HUMANIS
(Humanities, Management and Science Proceedings)

Vol. 6 • No. 2 • Juni 2026

Pege (Hal.) : 946 – 951

ISSN (*online*) : 2746 - 4482
ISSN (*print*) : 2746 - 2250

Special Issue :
Webinar Nasional
HUMANIS 2026

Program Pascasarjana Magister Manajemen
Jl. Raya Puspiptek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310,
Email : humanismanajemen@gmail.com

Website:http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH

Hubungan *Green Recruitment*, *Employer Branding*, Dan Daya Tarik Talenta Generasi Milenial Serta Generasi Z Pada Organisasi Modern

Angelica Betrix Aurentina [1)] ; Assyifatus Safira Maulidina Mahdi [2)] ; and Wiratama Dharmawan [3)]

Universitas Pamulang
1)Angelicabetrixauretina@gmail.com 2)Syafiramahdy2305@gmail.com
3)Wiratamadharmawan00@gmail.com

Abstract, This study aims to analyze the relationship between green recruitment, employer branding, and the attraction of Millennial and Generation Z talent in modern organizations. The study employed a Systematic Literature Review (SLR) approach by examining scientific articles obtained from Google Scholar, Scopus, and ScienceDirect published between 2015 and 2025. The literature selection process was conducted based on topic relevance, publication quality, and alignment with the research objectives. The findings indicate that green recruitment plays a significant role in building positive employer branding by communicating an organization's commitment to environmenttal sustainability. Strong employer branding enhances organizational attractiveness among Millennials and Generation Z, who tend to consider ethical values, social responsibility, and environmental concerns when choosing employers. Furthermore, the integration of green recruitment and employer branding contributes to improving organizational reputation and retaining young talent. This study concludes that implementing sustainability-oriented recruitment strategies supported by strong employer branding can serve as an effective approach to attracting and retaining high-quality talent in the modern business environment.

Keywords: *Green Recruitment; Employer Branding; Millennials; Generation Z; Green Human Resource Management*

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara green recruitment, employer branding, dan daya tarik talenta Generasi Milenial serta Generasi Z pada organisasi modern. Penelitian menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan menelaah berbagai artikel ilmiah yang diperoleh dari Google Scholar, Scopus, dan ScienceDirect pada periode 2015–2025. Proses seleksi literatur dilakukan berdasarkan relevansi topik, kualitas publikasi, dan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa green recruitment berperan penting dalam membangun employer branding yang positif melalui penyampaian komitmen organisasi terhadap keberlanjutan lingkungan. Employer branding yang kuat terbukti meningkatkan daya tarik organisasi bagi Generasi Milenial dan Generasi Z yang cenderung mempertimbangkan nilai etika, tanggung jawab sosial, dan kepedulian lingkungan dalam memilih

tempat kerja. Selain itu, integrasi green recruitment dan employer branding juga berkontribusi terhadap peningkatan reputasi organisasi serta retensi talenta muda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi rekrutmen yang berorientasi pada keberlanjutan dan didukung oleh employer branding yang kuat dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam memperoleh dan mempertahankan talenta berkualitas pada era bisnis modern.

Kata Kunci: *Green Recruitment; Employer Branding; Generasi Milenial; Generasi Z; Green Human Resource Management*

PENDAHULUAN

Perkembangan konsep keberlanjutan (sustainability) telah mendorong organisasi untuk tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Dalam era persaingan global yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab agar mampu mempertahankan reputasi dan menarik sumber daya manusia yang berkualitas. Salah satu bentuk implementasi keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya manusia adalah melalui penerapan Green Human Resource Management (GHRM) (Yong et al., 2020).

Green Human Resource Management merupakan pendekatan yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam berbagai aktivitas manajemen sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, pelatihan, penilaian kinerja, hingga sistem penghargaan. Melalui pendekatan ini, organisasi berupaya menciptakan budaya kerja yang mendukung keberlanjutan lingkungan sekaligus meningkatkan efektivitas organisasi (Tang et al., 2018). Salah satu praktik utama dalam GHRM adalah green recruitment, yaitu proses rekrutmen yang menekankan nilai-nilai keberlanjutan dan kepedulian lingkungan dalam menarik calon karyawan (Pham & Paillé, 2020).

Di sisi lain, perubahan karakteristik tenaga kerja juga menjadi perhatian penting bagi organisasi. Generasi Milenial dan Generasi Z saat ini mendominasi pasar tenaga kerja dan memiliki preferensi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Kedua generasi tersebut cenderung memilih organisasi yang memiliki nilai etika, tanggung jawab sosial, serta komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan (Gaidhani et al., 2019). Selain itu, mereka lebih tertarik bekerja pada perusahaan yang mampu memberikan makna pekerjaan dan kesempatan untuk berkontribusi terhadap isu sosial maupun lingkungan (Chillakuri, 2020).

Employer branding menjadi salah satu strategi yang digunakan organisasi untuk membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik. Employer branding yang kuat mampu meningkatkan daya tarik organisasi di mata calon karyawan, meningkatkan keterlibatan karyawan, serta mendukung retensi tenaga kerja (Theurer et al., 2018). Dalam konteks keberlanjutan, green recruitment dapat menjadi instrumen yang memperkuat employer branding melalui komunikasi nilai-nilai lingkungan yang diterapkan perusahaan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa green recruitment memiliki pengaruh terhadap daya tarik organisasi dan minat melamar pekerjaan pada generasi muda. Namun demikian, kajian yang menghubungkan green recruitment, employer branding, serta daya tarik talenta Generasi Milenial dan Generasi Z masih perlu diperdalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara green recruitment, employer branding, dan daya tarik talenta Generasi Milenial serta Generasi Z pada organisasi modern.

KAJIAN LITERATUR

Green Human Resource Management (GHRM)

merupakan pendekatan manajemen sumber daya manusia yang mengintegrasikan tujuan lingkungan ke dalam kebijakan dan praktik organisasi. Menurut Yong et al. (2020), GHRM bertujuan meningkatkan kesadaran lingkungan karyawan melalui berbagai aktivitas sumber daya

manusia yang mendukung keberlanjutan. Implementasi GHRM terbukti mampu membangun budaya organisasi yang ramah lingkungan dan meningkatkan kinerja keberlanjutan perusahaan (Roscoe et al., 2019).

Green Recruitment

Green recruitment merupakan bagian dari GHRM yang berfokus pada proses pencarian, seleksi, dan penempatan tenaga kerja dengan mempertimbangkan aspek lingkungan. Praktik ini dilakukan dengan menyampaikan komitmen lingkungan organisasi dalam proses rekrutmen serta menarik kandidat yang memiliki kepedulian terhadap isu keberlanjutan (Pham & Paillé, 2020). Green recruitment juga menjadi sarana untuk menunjukkan identitas organisasi sebagai perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Employer Branding

Employer branding adalah strategi organisasi dalam membangun reputasi dan citra positif sebagai tempat kerja yang menarik bagi calon karyawan maupun karyawan yang sudah ada. Menurut Theurer et al. (2018), employer branding berfungsi sebagai sarana untuk mengomunikasikan nilai, budaya, dan keunggulan organisasi sehingga mampu meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar tenaga kerja.

Daya Tarik Talenta Generasi Milenial dan Generasi Z

Generasi Milenial dan Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka lebih memperhatikan nilai organisasi, keseimbangan kehidupan kerja, peluang pengembangan diri, serta komitmen perusahaan terhadap isu sosial dan lingkungan (Lyons & Kuron, 2014). Oleh karena itu, organisasi yang menerapkan praktik keberlanjutan cenderung lebih menarik bagi generasi muda.

Hubungan Green Recruitment, Employer Branding, dan Daya Tarik Talenta

Green recruitment dapat memperkuat employer branding karena menunjukkan komitmen organisasi terhadap keberlanjutan lingkungan. Employer branding yang kuat kemudian meningkatkan daya tarik organisasi di mata calon karyawan, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z yang memiliki kepedulian tinggi terhadap isu keberlanjutan. Dengan demikian, green recruitment dan employer branding merupakan strategi yang saling mendukung dalam memperoleh talenta berkualitas.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai penelitian yang berkaitan dengan green recruitment, employer branding, serta daya tarik talenta Generasi Milenial dan Generasi Z.

Data penelitian diperoleh melalui pencarian artikel ilmiah pada database Google Scholar, Scopus, dan ScienceDirect dengan menggunakan kata kunci “Green Recruitment”, “Employer Branding”, “Generation Z”, “Millennial Talent”, dan “Green Human Resource Management”. Artikel yang digunakan merupakan publikasi periode 2015–2025.

Pada tahap awal diperoleh 57 artikel. Setelah dilakukan proses screening berdasarkan relevansi topik, kesesuaian tujuan penelitian, dan kualitas publikasi, diperoleh 22 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dan digunakan sebagai bahan analisis. Teknik analisis yang digunakan adalah content analysis untuk mengidentifikasi pola hubungan antara green recruitment, employer branding, dan daya tarik talenta generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Green Recruitment sebagai Pembentuk Employer Branding

Hasil kajian menunjukkan bahwa green recruitment memiliki peran penting dalam membentuk employer branding organisasi. Praktik rekrutmen yang mengedepankan nilai keberlanjutan mampu menciptakan persepsi positif mengenai komitmen perusahaan terhadap lingkungan. Ketika perusahaan secara konsisten mengintegrasikan nilai-nilai hijau dalam proses rekrutmen, organisasi akan dipandang sebagai tempat kerja yang bertanggung jawab dan memiliki orientasi jangka panjang terhadap keberlanjutan.

Pengaruh Employer Branding terhadap Daya Tarik Talenta Generasi Milenial dan Generasi Z

Employer branding yang kuat terbukti meningkatkan daya tarik organisasi di mata Generasi Milenial dan Generasi Z. Kedua generasi tersebut cenderung memilih organisasi yang memiliki nilai etika, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu membangun citra positif melalui employer branding akan memiliki peluang lebih besar dalam menarik kandidat berkualitas.

Hubungan Green Recruitment, Employer Branding, dan Talent Attraction

Berdasarkan hasil sintesis literatur, green recruitment berperan sebagai faktor awal yang membentuk employer branding organisasi. Employer branding yang terbentuk kemudian meningkatkan minat melamar kerja pada Generasi Milenial dan Generasi Z. Dengan demikian, hubungan antara green recruitment dan daya tarik talenta tidak terjadi secara langsung, melainkan diperkuat melalui employer branding sebagai variabel strategis.

Temuan ini menunjukkan bahwa organisasi modern perlu mengintegrasikan praktik green recruitment dengan strategi employer branding secara konsisten. Selain meningkatkan daya tarik organisasi, pendekatan tersebut juga dapat memperkuat reputasi perusahaan dalam jangka panjang.

Implikasi Manajerial

Perusahaan perlu mengembangkan strategi rekrutmen yang menonjolkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Selain itu, organisasi harus mengomunikasikan praktik keberlanjutan secara transparan melalui berbagai media digital agar mampu meningkatkan employer branding dan menarik minat Generasi Milenial maupun Generasi

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dapat disimpulkan bahwa green recruitment memiliki peran penting dalam membangun employer branding organisasi. Praktik rekrutmen yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan mampu menciptakan citra perusahaan yang positif dan meningkatkan daya tarik organisasi di mata Generasi Milenial dan Generasi Z. Employer branding yang kuat menjadi faktor strategis dalam menarik dan mempertahankan talenta muda yang memiliki kepedulian terhadap nilai etika, lingkungan, dan tanggung jawab sosial.

Dengan demikian, integrasi green recruitment dan employer branding dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperoleh serta mempertahankan talenta muda pada organisasi modern. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode kuantitatif atau mixed methods untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris pada berbagai sektor industry.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, M. (2020). Armstrong's handbook of human resource management practice (15th ed.). Kogan Page.

Barrow, S., & Mosley, R. (2005). The employer brand: Bringing the best of brand management to people at work. John Wiley & Sons.

Bhatia, S., & Jain, R. (2020). Green HRM and sustainability: Attracting millennial talent. Journal of Cleaner Production, 258, 120135.

Chaudhary, R. (2018). Can green HRM attract young talent? Evidence-Based HRM: A Global Forum for Empirical Scholarship, 6(3), 305–320.

Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. Journal of Organizational Behavior, 41(6), 817–832.

Gaidhani, S., Arora, L., & Sharma, B. K. (2019). Understanding the attitude of Generation Z towards workplace. International Journal of Management, Technology and Engineering, 9(1), 2804–2812.

Guerci, M., Montanari, F., Scapolan, A., & Epifanio, A. (2015). Green and nongreen recruitment practices for attracting job applicants: Exploring independent and interactive effects. The International Journal of Human Resource Management, 27(2), 129–150.

Haddock-Millar, J., Sanyal, C., & Müller-Camen, M. (2016). Green human resource management: A comparative qualitative case study of a United States multinational corporation. The International Journal of Human Resource Management, 27(2), 192–211.

Ilmia, A. D., & Arquisola, M. J. (2022). Is the Indonesian millennial workforce attracted to companies with GHRM strategies? Asian Journal of Business Ethics, 11(3), 277–289.

Indria, S., Koesnadi, J. P., Rahmawati, C. H. T., & Adinata, P. V. (2024). GHRM toward job pursuit intention of Gen Z: Mediating role of organizational attractiveness. Journal of Human Resource and Sustainability Studies, 12(4), 88–102.

Islam, M. A., Mendy, J., Haque, A. K. M. A., & Rahman, A. (2022). GHRM practices and millennial employees' retention in SMEs. Sustainability, 14(6), 1–15.

Jamil, S., Zaman, S. I., Kayikci, Y., & Khan, S. A. (2023). The role of green recruitment on organizational sustainability performance. Sustainability, 15(5), 1–13.

Kashyap, V., & Verma, N. (2018). Linking employer branding and employee engagement: The role of psychological contract. International Journal of Human Resource Studies, 8(3), 164–186.

Kim, Y. K., Kim, W. G., Choi, H. M., & Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. International Journal of Hospitality Management, 76, 83–93.

Kucherov, D., & Zavyalova, E. (2021). HRD practices and talent management in companies with employer branding. European Journal of Training and Development, 45(2–3), 214–233

Lyons, S., & Kuron, L. (2014). Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research. Journal of Organizational Behavior, 35(S1), S139–S157.

Mutmainah, R. E., Lestari, N. M. D., Andriyani, A., & Darmastuti, I. (2025). Improving environmental performance in corporations using green HRM. Journal of Environmental Management and Sustainability, 4(2), 45–60.

Niaves, M. S. R., Moradini, S., Antioni, M., & Pietrantoni, L. (2025). GHRM and green psychological climate: A scoping review through the AMO framework. Journal of Cleaner Production, 423, 1420–1434.

Pham, D. D. T., & Paillé, P. (2020). Green recruitment and selection: An insight into green patterns. Journal of Cleaner Production, 245, 118827.

Pham, N. T., Tuckova, Z., & Jabbour, C. J. C. (2020). Greening the hospitality industry: How do green human resource management practices influence organizational citizenship behavior in hotels? Journal of Hospitality and Tourism Management, 45, 1–12.

Qadri, S. U., Bilal, M. A., Li, M., Ma, Z., & Qadri, S. (2022). Work environment as a moderator linking GHRM with turnover intention among millennials. Sustainability, 14(9), 1–14.

Roscoe, S., Subramanian, N., Jabbour, C. J. C., & Chong, T. (2019). Green human resource management and the enablers of green organizational culture. The International Journal of Human Resource Management, 30(7), 1239–1260.

Tang, G., Chen, Y., Jiang, Y., Paillé, P., & Jia, J. (2018). Green human resource management practices: Scale development and validity. Asia Pacific Journal of Human Resources, 56(1), 31–55.

Theurer, C. P., Tumasjan, A., Welpe, I. M., & Lievens, F. (2018). Employer branding: A brand equity-based literature review and research agenda. International Journal of Management Reviews, 20(1), 155–179.

Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., & Fawhinmi, O. O. (2020). Green human resource management: A systematic literature review from 2007 to 2019. Journal of Cleaner Production, 258, 120280.

Zibarras, L. D., & Coan, P. (2015). HRM practices used to promote pro-environmental behavior: A UK survey. The International Journal of Human Resource Management, 26(16), 2121–2142.