

BAB I

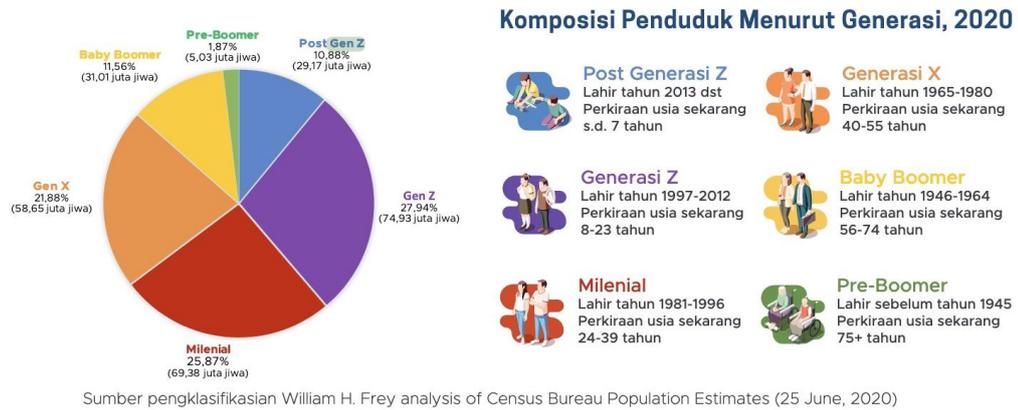
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z, atau yang dikenal juga sebagai Gen Z, merujuk pada individu yang lahir dalam rentang tahun 1996 hingga 2010 (McKinsey, 2023). Berdasarkan statistik, di Indonesia terdapat 68 juta Gen Z (Widi, 2022) dan diperkirakan terdapat 2 milyar Gen Z di seluruh dunia (Branka, 2023). Angka ini menunjukkan bahwa Gen Z akan segera menjadi generasi terbesar yang menggantikan generasi sebelumnya, yaitu generasi milenial. Mengacu pada definisi Gen Z, maka pada tahun 2023 ini Gen Z merupakan remaja berumur dengan rentang 13 tahun hingga orang dewasa awal berumur 24 tahun. Generasi ini juga sering disebut sebagai "digital natives", yang mengindikasikan bahwa mereka tumbuh dan berkembang dengan internet sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Jika merujuk pada pola pendidikan di Indonesia, saat ini Gen Z berada pada usia Sekolah Menengah Pertama (SMP) hingga lulusan awal perguruan tinggi. Dengan kata lain, Gen Z saat ini sudah harus mempersiapkan diri untuk beradaptasi dalam interaksi lintas generasi yang akan dihadapi di dunia kerja. Perbedaan yang muncul dari sisi pola komunikasi dan literasi digital dapat menimbulkan gap komunikasi yang berujung pada miskomunikasi di dunia kerja nantinya. Untuk menjembatani gap tersebut, penelitian ini berfokus pada mahasiswa sebagai objek penelitian untuk melihat pola komunikasi digital dan pengaruhnya terhadap kesiapan mahasiswa di dunia kerja nantinya.

McKinsey (2018) menyatakan bahwa Generasi Z merupakan generasi kelahiran tahun 1995 – 2010 dan terpapar oleh internet, jejaring sosial, dan perangkat digital sejak dini sehingga menciptakan generasi yang terbiasa mengumpulkan informasi dan melakukan *cross-referencing* dari berbagai sumber dengan mengintegrasikan pengalaman virtual dan non-virtual. Jika kita mengacu pada definisi Generasi Z, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memiliki potensi untuk menjadi generasi yang menentukan arah masa depan bagi berbagai negara dan dunia secara keseluruhan. Kehidupan keseharian Gen Z tidak bisa dilepaskan dari media digital. Gen Z selalu menggunakan media digital untuk berkomunikasi,

berkolaborasi, bekerja dan terhubung satu sama lain. Kondisi ini yang membuat Gen Z juga dikenal sebagai generasi digital.



Gambar I.1 Komposisi Penduduk Menurut Generasi (William H. Frey dalam BPS, 2021)

Berdasarkan riset We Are Social (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 212,9 juta orang dengan pengguna media sosial berjumlah 167 juta pengguna yang mencakup sekitar 60.4 persen dari total populasi masyarakat Indonesia. Menurut klasifikasi William H. Frey berdasarkan tahun kelahiran, Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menduduki peringkat tertinggi dalam rentang kelompok pengguna. Mereka diikuti oleh Generasi Milenial, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, dan kemudian diikuti oleh kelompok kelahiran tahun 1980 dan sebelumnya (BPS, 2021). Data tersebut mengisyaratkan bahwa jumlah pengguna internet dan media sosial dari perangkat *smartphone* didominasi kalangan generasi *digital native*. Meskipun demikian, keberadaan media digital ini memiliki dampak positif dan negatif bagi Gen Z. Penggunaan media digital oleh Generasi Z telah terbukti menurunkan tingkat interaksi sosial dalam kehidupan nyata, yang secara tidak langsung berdampak pada penurunan kemampuan komunikasi interpersonal yang efektif yang hanya dapat diperoleh melalui interaksi tatap muka (Raslie, 2021, p.3).

Penelitian yang dilakukan oleh Schroth (2019, p.9) juga menunjukkan bahwa Gen Z yang mengandalkan media digital dalam berkomunikasi dan berinteraksi menyebabkan generasi ini kehilangan momen untuk mempelajari hal penting dalam berkomunikasi seperti: cara mendengarkan, cara mengajukan

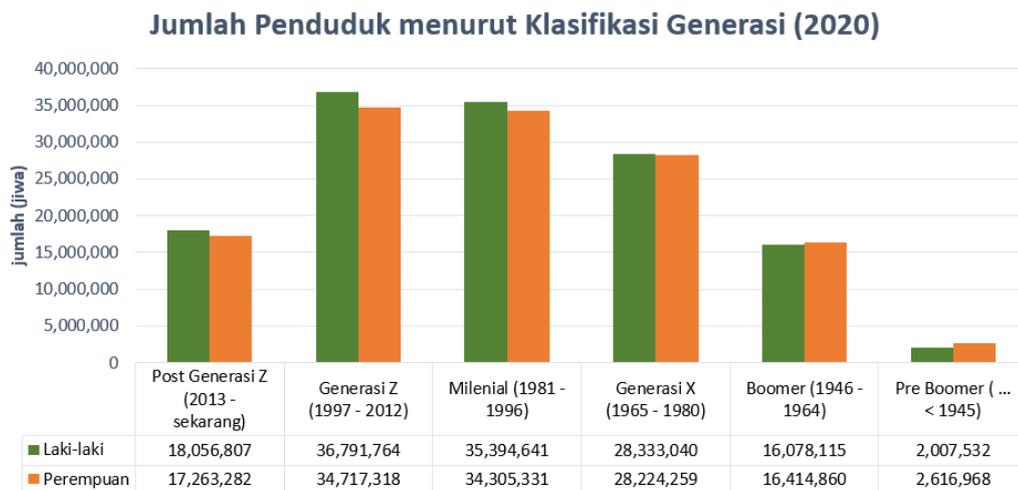
pertanyaan, cara menyela dengan tetap menghormati orang lain, membangun hubungan serta menyelesaikan masalah dan konflik. Merujuk pada penelitian tersebut, dapat diasumsikan bahwa penggunaan teknologi tidak selalu tepat untuk berkomunikasi dan berinteraksi terutama ketika akan menyelesaikan sebuah permasalahan yang kompleks dan rumit. Komunikasi secara tatap muka bisa jadi merupakan cara terbaik dalam menyelesaikan masalah yang rumit. Hal ini berkebalikan dengan paradigma umum yang menyatakan bahwa sebagian besar Gen Z lebih nyaman berkomunikasi dengan menggunakan teknologi.

Perbedaan karakteristik dan gaya komunikasi Gen Z saat ini tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang sepele. Dalam beberapa tahun kedepan, sebagian besar Gen Z akan memasuki dunia kerja. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh GWI dalam Howarth (2023), saat ini ada sekitar 38% dari total populasi Gen Z telah memasuki dunia kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Whitehead (2022, p.15) menunjukkan bahwa karakteristik dan gaya komunikasi Gen Z dengan generasi lain yang ada di tempat kerja mereka menimbulkan berbagai tantangan dalam berkomunikasi, berkolaborasi dan bekerjasama. Karakteristik dan gaya komunikasi Gen Z cenderung mendapat persepsi negatif dari perspektif profesionalisme dan kapabilitas dalam dunia kerja oleh generasi lain. Survey oleh New York Post kepada sejumlah manajer perusahaan yang menunjukkan bahwa Gen Z mengalami kesulitan dalam bekerja karena rendahnya kemampuan komunikasi yang dimilikinya (Court, 2023).

Penggunaan bahasa informal dan penggunaan media komunikasi yang tidak tepat, menjadi penyebab utama Gen Z kesulitan menjalin relasi profesional yang baik dengan generasi lain. Di samping itu, perbedaan preferensi komunikasi yang dimiliki Gen Z yang lebih memilih berkomunikasi menggunakan media digital dalam berbagai situasi dan kondisi di dunia kerja, dapat menimbulkan dampak negatif terhadap performa perusahaan secara keseluruhan jika tidak ditangani dengan tepat.

Andrea et al. (2016, p.91) menyatakan bahwa komunikasi efektif dan proses berbagi pengetahuan (*knowledge-sharing*) memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap efisiensi perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan

bahwa komunikasi yang efektif antar generasi akan meminimalisir konflik dan kesalahpahaman dalam lingkungan kerja. Gambar 1.2 menunjukkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020, berdasarkan klasifikasi generasi.



Gambar I.2 Jumlah Penduduk Menurut Klasifikasi Generasi (BPS, 2020)

Di era digital, penggunaan teknologi dan media digital untuk berkomunikasi tidak dapat dilepaskan dari konsep literasi digital. Literasi digital seringkali dianggap sebagai kecakapan dalam menggunakan teknologi media digital saja. Padahal, literasi digital tidak hanya menekankan pada kecakapan dalam penguasaan teknologi dan media digital, melainkan juga melibatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menggunakan informasi secara kritis, memahami risiko dan etika digital, serta kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan yang dihadapi dalam lingkungan digital. Pengguna teknologi dan media digital yang baik tidak hanya mampu menggunakan teknologi dan media digital saja, tetapi juga mampu mengoperasikannya dengan penuh tanggung jawab. Penelitian terkait pengukuran literasi digital sudah cukup banyak dilakukan, tetapi pengukuran literasi digital yang spesifik terkait kemampuan komunikasi digital belum banyak dilakukan. Dalam era digital yang semakin maju, tingkat kesiapan dan kemampuan komunikasi digital menjadi sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia kerja. Sebagian besar penelitian yang dilakukan terkait pengukuran literasi digital cenderung hanya memfokuskan pada melihat kondisi

eksisting, tanpa memerhatikan gap atau kesenjangan antara kondisi eksisting dan kondisi yang diharapkan oleh pihak tertentu yang membutuhkan individu dengan tingkat literasi digital tertentu.

Hal ini penting, terutama bagi perusahaan yang memiliki karyawan dari berbagai generasi, seperti Generasi Z, Generasi Y, dan bahkan Generasi X. Setiap generasi memiliki pengalaman dan latar belakang yang berbeda dalam hal penggunaan teknologi dan komunikasi digital. Oleh karena itu, pemahaman mengenai kemampuan komunikasi digital di antara karyawan dari berbagai generasi menjadi kunci dalam membangun lingkungan kerja yang inklusif dan efektif. Dengan melakukan analisis terkait tingkat kesiapan kemampuan komunikasi digital, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kekurangan dan kelebihan yang ada dalam karyawan mereka. Informasi ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat guna meningkatkan efektivitas komunikasi antara pegawai, sehingga dapat meningkatkan produktivitas, kolaborasi, dan pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan. Strategi yang tepat dapat mencakup berbagai pendekatan, seperti menyelenggarakan pelatihan dan pengembangan kemampuan komunikasi digital, mengadopsi teknologi yang mendukung komunikasi efektif, dan mendorong kolaborasi lintas generasi untuk saling bertukar pengetahuan dan pengalaman. Selain itu, pemahaman terhadap gap ini juga dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kebutuhan spesifik dari setiap generasi karyawan, sehingga dapat menyesuaikan pendekatan komunikasi dan pengembangan kemampuan yang lebih tepat dan relevan. Karakteristik untuk setiap klasifikasi generasi dapat dilihat pada Tabel I.1.

Selain itu, dengan menerapkan strategi yang sesuai, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan individu dari berbagai generasi, serta meningkatkan kemampuan komunikasi digital secara keseluruhan. Dampak positifnya dapat terlihat pada efektivitas komunikasi internal dan eksternal perusahaan, memberikan keuntungan kompetitif, dan mendukung pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan.

Tabel I.1 Klasifikasi Generasi beserta Karakteristiknya (Dewantari, 2023)

Klasifikasi Generasi	Karakteristik
Post Generasi Z/ Generasi Alpha (2013- sekarang)	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki pemikiran dan pendapat yang kuat, • tidak terbatas oleh aturan, • senang berinovasi, dan tidak takut mencoba hal baru dan tanpa ragu akan menerimanya, dan • memiliki potensi untuk memunculkan inovasi bagi kehidupan sosial dan masyarakat.
Generasi Z/ I- Generation (1997-2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Dibandingkan dengan Gen Y, Gen Z cenderung lebih mudah dalam bersosialisasi. • Mereka juga lebih cepat dalam mempelajari hal baru karena mereka melek teknologi dan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan. • Mereka juga menyukai lingkungan yang memberi ruang untuk tumbuh dan menjadi lebih kreatif. Karena itu, sebagian besar Gen Z mencari pekerjaan dengan mendirikan bisnis.
Generasi Y/ Milenial (1981-1996)	<ul style="list-style-type: none"> • Milenial lebih siap menerima perubahan daripada generasi sebelumnya. • Mereka juga berani dan percaya diri. Karena itu, generasi ini lebih mudah mencapai kesuksesan ketika mereka masih muda. • Kekurangan dari generasi ini adalah kecenderungan mereka untuk mengalami stres dan depresi. • Selain itu, beberapa di antaranya mengalami kesulitan untuk bergaul dengan orang lain.
Generasi X/Gen Bust) (1965 -1980)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan bisnis Gen X lebih baik dibandingkan dengan Baby Boomer. • Cenderung lebih menyukai sesuatu yang tidak formal. • Membutuhkan validasi emosional. • Mereka cenderung mandiri dan banyak akal. • Dapat menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan pribadi mereka.
Boomer/Baby Boomers (1946-1964)	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tingkat kedisiplinan yang tinggi, mental dan prinsip yang kuat, serta berpegang teguh pada loyalitas dan dedikasi.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sulit menerima kritik, tetapi suka mengkritik generasi muda karena kurangnya komitmen dan etika kerja. • Berorientasi pada pencapaian, percaya diri, dan kuat.
Pre Boomer (...<1945	<ul style="list-style-type: none"> • Mereka adalah patriot, bertanggung jawab, dan memiliki jiwa pemimpin dan pribadi yang mampu memimpin. • Mereka lahir saat dunia mengalami kekacauan ekonomi global yang paling parah, yang menyebabkan mereka tumbuh dalam kondisi yang serba kekurangan.

Dalam konteks yang lebih luas, pemahaman dan pengukuran tingkat kesiapan kemampuan komunikasi digital juga memberikan kontribusi dalam membangun masyarakat yang lebih inklusif dan terhubung secara digital. Hal ini dapat membantu masyarakat dalam menghadapi perubahan teknologi dan berpartisipasi secara aktif dalam era digital, terlepas dari generasi dan latar belakang mereka. Lulusan perguruan tinggi dididik untuk menjadi calon tenaga kerja profesional setelah lulus. Mereka harus mempersiapkan diri dengan membekali diri dengan kemampuan dalam komunikasi, keterampilan, kerja tim, dan kemampuan menggunakan teknologi untuk memasuki dunia kerja (Sharpe, 2021, p. 104). Kemampuan komunikasi efektif menjadi hal yang krusial yang akan mempengaruhi reputasi dan karir Generasi Z di lingkungan kerja. Mengukur kemampuan komunikasi digital Generasi Z sangat bermanfaat untuk mengetahui dan memahami bagaimana berinteraksi dan berkomunikasi efektif dengan Generasi Z di era digital.

1.2 Perumusan Masalah

Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, pada tahun 2023 ini berumur 11 hingga 26 tahun. Dengan mengasumsikan usia rata-rata kuliah antara 18 hingga 22 tahun, maka dapat disimpulkan bahwa usia 21 dan 22 tahun merupakan usia kritis bagi persiapan kerja. Dari latar belakang dapat disimpulkan bahwa kemampuan komunikasi efektif memengaruhi reputasi dan jenjang karir di dunia kerja, sehingga analisis komunikasi digital Gen Z pada usia kuliah ini diperlukan untuk mengetahui kesiapan dan faktor-faktor yang berkaitan dengan kemampuan komunikasi interpersonal Gen Z.

Program Studi S1 Sistem Informasi (SI) adalah program studi yang lulusannya berkecimpung di bidang sistem informasi, baik di ranah teknikal

maupun manajerial. Mahasiswa tingkat akhir program studi ini dipilih sebagai mitra penelitian ini karena mahasiswa SI memiliki dasar pengetahuan digital yang diperoleh dari perkuliahan dan membutuhkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik di dunia kerja.

Berdasarkan latar belakang penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kemampuan komunikasi digital pada Generasi Z Program Studi S1 Sistem Informasi Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom?
2. Seberapa banyak faktor dominan yang mempengaruhi tingkat kemampuan komunikasi digital generasi Z ditinjau dari perspektif empat pilar literasi digital, seperti kecakapan dalam penggunaan media digital (*digital skills*), berbudaya dalam penggunaan media digital (*digital culture*), etika dalam penggunaan media digital (*digital ethics*), kemampuan dan kesadaran perlindungan data dan keamanan digital (*digital safety*)?
3. Seberapa besar korelasi antara kemampuan komunikasi digital Gen Z dengan kemampuan komunikasi interpersonal Gen Z di era digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi besarnya tingkat kemampuan komunikasi digital generasi Z Mahasiswa Program Studi S1 Sistem Informasi Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom.
2. Mengidentifikasi banyaknya faktor dominan yang mempengaruhi tingkat kemampuan komunikasi digital generasi Z ditinjau dari perspektif empat pilar literasi digital, seperti kecakapan dalam penggunaan media digital (*digital skills*), berbudaya dalam penggunaan media digital (*digital culture*), etika dalam penggunaan media digital (*digital ethics*), kemampuan dan kesadaran perlindungan data dan keamanan digital (*digital safety*)?.

3. Menganalisis besarnya korelasi antara kemampuan komunikasi digital Gen Z dengan kemampuan komunikasi interpersonal Gen Z di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini mengembangkan instrumen pengukuran yang valid dan reliabel untuk mengukur kemampuan komunikasi Generasi Z sehingga dapat memperkaya teori dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikasi digital Gen Z. Penelitian ini mengidentifikasi apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikasi digital Gen Z berdasarkan perspektif empat pilar literasi digital, seperti kecakapan dalam penggunaan media digital (*digital skills*), berbudaya dalam penggunaan media digital (*digital culture*), etika dalam penggunaan media digital (*digital ethics*) dan keamanan dalam penggunaan media digital (*digital safety*).
2. Secara aplikatif, temuan dari penelitian ini dapat dijadikan gambaran bagi dunia pendidikan kondisi eksisting tingkat kemampuan komunikasi digital generasi Z dan kemampuan interpersonal Gen Z, sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu referensi menentukan program untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan komunikasi digital secara tepat dan lebih efektif. Berdasarkan hasil pengukuran serta mengetahui rekomendasi perbaikan tingkat kesiapan kemampuan komunikasi digital generasi Z.
3. Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana korelasi antara kemampuan komunikasi digital Gen Z dengan kemampuan komunikasi interpersonal Gen Z di era digital. Dengan memahami korelasi dan pengaruh kemampuan komunikasi digital Gen Z dengan kemampuan komunikasi interpersonal Gen Z di era digital diharapkan dapat mengembangkan strategi yang berkelanjutan dan dan tepat untuk meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal Gen Z.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian yang dilakukan dilaporkan dalam bentuk laporan dengan sistematika penulisan terdiri dari tiga bab dari BAB I sampai BAB V.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan informasi dasar mengenai konteks permasalahan, latar belakang permasalahan yang mencakup alasan dari penelitian yang dilakukan, yang memberikan gambaran tentang apa yang akan dibahas dalam penelitian. Pada bab ini dijelaskan kebaruan dan urgensi pentingnya kemampuan komunikasi digital generasi Z.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka meliputi studi-studi sebelumnya yang terkait dengan topik penelitian, dan sumber informasi utamanya berasal dari buku referensi dan jurnal penelitian yang relevan. Semua sumber ini memainkan peran penting dalam merancang dan menyelesaikan masalah penelitian. Bagian ini mengeksplorasi teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, khususnya dalam konteks kemampuan komunikasi digital Generasi Z, serta teori-teori yang menjadi landasan untuk pengembangan model penelitian, sehingga memperjelas arah dan fokus penelitian. Dalam bab ini, dipaparkan juga kajian penelitian terdahulu mengenai kemampuan komunikasi digital Gen Z. Selain itu mengumpulkan dan menguraikan berbagai sumber pustaka yang berhubungan dengan topik penelitian. Teori-teori yang relevan, dan temuan-temuan terkini dalam bidang tersebut. Ini bertujuan untuk mengembangkan fondasi teoritis yang solid dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian yang sedang diselidiki. Bagian ini mencakup penjelasan tentang teori umum hingga teori khusus yang relevan dengan topik penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, pendekatan, metodologi, dan teknik yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil penelitian dibahas. Bab ini juga menjelaskan secara rinci bagaimana merancang dan melaksanakan

penelitian, termasuk pendekatan yang digunakan, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang diterapkan. Tujuan dari Bab III adalah memberikan pemahaman yang jelas tentang langkah-langkah konkret yang diambil untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Metode Penelitian memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana melakukan penelitian dan menghasilkan data yang mendukung temuan atau hasil yang akan dipresentasikan dalam bab-bab berikutnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi disajikan secara terstruktur sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bagian awal memaparkan hasil penelitian, sementara bagian selanjutnya membahas atau menganalisis hasil tersebut. Bab sebelumnya telah melakukan analisis data, dan bagian ini melanjutkan dengan menganalisis hasil pengolahan data deskriptif, pengujian hipotesis, simulasi dinamis, dan skenario strategi. Selain itu, implikasi dari hasil penelitian, baik secara teoritis maupun manajerial, juga dijelaskan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini menyajikan kesimpulan dari pemecahan masalah dan pencapaian tujuan penelitian. Selain itu, bab ini juga menyajikan saran-saran untuk penelitian di masa mendatang.