

ABSRTRAK

Pandemi COVID-19 yang terjadi selama dua tahun terakhir berdampak pada perusahaan terutama dalam hal membuka lowongan pekerjaan, banyak perusahaan yang terpaksa menunda lowongan pekerjaan dan banyak juga yang berinovasi dengan membuka lowongan pekerjaan melalui *website* perusahaan dan juga online di Media Sosial seperti LinkedIn, Facebook dan lainnya. Generasi Z tahun ini adalah usia kerja mereka, dimana mereka harus memasuki dunia kerja dan mencari pekerjaan. Penelitian ini mengkaji tentang kebiasaan Generasi Z dalam menggunakan media sosial untuk mencari pekerjaan di masa pandemi COVID-19. Pandemi Covid-19 juga memberikan dampak yang cukup besar pada beberapa sektor industri dunia, industri kesehatan terpaksa bekerja lebih keras untuk menekan penyebaran virus Covid-19. Tidak hanya sektor industri saja yang menerima, tetapi juga sektor ekonomi yang menerima batas-batas kegiatan usaha normal. Beberapa negara memiliki kegiatan baik secara nasional maupun internasional atau yang biasa disebut dengan *Lockdown*. Banyak negara yang mengalami krisis ekonomi hingga mengalami resesi, namun ada juga beberapa negara yang selamat dari krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 hingga tidak mengalami resesi. Namun, pandemi ini justru menjadi penyemangat bagi para pencari kerja, selain harus ada penyesuaian, juga konsekuensi dari sistem baru yang diterapkan perusahaan untuk tetap bekerja dengan aktivitas terbatas akibat pandemi Covid-19. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berada dalam usia kerja dan bersiap memasuki dunia kerja. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dan dianalisis menggunakan analisis jalur dan dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi ketiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melamar pada perusahaan penyedia lowongan kerja.

Kata Kunci: *Job Search Activities and Job Awereness, Information Collection, Persuasion, Evaluation and Shortlist of Possible Jobs, Application Intention.*