> 0,05$), sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Sebaliknya, deskripsi pekerjaan berkontribusi signifikan terhadap minat melamar kerja melalui *t-statistic* 2,481 dan *p-value* 0,013 ($< 0,05$), sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Media sosial berkontribusi signifikan terhadap motivasi kerja melalui angka *t-statistic* 4,571 dan *p-value* 0,000, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Deskripsi pekerjaan juga berkontribusi signifikan terhadap motivasi kerja dengan *t-statistic* 2,521 dan *p-value* 0,013, sehingga hipotesis keempat (H4) diterima. Selanjutnya, motivasi kerja terbukti berkontribusi signifikan terhadap minat melamar kerja mempunyai *t-statistic* 5,214 dan *p-value* 0,000, sehingga hipotesis kelima (H5) diterima.

2. Uji *Indirect Effect*

Tahap selanjutnya adalah pengujian *indirect effect* atau pengaruh tidak langsung yang diketahui dari hasil *specific indirect effect*. Dengan ketentuan nilai *t-statistic* > 1.95 , ditegaskan berpengaruh signifikan. Kemudian jika nilai *p-value* < 0.05 berpengaruh tidak langsung dan *p-value* > 0.05 maka berpengaruh langsung. Penelitian ini menentukan pengaruh tidak langsung untuk pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel intervening sebagai mediasi.

Tabel 10. Indirect Effect

Keterangan	Hipotesis	Original Sample	t-Statistics	P -Value	Hasil
Media Sosial (X1)-> Motivasi Kerja (Z)-> Minat Melamar Kerja (Y)	H6	0.159	3.261	0.001	Positif Signifikan
Deskripsi Pekerjaan (X2)-> Motivasi Kerja (Z)-> Minat Melamar Kerja (Y)	H7	0.104	2.127	0.034	Positif Signifikan

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian, analisis jalur mengonfirmasi motivasi kerja secara signifikan memediasi pengaruh media sosial terhadap minat melamar kerja, sebagaimana dibuktikan angka *p-value* 0,001 yang tidak mencapai 0,05. Selanjutnya, mediasi motivasi kerja pada pengaruh deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja dinyatakan signifikan melalui *t*-hitung 2,127 dan *p-value* 0,034 (< 0,05), yang berarti hipotesis ketujuh (H7) terdukung.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z

Media sosial merupakan media online yang dimanfaatkan untuk alat ekspresi diri, sumber informasi, dan tempat untuk berpartisipasi dalam mengekspresikan sebuah seni untuk berkontribusi dalam budaya digital (Ningrum,2024). Platform digital kini menduduki posisi krusial sebagai media interaksi dan distribusi informasi bagi publik, terutama bagi kelompok generasi Z. Generasi ini lahir dan bertumbuh di masa teknologi yang terus berkembang maju. Generasi Z saat ini memasuki usia produktif dan atas keterbukaan wawasan generasi ini memiliki media sosial untuk membantu memperoleh informasi kerja. Sehingga manajemen sumber daya manusia perusahaan dapat memanfaatkan media sosial untuk perantara strategis dalam proses rekrutmen, hal ini dapat menarik perhatian generasi Z untuk melamar kerja. Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui bahwasanya media sosial tidak signifikan mempengaruhi minat melamar kerja bagi generasi Z. Temuan bertolak belakang dengan studi Ananda (2024) mengindikasikan bahwasanya media sosial secara positif signifikan berkontribusi pada minat melamar pekerjaan.

Perbedaan hasil analisis dapat memberikan pemahaman bahwa setiap responden memiliki tujuan penggunaan media sosial yang berbeda. Informasi dari media sosial saja tidak cukup kuat bagi sebagian responden untuk menggerakkan minat mereka melamar kerja. Meskipun generasi Z aktif menggunakan media sosial sebagaimana dijelaskan dalam beberapa teori, tetapi minat seseorang untuk melamar kerja mungkin lebih ditentukan oleh faktor lain yang lebih mendalam seperti kejelasan deskripsi pekerjaan (Dewi, 2024). Hal ini dapat menjadi pendukung sebuah perusahaan bahwa menyebarkan informasi lowongan kerja di media sosial tidak cukup, tetapi dapat didukung beberapa hal yang lebih efektif seperti, reputasi perusahaan dan *atau* konten media sosial perusahaan untuk dapat menarik minat calon pelamar di lingkup generasi Z.

Pengaruh Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z

Deskripsi pekerjaan yakni pernyataan tertulis mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pekerja seperti cara bekerja dan kondisi kerja perusahaan (Maularahmah, 2024). Deskripsi pekerjaan merupakan elemen penting berupa pernyataan tertulis untuk menjelaskan aktivitas kerja, metode kerja, dan kondisi lingkungan kerja dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Deskripsi pekerjaan memiliki indikator untuk disampaikan agar membantu karyawan memahami kebutuhan perusahaan, yaitu tanggung jawab, kemampuan, pendidikan, dan kondisi kerja perusahaan (Agustin, 2019). Minat untuk melamar pekerjaan adalah sebuah keputusan dari para pencari kerja seperti mahasiswa yang akan bekerja untuk pengambilan posisi yang ditawarkan perusahaan di pasar tenaga kerja (Dewi, 2024).

Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui deskripsi pekerjaan secara signifikan mempengaruhi minat melamar kerja generasi Z. Hal itu menunjukkan bahwa deskripsi pekerjaan pada sebuah lowongan kerja dapat mempengaruhi minat generasi Z untuk melamar kerja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Dewi (2024) menunjukkan bahwa deskripsi pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melamar kerja yang hasilnya, semakin baik dan jelas penyampaian deskripsi kerja pada lowongan pekerjaan mampu menambah minat melamar kerja mahasiswa. Dan menurut Maularahmah (2024) menyatakan deskripsi pekerjaan yang semakin jelas dapat meningkatkan minat melamar kerja.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Motivasi Kerja

Media sosial adalah platform digital yang menawarkan berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, jaringan profesional, dan pemasaran (Santoso, 2024). Media sosial banyak dimanfaatkan untuk menjadi perantara antara perusahaan sebagai penyedia lowongan kerja dengan calon karyawan untuk mendapatkan informasi. Hal yang dapat menjadi perhatian mahasiswa untuk menentukan pilihan melamar pekerjaan di suatu perusahaan adalah motivasi kerja. Motivasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Harun (2023), motivasi yakni kekuatan pendorong yang bangkit secara tidak sadar pada individu untuk melakukan sebuah aktivitas demi mencapai tujuan yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui bahwa media sosial secara signifikan mempengaruhi motivasi kerja. Hal itu menunjukkan bahwa media sosial yang secara mudah memberikan informasi dari berbagai hal. Hal-hal yang terkait dunia kerja, seperti informasi lowongan pekerjaan, branding perusahaan, ataupun video dari para profesional dibidang karir yang memberikan edukasi dan membagi pengalamannya di dunia kerja sehingga memperkuat motivasi seseorang untuk bekerja. Temuan didukung studi Demircioglu (2019) yang menunjukkan melalui lingkup pegawai publik bahwa media sosial secara positif dapat mempengaruhi motivasi kerja.

Pengaruh Deskripsi Pekerjaan Terhadap Motivasi Kerja

Deskripsi pekerjaan yakni uraian tanggung jawab karyawan dalam bentuk pernyataan tertulis dari perusahaan. Deskripsi pekerjaan memiliki indikator untuk disampaikan agar membantu karyawan memahami kebutuhan perusahaan, yaitu tanggung jawab, kemampuan, pendidikan, dan kondisi kerja perusahaan (Agustin, 2019). Kejelasan mengenai tugas dan wewenang dapat menjadi dasar timbulnya motivasi kerja. Motivasi kerja dipahami sebagai keinginan dan dorongan yang berpengaruh meningkatkan dan mengarahkan perilaku individu yang berhubungan dengan lingkungan kerja (Wibowo, 2021).

Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui bahwa deskripsi pekerjaan secara signifikan mempengaruhi motivasi kerja. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian deskripsi pekerjaan yang transparan dan lengkap tidak hanya sekedar informasi administratif, tetapi juga membangun rasa percaya dan motivasi bagi para calon karyawan dan karyawan. Studi menguatkan temuan Pratama (2020) menginformasikan deskripsi pekerjaan yang jelas memberikan pemahaman yang baik dan secara langsung meningkatkan motivasi intrinsik karyawan untuk mencapai target.

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z

Motivasi kerja dipahami sebagai dorongan atau keinginan dalam diri individu untuk melakukan sebuah pekerjaan sehingga tercapai nya tujuan (Fauziah et al., 2023). Setiap individu memiliki motivasi yang dapat berupa dorongan diri yang dipengaruhi dari internal maupun eksternal setiap individu. Faktor internal dapat berupa kesungguhan mencapai cita-cita dan kondisi finansial, untuk faktor eksternal seperti lingkungan kerja yang dijanjikan. Pada generasi Z khususnya di lingkungan mahasiswa, motivasi sering berkaitan dengan upaya mencari pekerjaan yang sesuai dengan minat. Minat dalam penelitian ini merujuk pada minat melamar kerja yang berarti kondisi seseorang yang memiliki keinginan untuk mulai bekerja dengan melalui proses rekrutmen kerja.

Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui bahwa motivasi kerja secara signifikan mempengaruhi minat melamar kerja. Hal ini menjelaskan bahwa kesiapan kerja dapat menentukan motivasi kerja generasi Z yang akan terjun ke dunia kerja, melalui sebuah dorongan berupa semangat individu sehingga dapat mempengaruhi minat melamar kerja dikalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Rozsa (2020) yang menunjukkan bahwa motivasi kerja secara signifikan mempengaruhi minat melamar kerja.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening

Dalam perkembangan teknologi yang pesat saat ini media sosial menjadi sarana komunikasi digital yang dapat mempercepat penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Penggunaan media sosial ini sering digunakan oleh manajemen sumber daya manusia sebuah perusahaan besar yang menyebarkan lowongan pekerjaan melalui media sosial untuk menarik calon karyawan. Kendati demikian, referensi di media sosial tidak serta-merta berimplikasi pada keputusan melamar tanpa keterlibatan faktor pendorong psikis. Dalam hal ini motivasi muncul sebagai pengaruh tidak langsung yang mendorong seseorang mencapai tujuan di dunia kerja (Fauziah et al., 2023).

Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui bahwa motivasi kerja memediasi pengaruh media sosial terhadap minat melamar kerja generasi Z. Kondisi mengindikasikan media sosial berfungsi untuk menyediakan informasi yang efektif meningkatkan minat melamar kerja generasi Z yang mulai mencari kerja dengan mediasi motivasi kerja. Hipotesis keenam ini memperkuat hasil dari hipotesis pertama, karena menjelaskan bahwa motivasi kerja menjadi mediasi terbaik untuk pengaruh media sosial terhadap minat melamar kerja generasi Z. Studi sejalan dengan temuan dari Lestari (2024) yang menyatakan bahwa di era digital dorongan internal berkontribusi meningkatkan minat mahasiswa mengirimkan lamaran pekerjaan.

Pengaruh Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening

Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang dapat menjadi hal penting bagi perusahaan untuk mendukung penyampaian informasi perusahaan (Satriya, 2024). Lowongan pekerjaan akan memberikan informasi yang lengkap untuk membantu para pencari kerja yang baru saja menyelesaikan pendidikan ataupun yang akan menyelesaikan pendidikannya (Agustiani, 2019). Deskripsi pekerjaan membantu manajemen perusahaan untuk memahami dengan jelas apa yang diharapkan karyawan dari hasil penilaian kinerja karyawan sebelumnya. Uraian informasi kerja tentang tanggung jawab pekerjaan, tugas, kualifikasi, dan persyaratan lainnya. Motivasi kerja dipahami sebagai gairah yang mendasari upaya individu dalam memenuhi target di dunia kerja, berlandaskan observasi (Fauziah et al., 2023).

Berdasarkan hasil data yang diolah melalui analisis statistik diketahui bahwa motivasi kerja memediasi pengaruh deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja generasi Z. Hal ini membuktikan bahwasanya deskripsi pekerjaan tidak hanya mempengaruhi minat melamar secara langsung tetapi, tetapi dapat diperkuat melalui motivasi kerja dari calon pekerja di kalangan mahasiswa generasi Z. Temuan memperkuat studi Trisna (2014) yang menyatakan bahwa deskripsi pekerjaan berperan positif untuk mempengaruhi motivasi kerja individu. Dan didukung penelitian dari Susanto (2024) bahwa kejelasan peran kerja dapat meningkatkan minat individu untuk bertindak melamar kerja. Sehingga dapat disimpulkan Informasi media sosial tidak membangkitkan minat secara langsung, karena kejelasan informasi tugas pada deskripsi pekerjaan membangkitkan dorongan internal mahasiswa generasi Z untuk secara nyata melamar pekerjaan. Dengan ini motivasi kerja terbukti dapat memediasi pengaruh media sosial dan deskripsi pekerjaan terhadap minat melamar kerja generasi Z.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja Generasi Z, sedangkan deskripsi pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja. Media sosial dan deskripsi pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi kerja, dan motivasi kerja juga berpengaruh positif signifikan terhadap minat melamar kerja serta mampu memediasi pengaruh media sosial dan deskripsi pekerjaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan mahasiswa Generasi Z Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan jumlah sampel terbatas serta menggunakan variabel penelitian yang terbatas. Atas dasar tersebut, disarankan bagi studi berikutnya guna mengintegrasikan variabel baru yang berkaitan, mengadopsi indikator motivasi yang lebih mendalam, serta memperluas cakupan sampel agar lebih akurat.

Daftar Pustaka

- Aeniyatul. (2019). Metoda Penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Agustyani. (2019). Analisis Lowongan Pekerjaan Studi Kasus: Portal Lowongan Kerja Jobstreet. *Seminar Nasional Official Statistics 2019: Pengembangan Official Statistics Dalam Mendukung Implementasi SDG's*, 1–10.
- Amirul, W. (2023). Pengaruh Deskripsi Pekerjaan, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Saribumi Sriputra Palembang. *Cakrawala Repository IMWI*, 6, 1825. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i5.480>
- Ananda, P. J. (2024). Pengaruh E-Recruitment , Media Sosial , dan Employer Branding Terhadap Minat Generasi Z untuk Melamar Pekerjaan. 1(3), 1–16.
- Demircioglu, M. (2019). Public employees' use of social media: Its impact on need satisfaction and intrinsic work motivation. *Government Information Quarterly*, 36(1), 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.11.008>
- Dewi, R. (2024). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan Dan E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Kerja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(12), 2405. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i12.p09>
- Evi, I. (2022). Partial Least Squares (Teori Dan Praktek). *Tahta Media Group*, 1–23.
- Fauziah, N., Fadli, Uu., & Khalida, L. (2023). Study Program At Buana Perjuangan University , Karawang Motivasi Mahasiswa Memasuki Dunia Kerja Pada Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 4266–4278.
- Fitri, A. (2024). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Produktivitas di Industri Kreatif. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3),

- 1034–1046. <https://doi.org/10.54373/ifi Jeb.v4i3.1517>
- Ghozali, I. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip, Semarang.*
- Gunawa, A. (2025). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Proses Perekrutan Karyawan Pada Generasi Z. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 13.
- Halisa, N. (2020). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia “Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi dan Pelatihan” Terhadap Keunggulan Kompetitif: Literature Review. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 1(2 Desember), 14–22. <https://doi.org/10.34306/abdi.v1i2.168>
- Harun, C. (2023). Motivasi Karir, Motivasi Sosial, Biaya Pendidikan dalam Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 7(2), 222–231. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v7i2.64982>
- Hosain, S. (2020). The Impact of Social Media Recruitment on Job Candidates’ Perceptions: Evidence from Bangladeshi Fresh Graduates. *Postmodern Openings*, 11(1), 20–41. <https://doi.org/10.18662/po/106>
- Irwan, A. (2015). METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknoscains*, 9(1 Januari), 53–68.
- Kristanti, D. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia Manajemen Sumber Daya Manusia. *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara*, 1(1), 391. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=e2ppEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=manajemen+pengetahuan&ots=gV368HYIR3&sig=ugm1Twmq-r6Ya9ITLRHYA6ieJi0>
- Lestari, A. (2024). Transformasi Digital Rekrutmen dan Motivasi Kerja Gen Z. *Jurnal Riset Manajemen*, 5(2), 120–135.
- Maularahmah, S. (2024a). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Generasi Dalam Melamar Kerja. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi-JKI*, 3(3), 652–662.
- Maularahmah, S. (2024b). Pengaruh Kompensasi,Lingkungan Kerja, dan Deskripsi Pekerjaan Terhadap Minat Generasi Z Dalam Melamar Kerja. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 3(3), 652–662. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.3.02>
- Ningrum, F. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial Melalui Sikap. *K&K_JURNAL MANAJEMEN*, 3(2), 659–666.
- Pratama, G. (2020). Analisis Motivasi Kerja, Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Kepuasan Kerja Pada Angkatan Kerja Generasi Z. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(2), 2763–2773. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i2.3503>
- Racmawati, I. (2024). *The influence of e-service quality on e-customer loyalty with e-customer satisfaction as a mediating variable in users of the livin' by mandiri mobile banking application*. 7.
- Ramadhan. (2023). Accounting Student Research Journal. *Accounting Student Research Journal*, 2(2), 123–142.
- Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Moisescu, O. I., & Sarstedt, M. (2025). *Special issue editorial : Advanced partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) applications in business research* 188(September 2024). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115087>
- Rozsa, Z. (2020). Factors affecting job announcement competitiveness on job listing websites. *Journal of Competitiveness*, 12(4), 109–126. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.04.07>
- Rubi, B. (2024). Mengenal Sumber Daya Manusia (SDM): Pengertian Dan Fungsinya. *Jurnal Arjuna : Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Matematika*, 2(4), 187–204. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i4.1104>

- Santoso, S. (2024). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media dalam Dunia Kerja. *Unindra*. <https://undira.ac.id/read/173/dampak-positif-dan-negatif-sosial-media-dalam-dunia-kerja>
- Satriya, W. (2024). Penggunaan Teknologi Pada Manajemen Sumber Daya Manusia Di Rumah Sakit. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia (JKMI)*, 1(3), 35–47. <https://doi.org/10.62017/jkmi.v1i3.1142>
- Setio, A. H. (2025). Pengaruh Reputasi Perusahaan & Sosial Media Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik STIBISNIS Tegal). 5, 115–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.54199/pjeb.v5i1.481>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Susanto, D. (2024). The Role of Technology in Improving the Effectiveness of Employee Recruitment and Selection. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(3), 421–434. <https://doi.org/10.62794/je3s.v5i3.3800>
- Wibowo, A. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Praktik Kerja Lpangan Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta. 05(02), 883.