

Analisis Prilaku Gen Z Pada Lingkungan Kerja Di Era Globalisasi

Nabila indra princessa lukmaditia^{1*}, Sahibul Mighfar², Sentot Imam Wahjono³
Universitas Muhammadiyah Surabaya^{1,2,3}

*Alamat email penulis koresponden: nabilaindraprincessa26@gmail.com ,
sahibul.mighfar-2021@gmail.com

Abstrak

Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, telah memasuki dunia kerja dan membawa perubahan signifikan dalam dinamika organisasi. Artikel ini menganalisis perilaku karyawan Gen Z dalam konteks lingkungan kerja di era globalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan survei untuk mengumpulkan data dari karyawan Gen Z di berbagai sektor. Hasil menunjukkan bahwa Gen Z menghargai fleksibilitas, teknologi, dan keseimbangan kerja-hidup, serta memiliki keterlibatan yang tinggi dalam isu sosial. Kesimpulan menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik terhadap karakteristik dan perilaku Gen Z dapat membantu organisasi untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan produktif.

Kata Kunci: Gen z, Dunia kerja, perubahan dalam organisasi.

PENDAHULUAN

Di dalam perkembangan teknologi informasi yang semakin luas, perusahaan dituntut mengikuti perkembangan agar dapat bersaing dan mencapai keunggulan. Perkembangan yang dilakukan dapat berupa perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi informasi, hingga sumber daya manusia yang dimiliki Perusahaan atau organisasi. Sumber daya manusia di dalam Perusahaan atau organisasi, penting untuk memperhatikan kemampuan tiap karyawan yang ada. Hal tersebut dimaksudkan agar mampu melihat potensi yang dimiliki karyawan tersebut dalam periode tertentu. Perlu dilakukannya pengelompokan karyawan berdasarkan bobot tertentu misalnya jenis kelamin, usia dan Pendidikan terakhir. (Anita *et al.*, 2024).

Generasi Z yang di mana mencakup orang-orang yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012, mulai memasuki dunia kerja dan memainkan peran yang semakin penting dalam dinamika organisasi modern. Keberadaan mereka menciptakan masalah dan peluang baru bagi bisnis. Generasi ini tumbuh di era digital, dengan akses informasi yang tak terbatas, yang telah membentuk perilaku dan kompetensi mereka dengan cara yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka disebut sebagai penduduk asli digital, karena mereka memiliki bakat alami untuk teknologi dan media sosial. (Anita *et al.*, 2024)

Walaupun gen z mempunyai banyak kelebihan, Gen z memerlukan evaluasi dalam segi komunikasi dan karakteristik. Lingkungan kerja adalah tempat berkumpulnya karyawan untuk membentuk karakteristik kinerja karyawan, lingkungan kerja yang mendukung akan memajukan karyawan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya. Karena pada dasarnya, lingkungan kerja adalah tempat dimana kita mencari relasi dan mensukseskan visi perusahaan. Lingkungan kerja secara nyata semua kejadian yang terdapat di perusahaan (Wahyuningsih, 2018)

Perilaku merupakan aktivitas atau perbuatan yang dilakukan oleh seorang individu. Pertama-tama generasi Z cenderung memiliki kepribadian yang terbuka, fleksibel, dan

memiliki orientasi ke masa depan. Kepribadian yang terbuka memicu kemampuan adaptasi yang baik terhadap perubahan dan situasi yang sering terjadi didalam lingkungan pekerjaan kerja. Kedua adalah motivasi yang memainkan peran kunci dalam meningkatkan produktivitas di tempat kerja. Motivasi, yang berasal dari keinginan internal untuk melakukan pekerjaan karena hal tersebut dianggap menyenangkan atau memuaskan, dapat menciptakan lingkungan kerja yang penuh semangat dan berkomitmen (Putri, 2024)

Keterkaitan antara kepribadian dan motivasi termanifestasi dalam cara Generasi Z berinteraksi dengan teknologi di era digital. Kepribadian yang terbuka terhadap teknologi dan motivasi intrinsik untuk menguasai atau menciptakan teknologi baru dapat mempercepat adaptasi terhadap alat-alat kerja digital, meningkatkan efisiensi, dan secara langsung berkontribusi pada peningkatan produktivitas. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi mereka, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan pribadi, memberikan tantangan yang memotivasi, dan memastikan keseimbangan antara kepuasan pribadi dengan tujuan perusahaan, semua faktor ini dapat mengoptimalkan produktivitas kerja Generasi Z (Putri, 2024)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan dua pendekatan utama:

1. Wawancara mendalam: Dilakukan terhadap 20 karyawan Gen Z yang bekerja di berbagai industri, termasuk teknologi, pemasaran, dan layanan.
2. Survei: Diterapkan kepada 100 karyawan Gen Z untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai preferensi kerja dan nilai-nilai mereka.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berulang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seorang karyawan Gen Z bernama Andi diberi tugas untuk mengembangkan kampanye pemasaran digital untuk produk baru perusahaan PT Asong Jaya Abadi. Andi memutuskan untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform utama dan mendesain konten yang menarik dengan menggunakan visual yang kreatif dan pesan-pesan yang relevan untuk audiens target.

Hasil Kerja:

- Kampanye yang Dijalankan: Andi meluncurkan kampanye di Instagram dan TikTok, mengandalkan format video pendek, infografis, dan cerita interaktif. □ Engagement Tinggi: Kampanye ini berhasil menarik perhatian banyak pengguna dengan tingkat engagement lebih dari 25%, termasuk likes, shares, dan komentar positif.
 - Peningkatan Penjualan: Selama periode kampanye, penjualan produk meningkat sebesar 30% dibandingkan bulan sebelumnya.
 - Feedback Positif dari Tim: Tim lain memberikan pujian atas kreativitas dan kemampuan Andi dalam memahami tren media sosial. Pembahasan Perilaku Karyawan Gen Z di Lingkungan Kerja
1. Digital Native: Karyawan Gen Z adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi. Seperti Andi, mereka lebih nyaman dan terampil menggunakan berbagai platform digital. Dalam hal ini, keterampilan teknologi Andi membantunya dalam merancang kampanye pemasaran yang sejalan dengan kebiasaan dan preferensi audiens target.

2. Inovatif dan Kreatif: Gen Z cenderung memiliki pendekatan yang kreatif dalam menyelesaikan masalah. Keterlibatan Andi dalam menciptakan konten yang menarik menunjukkan kecenderungan generasi ini untuk berinovasi dan mencari cara baru dalam menarik perhatian konsumen.
3. Berorientasi pada Kolaborasi: Karyawan Gen Z biasanya lebih menyukai lingkungan kerja yang kolaboratif. Andi, meskipun bekerja secara mandiri, tetap meminta masukan dari rekan-rekannya dan berdiskusi untuk meningkatkan hasil kampanyenya. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menghargai kerja tim dan integrasi ide dari berbagai sumber.
4. Fleksibilitas dan Keseimbangan Kerja-Hidup: Gen Z juga menghargai fleksibilitas dalam pekerjaan mereka. Mereka lebih nyaman dengan pengaturan kerja yang tidak kaku dan dapat menyesuaikan jam kerja mereka. Ini sering kali mendorong peningkatan produktivitas, karena mereka lebih terlibat dan termotivasi ketika dapat bekerja dalam lingkungan yang mendukung keseimbangan kerja-hidup.
5. Berorientasi pada Tujuan dan Dampak Sosial: Gen Z cenderung mencari makna dalam pekerjaan mereka. Mereka lebih mungkin untuk terlibat dalam proyek yang memiliki dampak sosial yang positif. Dalam konteks Andi, ia dapat menggunakan peluang ini untuk mengedukasi audiens tentang nilai-nilai keberlanjutan melalui konten yang diproduksinya.

KESIMPULAN

Perilaku karyawan Gen Z dalam lingkungan kerja di era globalisasi ditandai oleh kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi, kebutuhan untuk keseimbangan kerja-hidup, literasi sosial yang tinggi, dan keterbukaan terhadap keberagaman. Organisasi yang memahami karakteristik ini dan menciptakan lingkungan yang mendukung akan lebih mampu menarik, mempertahankan, dan memanfaatkan potensi generasi ini. Inovasi dalam pendekatan manajemen SDM serta komitmen terhadap keberagaman dan inklusi menjadi kunci dalam menciptakan tempat kerja yang produktif dan positif bagi Gen Z. Lingkungan kerja menunjukkan transisi yang signifikan dalam cara kerja dan nilai yang dibawa ke dalam organisasi. Adaptasi terhadap perubahan yang cepat di era globalisasi menuntut perusahaan untuk lebih responsif terhadap kebutuhan generasi ini. Organisasi yang ingin menarik dan mempertahankan talenta Gen Z perlu mempertimbangkan kebutuhan mereka akan fleksibilitas, teknologi, dan nilai sosial yang kuat. Dengan memahami perilaku dan preferensi Gen Z, perusahaan dapat meningkatkan retensi karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan inovatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada seluruh karyawan PT Asong Jaya Abadi atas dedikasi, kerja keras, dan komitmen yang telah ditunjukkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaudhary, R. (2020). The impact of work-life balance on job satisfaction in the workplace: A study of Generation Z. *International Journal of Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1810808>
- Deloitte. (2019). "The Deloitte Global Millennial Survey 2019."

- Eisenberg, J., & Rivas, S. (2021). "Social Responsibility and Generation Z: The Influence of Corporate Policies." *Business & Society*.
- Francis, T., & Hoefel, L. (2018). "This Generation's Not Detach'd: A Study on Gen Z and Their Approach to Work." *Youth Marketing Strategy*.
- Gartner. (2021). "Future of Work Trends Post-COVID-19."
- LinkedIn. (2020). "2020 Workforce Learning Report."
- McKinsey & Company. (2021). "The Future of Work: Gen Z in the Workforce."
- Pew Research Center. (2021). "Gen Z and Social Media."
- PwC. (2021). "What's important to Gen Z in the Workplace."
- Twenge, J. M., Miller, A. L., & Joiner, T. E. (2019). "Trend in U.S. Mental Health Clinical Diagnosis Among Adolescents: Generation Z vs. Millennials." *Psychiatric Services*.
- World Economic Forum. (2022). "The Future of Jobs Report 2022."