

SKRIPSI

**PERSEPSI GENERASI Y MENGENAI IKLAN LOWONGAN
PEKERJAAN DI BIDANG SUMBER DAYA MANUSIA**

(Studi Kasus Alumni Manajemen Konsentrasi SDM Unika Soegijapranata)



Scolastika Jovanka Duaasdi

17.D1.0029

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

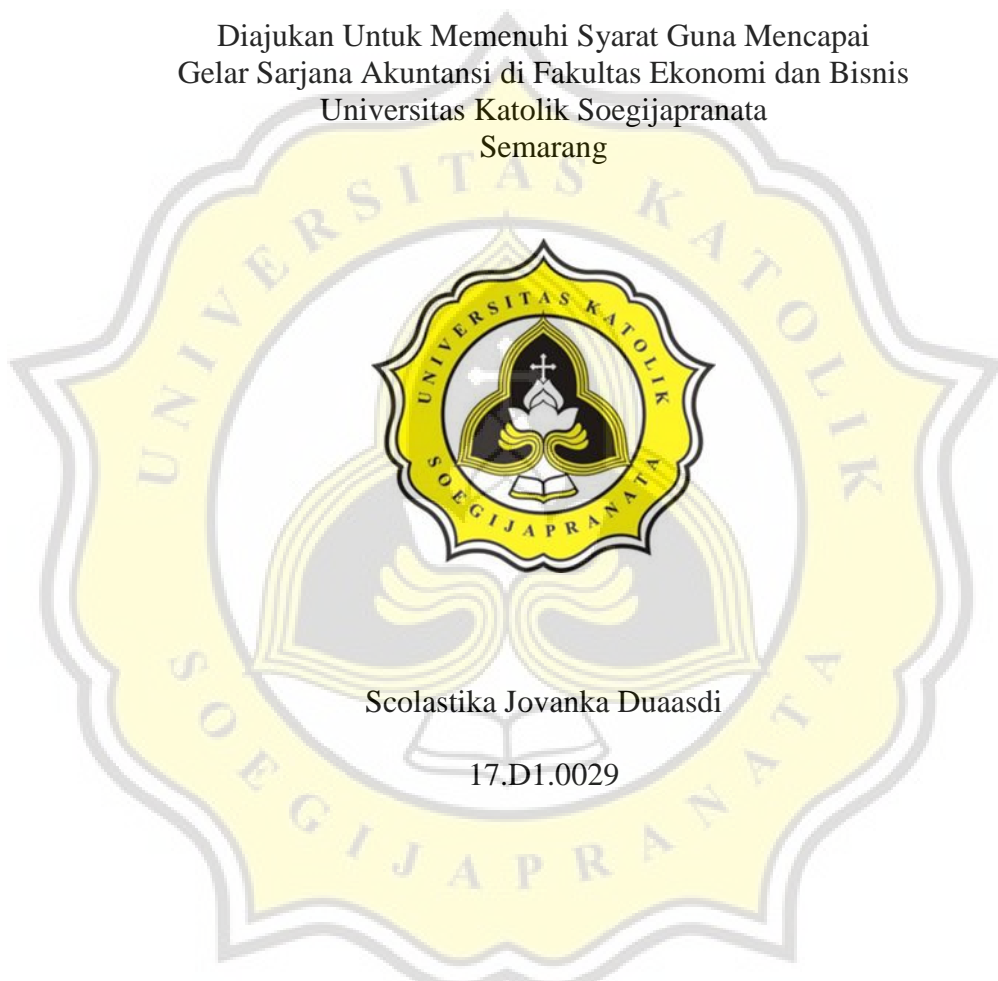
SEMARANG

2023

SKRIPSI

**PERSEPSI GENERASI Y MENGENAI IKLAN LOWONGAN
PEKERJAAN DI BIDANG SUMBER DAYA MANUSIA
(Studi Kasus Alumni Manajemen Konsentrasi SDM Unika Soegijapranata)**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Scolastika Jovanka Duaasdi

17.D1.0029

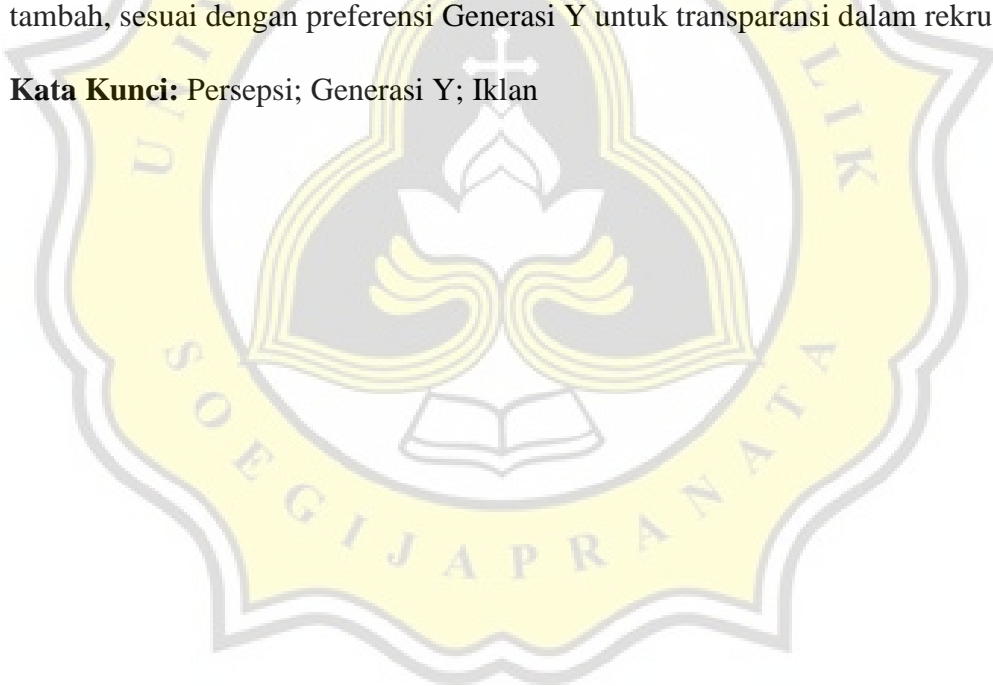
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi generasi Y mengenai iklan lowongan pekerjaan di bidang Sumber Daya Manusia. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah alumni manajemen konsentrasi SDM di Unika Soegijapranata Populasi pada penelitian ini adalah alumni program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis di Universitas Soegipranata yang wisuda pada tahun 2021 - 2023. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Generasi Y melihat iklan lowongan pekerjaan di bidang sumber daya manusia dengan skor rata-rata 3,88 yang tinggi, menganggapnya menarik dari berbagai aspek. Desain kreatif menciptakan citra perusahaan sebagai tempat kerja yang modern dan inovatif, sementara tulisan yang jelas memberikan gambaran rinci tentang persyaratan pekerjaan. Iklan ini juga berhasil menciptakan ajakan kuat dan menggugah emosi calon pelamar, sehingga dianggap berhasil dalam memotivasi mereka untuk melamar pekerjaan. Informasi yang lengkap dan transparan juga menjadi nilai tambah, sesuai dengan preferensi Generasi Y untuk transparansi dalam rekrutmen.

Kata Kunci: Persepsi; Generasi Y; Iklan



ABSTRACT

The aim of this research is to determine Generation Y's perceptions regarding job vacancy advertisements in the Human Resources sector. In this study, the objects of research were alumni of HR management concentration at Soegijapranata Unika. The population in this study were alumni of the management study program, faculty of economics and business at Soegijapranata University who graduated in 2021 - 2023. The sampling procedure used in this study was non-probability with purposive sampling technique. The data used in this research is primary data. Generation Y viewed job advertisements in human resources with a high average score of 3.88, finding them attractive from various aspects. Creative design creates an image of the company as a modern and innovative workplace, while clear writing provides a detailed overview of job requirements. This advertisement also succeeded in creating a strong invitation and arousing the emotions of potential applicants, so it was considered successful in motivating them to apply for jobs. Complete and transparent information is also an added value, in line with Generation Y's preference for transparency in recruitment.

Keywords: Perception; Generation Y; Advertisement

