

Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul

Dian Ratna Sawitri
dian.r.sawitri@gmail.com

Pendahuluan

Presiden Republik Indonesia memiliki misi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia (Kempanrb, 2022). Misi tersebut diarahkan demi terwujudnya SDM (Sumber Daya Manusia) unggul untuk Indonesia maju. Indonesia diprediksikan dapat menjadi negara yang maju di tahun 2030 apabila mempunyai SDM yang unggul (Kemendikbud, 2020a). Presiden dalam pidatonya juga menegaskan bahwa Indonesia sedang berada di puncak bonus demografi, dimana penduduk usia produktif lebih tinggi dibandingkan dengan usia tidak produktif (Kementerian Sekretariat Negara RI, 2019).

Saat ini, Generasi Z merupakan salah satu generasi yang mendominasi jumlah penduduk di Indonesia, yaitu sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi. Secara umum, Generasi Z lahir antara pertengahan 1990an sampai dengan tahun 2012 (Christiani & Ikarso, 2020; Hastini dkk., 2020; Permana, 2021). Terlepas dari perbedaan pendapat mengenai rentang kelahiran Generasi Z, Berkup (2014) menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang telah berinteraksi dengan teknologi dari lahir, sehingga teknologi sangat mempengaruhi kehidupan Generasi Z tersebut. Generasi Z masuk ke dalam usia produktif, yaitu usia 15-64 tahun ke atas (Badan Pusat Statistik, 2022), yang memiliki potensi yang besar untuk menjadi SDM unggul untuk mewujudkan Indonesia maju.

Generasi Z memiliki berbagai kelebihan dibandingkan dengan generasi yang lainnya. Beberapa kelebihan tersebut antara lain, memiliki keahlian dalam menggunakan berbagai jenis teknologi, memiliki kemampuan *multitasking* (dapat mengerjakan beberapa hal dalam waktu yang bersamaan) dibandingkan dengan generasi sebelumnya, cepat dalam mengakses informasi, dan tanggap dalam merespon fenomena sosial disekitarnya (Bencsik dkk., 2016; Christiani & Ikarso, 2020). Semua kelebihan tersebut membuat Generasi Z menjadi generasi yang tumbuh cerdas, terampil, kreatif, dan kritis dalam menggunakan teknologi.

Berbagai kelebihan tersebut dapat digunakan oleh Generasi Z dalam perkembangan karier mereka, baik dalam proses studi, persiapan bekerja, atau pun keterampilan dalam bekerja. Generasi Z merupakan salah satu generasi yang dipersiapkan menjadi prioritas utama dalam menghadapi persaingan global 5.0 atau *society* 5.0 (Nafira & Sari, 2021). *Society* 5.0 didefinisikan sebagai masyarakat yang dapat menyeimbangkan kemajuan

ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial menggunakan sistem yang mengintegrasikan antara dunia fisik dan dunia maya (Fukuyama, 2018). Dengan demikian, Generasi Z diharapkan dapat menjadi SDM yang unggul dalam menghadapi globalisasi, revolusi industri, maupun *society* 5.0.

Sebagai persiapan dalam menghadapi globalisasi, revolusi industri, dan *society* 5.0, generasi Z membutuhkan perencanaan karier yang baik. Selain itu perencanaan dalam perkembangan karier Generasi Z dapat bermanfaat dalam menghadapi berbagai tantangan dalam mewujudkan SDM unggul untuk Indonesia maju. Pentingnya persiapan dalam perkembangan karier Generasi Z menjadi latar belakang bab ini. Bab ini juga membahas tantangan dalam perkembangan karier Generasi Z, serta strategi yang dapat menjadi solusi dalam menyelesaikan tantangan tersebut. Bab ini diharapkan dapat membantu mengidentifikasi poin-poin penting dalam perkembangan karier pada Generasi Z.

Definisi dan Karakteristik Generasi Z

1. Definisi Generasi Z

Generasi Z juga dapat disebut dengan *Gen Z*, *iGen*, *Gen Zers*, ataupun generasi pasca millennial. Generasi dapat didefinisikan sebagai sekelompok individu yang mengalami peristiwa sosial dan sejarah penting di sekitar waktu yang sama dalam hidup mereka dan menunjukkan beberapa karakteristik dan perilaku yang sama (Mannheim, dalam Lyons & Kuron, 2014). Generasi dalam pengertian sosio-kognitif atau sosiologis merupakan kumpulan individu yang lahir pada periode waktu yang sama, di mana mereka telah berbagi peristiwa unik yang diciptakan oleh situasi yang sama dalam (mengacu pada kelompok generasi), salah satu contohnya adalah Generasi Z.

Barhate dan Dirani (2022) mendefinisikan Generasi Z sebagai generasi yang lahir pada tahun 1995-2012. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Gabrielova dan Buchko (2021), bahwa generasi Z lahir pada rentang tahun 1995-2012. Dalam buku *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation*, disebutkan bahwa generasi Z merupakan generasi yang lahir pada pertengahan 1990an sampai dengan akhir tahun 2000an (Gentina, 2020). Sementara itu Atika dkk. (2020) mendefinisikan generasi Z sebagai generasi kelahiran tahun 1996-2010. Kemudian McCrindle (2014) menyatakan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995-2009. Terdapat satu lagi pendapat yang berbeda mengenai rentang kelahiran Generasi Z, yaitu dari tahun 1995-2010 (Francis & Hoefel, 2018). Walaupun banyak pendapat dan banyak versi, rentang kelahiran Generasi Z dapat diperkirakan antara pertengahan 1990an sampai dengan tahun 2012.

Terlepas dari perbedaan rentang tahun kelahiran Generasi Z, seluruh tokoh-tokoh tersebut memiliki kesamaan pendapat bahwa

generasi Z merupakan generasi internet atau generasi yang menggunakan *gadget* (gawai) dalam kehidupannya sehari-hari. Generasi Z lahir dan tumbuh dalam dunia digital dan teknologi. Generasi Z tersebut lahir di zaman dimana teknologi sudah mulai berkembang pesat, sehingga membuat generasi ini akrab dengan beragam media sosial yang ada.

2. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Generasi Z di suatu negara pun juga dapat memiliki karakteristik yang berbeda dengan negara lain. Kyrousi dkk (2022) menyebutkan beberapa ciri khas yang ada pada generasi Z, yaitu: (a) Sangat paham teknologi tetapi dan memiliki tujuan yang tinggi; (b) Mayoritas sudah masuk dunia kerja atau masih berada di jenjang perguruan tinggi; (c) Lebih berani mengambil resiko daripada generasi millennial; (d) Kurang mandiri dan lebih membutuhkan dukungan; (e) Memiliki keinginan terhubung secara sosial dengan menghabiskan sebagian besar hidup mereka untuk berkomunikasi secara digital; (f) Kurang dalam keterampilan sosial seperti mendengarkan dan berpartisipasi dengan dalam percakapan dan menangani konflik dan pemecahan masalah; (g) Lebih suka bekerja sendiri, berbeda dengan generasi millennial.

Gentina (2020) dalam buku *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation* juga menyebutkan beberapa karakteristik khas dari generasi Z. Pertama, generasi Z merupakan *digital natives*, artinya produk asli digital yang menguasai teknologi dan tidak perlu membiasakan diri dengan teknologi. Mereka mengusulkan cara berpikir baru tentang bagaimana teknologi dapat digunakan secara efektif. Kedua, merupakan generasi dengan *multiple identity*. Artinya, Generasi Z menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk *online*, namun juga memperluas kegiatan sosialnya secara *offline*. Ketiga, merupakan *worried generation* karena banyak mendapatkan paparan ujaran kebencian di media sosial. Keempat, merupakan generasi yang kreatif, melihat ke masa depan, serta memiliki kemampuan kolaborasi dan sharing terutama melalui media sosial.

Karakteristik Generasi Z di Indonesia tidaklah jauh berbeda dengan karakteristik generasi Z secara umum. Pertama, sumber informasi utama Generasi Z di Indonesia adalah TV (menjadi paling populer), internet, dan radio. Generasi Z di Indonesia tidak banyak membaca media cetak seperti tabloid dan surat kabar. Platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Youtube, Instagram, dan Line (Kantar Sea Insights, 2017; Tirto Media Research, 2017). Kedua, dalam menggunakan media sosial, Generasi Z di Indonesia tidak benar-benar berinteraksi

dengan seluruh dunia karena adanya kendala bahasa. Ketiga, terdapat beberapa sumber kebahagiaan Generasi Z atau generasi muda di Indonesia, yang utama yaitu keluarga (Primasari & Yuniarti, 2012). Keempat, Generasi Z di Indonesia berpotensi mengalami *loss history* terhadap kebudayaan dan nilai-nilai bangsa (Permana, 2021).

Perkembangan karier Generasi Z di Indonesia memiliki beberapa karakteristik. Hasil penelitian Wardono dan Hanifah (2020) menunjukkan bahwa Generasi Z yang sedang mencari kerja memiliki beberapa dimensi yang khas yaitu dimensi altruistik, status, dan sosial. Mereka juga menginginkan tempat kerja yang dimana mereka ingin memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerjanya serta dapat saling membantu. Dwidienawati dan Gandasari (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa Generasi Z di Indonesia masih lebih mengedepankan *face to face* (tatap muka) sebagai bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan. Selain itu terdapat faktor-faktor yang dapat membangun minat Generasi Z di Indonesia dalam bekerja yaitu faktor dukungan perusahaan, lingkungan kerja, fleksibilitas kerja, kompensasi finansial langsung, serta kompensasi finansial tidak langsung (Nurqamar dkk., 2022).

3. Perbedaan Generasi Z dengan Generasi Lainnya

Tabel 1 menyajikan perbedaan Generasi Z dengan generasi *Baby Boomers*, *Gen X*, serta *Gen Y* menurut Francis dan Hoefel (2018).

Table 1. Perbedaan Generasi Baby Boomer, Gen X, Gen Y, dan Gen Z

Aspek	Baby Boomers 1940-1959	Gen X 1960-1979	Gen Y 1980-1994	Gen Z 1995-2010
Konteks Peristiwa	<ul style="list-style-type: none"> • Pasca perang • Kediktatoran dan represi di Brasil 	<ul style="list-style-type: none"> • Transisi politik • Kapitalisme dan meritokrasi mendominasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisasi • Stabilitas ekonomi • Munculnya internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilitas • Jaringan sosial/media sosial • Digital natives
Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> • Idealisme • Revolusioner • Kolektivisme 	<ul style="list-style-type: none"> • Materialistis • Kompetitif • Individualis 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalis • Berorientasi pada diri sendiri 	<ul style="list-style-type: none"> • Undifined ID • Suka berkomunikasi • Senang bercakap/berdialog • Realistis
Konsumsi	<ul style="list-style-type: none"> • Ideologi • Vinyl dan film 	<ul style="list-style-type: none"> • Status • Merek dan mobil • Barang mewah 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman • Festival dan perjalanan • Produk unggulan 	<ul style="list-style-type: none"> • Unik • Tidak terbatas (<i>unlimited</i>) • Etis

Perkembangan Karier Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang berada pada tahun kelahiran 1996-2010 (Atika dkk., 2020). Berdasarkan rentang kelahiran tersebut, maka individu yang merupakan bagian dari Generasi Z memiliki usia 12-26 tahun. Pada usia tersebut berarti terdapat beberapa generasi Z yang sedang menempuh pendidikan dan juga yang baru memulai atau telah bekerja. Terdapat tahapan perkembangan karier Generasi Z yang disesuaikan dengan usia yang dimiliki. Tahapan karier tersebut dijelaskan dalam Super dan Jordaan (1973), yaitu:

1) Tahap pertumbuhan

Pada tahap ini, generasi Z berada pada fase *interest* dan kapasitas. Fase *interest* terjadi pada rentang usia 11-12 tahun dan ditandai dengan individu yang mulai bisa menentukan aspirasi dan aktivitas yang dilakukan berdasarkan kesukaan atau hal-hal yang disukai. Selanjutnya, fase kapasitas pada rentang usia 13-14 tahun ditandai dengan individu yang mulai menganggap kemampuan menjadi hal yang perlu diperhatikan dan memiliki bobot yang lebih. Selain itu, persyaratan kerja serta pelatihan terkait juga mulai dipertimbangkan.

2) Tahap Eksplorasi

Tahap eksplorasi mencakup individu yang memiliki usia 15-24 tahun. Tahap ini memiliki beberapa sub tahapan perkembangan, yaitu: tentatif (15-17 tahun), transisi (18-21 tahun) dan sub tahap uji coba (22-24 tahun). Pada tahap tentatif, kebutuhan, minat, kapasitas, nilai dan peluang menjadi hal yang dipertimbangkan oleh individu. Pada tahap transisi, Super (dalam Putri, 2012) menjelaskan bahwa pada tahap ini, individu mulai mengkhususkan pilihan pekerjaan. Kemudian, pada tahap uji coba, individu mulai menemukan pekerjaan pertama dan sudah mulai mengaplikasikannya.

3) Tahap Pematangan/Pembentukan

Tahap ini meliputi individu yang berada pada usia 25-44 tahun. Setelah menemukan bidang yang sesuai, sebuah upaya dilakukan untuk membangun secara permanen bidang tersebut. Mungkin ada beberapa pemicu di awal tahap ini dengan pergeseran kosekwensi tetapi pembentukan atau pematangan mungkin dicoba terutama pada bidang atau profesi yang dimiliki. Putri (2012) menjelaskan bahwa individu yang masuk ke dalam dunia kerja yang sesuai dengan dirinya maka individu akan bekerja keras untuk mempertahankan pekerjaannya. Tahap ini, dibagi menjadi 2 sub stages dan generasi Z masih masuk dalam fase Percobaan-komitmen dan stabilisasi (25-30 tahun).

Tantangan Perkembangan Karier Generasi Z

1. Media Sosial dan Kematangan Karier

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa Generasi Z merupakan generasi *natives* yang berarti generasi tersebut telah bersanding dengan teknologi digital semenjak kecil. Diantara negara-negara lain, Indonesia merupakan negara yang paling aktif dalam menggunakan media sosial (Pujiono, 2021). Kemudian dijelaskan lebih lanjut bahwa media sosial membuat Generasi Z lebih banyak menghabiskan waktu didepan *gadget*. Adanya paparan media sosial bukan hanya memberikan dampak positif bagi individu dengan mahirnya menggunakan media, akan tetapi terdapat dampak negatif lainnya. Juwita dkk. (2015) menjelaskan bahwa terdapat beberapa dampak negatif media sosial yaitu individu akan menjadi konsumtif, individualis dan ingin mendapatkan segala sesuatu yang instan.

Adanya dampak tersebut kemudian membuat fasilitas media dan *gadget* tidak sepenuhnya bisa dimanfaatkan dengan baik khususnya dalam lingkup pendidikan. Generasi Z lebih memilih menggunakan media untuk kesenangan pribadi dari pada digunakan untuk melakukan pembelajaran, padahal proses pembelajaran merupakan hal yang penting yang bisa mempengaruhi dalam perkembangan karier. Lukum (2019) menjelaskan lebih lanjut dampak negatif media sosial dalam dunia pendidikan, seperti Generasi Z merasa tidak perlu belajar karena banyaknya informasi yang tersedia setiap saat, lebih tanggap dengan teknologi daripada dengan guru, dan menjadi kurang tertarik dengan pendidikan formal. Beberapa dampak yang telah dipaparkan tersebut bisa jadi membuat Generasi Z tidak memiliki semangat untuk belajar. Hal tersebut dikuatkan oleh Hanafi (2016), yang menyebutkan bahwa media sosial bisa mempengaruhi motivasi belajar yang dimiliki individu, sehingga membatasi penggunaan media sangat diperlukan.

Motivasi atau semangat belajar merupakan hal yang penting dalam kematangan karier individu yang sedang menempuh pendidikan. Apabila motivasi yang dimiliki rendah, maka kematangan karier yang dimiliki juga akan menjadi rendah, begitupula sebaliknya apabila motivasi yang dimiliki tinggi maka kematangan karierpun akan semakin tinggi (Della dkk., 2018). Kematangan karier merupakan hal yang penting untuk dimiliki karena individu yang telah matang secara karier akan mulai bisa memikirkan dan merencanakan karier yang ingin dilakukan atau ditekuni (Jatmika & Linda, 2015).

2. Perencanaan Karier dan Peran Orang Tua

Karakteristik melek teknologi, toleran dan ekspresif Generasi Z yang telah dijelaskan sebelumnya membuat Generasi Z mudah untuk menentukan karier yang diinginkan dengan mencari referensi dari media

sosial. Akan tetapi, dalam realitanya khususnya di Indonesia, Generasi Z yang sedang menempuh pendidikan atau yang telah selesai menempuh pendidikan tetap melibatkan orang tua dalam perencanaan maupun pemilihan karier meskipun secara teori seharusnya bisa melakukan tanpa melibatkan orang tua (Aisyi dkk., 2016). Hal tersebut juga dikuatkan dalam Hinduan dkk. (2020) yang menyebutkan sebanyak 74% Generasi Z di Indonesia merasa orang tua sangat memberikan pengaruh dan biasanya menjadi pengambil keputusan dalam memilih pendidikan dan karier anaknya.

Adanya pengaruh orang tua di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh budaya kolektivis. Rose dkk. (dalam Gentina, 2020) menjelaskan bahwa orang tua di Asia yang merupakan bagian budaya kolektivis sangat menghargai kepatuhan aturan, otoritas orang dewasa, dan menghargai ketergantungan. Misalnya, nilai kolektivis di Cina yang menerapkan gagasan berbakti yaitu dengan mendikte anak untuk mematuji orang tua tanpa pertanyaan. Pada dasarnya, ikut terlibat dalam perencanaan dan pemilihan karier anak tidak selalu menjadi hal negatif akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah apabila anak tidak mau atau memiliki referensi karier lainnya atau bahkan orang tua yang terlalu berekspektasi yang terlalu tinggi hingga membuat anak tertekan.

Pada realitanya, beberapa orang tua masih menerapkan pengasuhan secara otoriter (Humaini & Safitri, 2021), sehingga mengharuskan anak tunduk dan mengikuti apa saja yang diinginkan orang tua termasuk dengan karier. Selain itu, *helicopter parenting* juga terlihat jelas dalam budaya di Asia dan membuat orang tua berekspektasi yang tinggi pada Generasi Z (Parry, 2020). Adanya ekspektasi tinggi termasuk terkait karier akan memunculkan dampak negatif pada anak. Hal tersebut dijelaskan dalam Sawitri dan Hadiyati (2020) yang menyebutkan dampak negatif dari *helicopter parenting* adalah permasalahan kesejahteraan individu, kegagalan penyesuaian diri, performa selama studi yang kurang baik dan ketrampilan sosial yang kurang.

3. Ekspektasi Karier

Generasi Z yang akan atau telah memasuki dunia kerja memiliki ekspektasi untuk memiliki jadwal kantor yang fleksibel (Rachmawati, 2019) dan memiliki keseimbangan dalam kehidupan dan pekerjaan (Barhate & Dirani, 2022). Bohdziewicz (2016) juga menjelaskan bahwa karyawan generasi baru atau generasi Z memiliki harapan bahwa organisasi akan memfasilitasi terkait keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan. Akan tetapi, meskipun keseimbangan menjadi harapan Generasi Z, pada realitanya belum banyak perusahaan yang mengerti dan

telah menerapkan konsep keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan (Sánchez-Hernández dkk., 2019).

Selain terkait dengan keseimbangan, Generasi Z di Indonesia juga menginginkan dan mengharapkan budaya organisasi yang sesuai. Generasi Z di Indonesia membutuhkan budaya kerja yang memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi dan meningkatkan pengetahuan mereka di bidang teknologi. Berdasarkan hasil survey, didapatkan 60% menginginkan pekerjaan yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam pengembangan teknologi dan 41% percaya bahwa pekerjaan mereka harus dapat memberi mereka keterampilan dan pengalaman baru di tempat kerja (Hinduan dkk., 2020).

Generasi Z juga berekspektasi memiliki stabilitas terkait dengan pekerjaan. Misalnya dengan adanya dana pensiun (Maloni dkk., 2019) dan gaji yang tinggi meskipun harus berpindah kota maupun negara untuk mendapatkan pendapatan yang layak (Dwidienawati & Gandasari, 2018). Menurut survey, didapatkan hasil bahwa 70% individu di beberapa wilayah di Indonesia belum memiliki dana pensiun dan ada beberapa diantaranya yang merasa dana tersebut tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya (Kumparan, 2020). Hal tersebut berarti adanya dana pensiun juga belum menjamin adanya stabilitas kehidupan individu. Selain itu tidak semua jenis pekerjaan juga memiliki gaji yang tinggi dan beberapa diantaranya mendapatkan gaji dibawah UMR (Sulistyowati, 2012). Berdasarkan paparan tersebut berarti, Generasi Z harus siap menghadapi tantangan dalam pencarian pekerjaan atau karier yang sesuai dengan harapan gaji yang diinginkan.

4. Generasi Z dan Persaingan Global

Revolusi industri 4.0 dan 5.0 menitikberatkan pada proses otomatisasi dan digitalisasi semua aspek kehidupan individu (Hasibuan, 2022). Adanya revolusi industri ini bukan hanya memberikan dampak positif seperti munculnya peluang akan tetapi juga memberikan tantangan bagi individu. Adanya berbagai kemajuan teknologi maupun pengetahuan yang memicu revolusi industri juga memiliki implikasi pada semakin tingginya kompetensi yang harus dimiliki oleh individu terutama Generasi Z. Kompetensi yang memadai harus dimiliki oleh Generasi Z karena saat ini pekerja dari luar negeri lebih mudah masuk ke Indonesia sehingga persaingan karier bukan hanya dalam negara, akan tetapi juga antar negara. Semakin mudahnya masuk pekerja dari luar negeri ini terjadi semenjak tahun 2020 saat adanya pengesahan UU cipta kerja (Idris, 2020).

Kompetensi-kompetensi yang diperlukan dalam era industri 4.0 dan tantangan global, diantaranya: pemecahan masalah yang kompleks, kecerdasan emosional, berpikir kritis, berkoordinasi dengan orang lain,

kreativitas, manajemen manusia, penilaian dan pengambilan keputusan, negoisasi, berorientasi *service*, dan fleksibilitas kognitif (Asriandi & Putri, 2020). Namun demikian ternyata ditemukan Generasi Z di salah satu wilayah Indonesia yaitu Makassar yang memiliki kompetensi-kompetensi pada kategori cukup, kurang dan sangat kurang, diantaranya terdapat pada komponen pemecahan masalah sebanyak 27%, kecerdasan emosional sebanyak 16%, berpikir kritis sebanyak 21%, koordinasi dengan orang lain sebanyak 18%, kreativitas sebanyak 31%, manajemen manusia sebanyak 36%, penilaian dan pengambilan keputusan sebanyak 34%, negoisasi sebanyak 31%, berorientasi *service* sebanyak 27%, dan fleksibilitas kognitif sebanyak 33% (Asriandi & Putri, 2020).

Strategi Pembentukan Generasi Z yang Unggul

Banyaknya masalah dan tantangan peryang dihadapi Generasi Z membuat perlu merencanakan beberapa strategi untuk menghadapi dan mengatasi tantangan tersebut. Berikut beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi tantangan perkembangan karier, yaitu:

1. Pendidikan Karakter untuk Generasi Z

Akrabnya Generasi Z dengan media sosial memiliki negatif. Generasi Z menjadi lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan gadget, menjadi konsumtif, individualis, serta ingin mendapatkan segala sesuatu dengan instan (Juwita dkk., 2015). Dampak negatif tersebut dapat diatasi dengan menerapkan pendidikan karakter. Pendidikan karakter merupakan pendidikan yang diselenggarakan dengan menyeimbangkan antar ilmu pengetahuan dan teknologi dengan ilmu agama, sehingga Generasi Z dapat menggunakan media sosial dengan bijak dan bertindak sesuai potensi dan kesadarannya (Fitriyani, 2018). Pendidikan karakter dapat menjadi usaha untuk mewujudkan SDM unggul yang berkarakter sesuai dengan nilai-nilai budaya Indonesia.

2. Menyelenggarakan Bimbingan dan Pelatihan Perencanaan Karier

Kematangan karier merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam mewujudkan Generasi Z untuk menjadi SDM yang unggul. Kematangan karier membuat individu lebih siap dalam menghadapi dunia kerja. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kematangan karier Generasi Z adalah dengan menyelenggarakan bimbingan dan pelatihan perencanaan karier. Pelatihan dapat dilakukan dengan menyediakan modul berbasis multimedia interaktif (Leksana, 2015). Pelatihan dan bimbingan perencanaan karier tersebut terbukti dapat meningkatkan kematangan karier (Ghassani dkk., 2020).

3. Mengupayakan Kongruensi Karir dengan Orang Tua dalam Pengambilan Keputusan Karier Generasi Z

Menjadi permasalahan apabila Generasi Z memiliki referensi dan ekspektasi karier yang berbeda dengan orang tuanya. Hal ini akan berpengaruh pada perkembangan dan pencapaian karier Generasi Z. Hasil penelitian Candra dan Sawitri (2018) menyatakan bahwa kongruensi karier remaja dan orangtua berkontribusi terhadap kematangan karier remaja. Kematangan karier ini membuat Generasi Z mampu membuat perencanaan karier, memiliki keyakinan dalam mengambil keputusan karier, serta berkomitmen terhadap pilihan kariernya. Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keselarasan terkait karier antara orang tua dan Generasi Z adalah aplikasi literasi pengambilan keputusan karier berbasis internet (Literasi i-Karier) (Rahmani & Hastjarjo, 2022). Pentingnya kongruensi karier dalam mendukung keyakinan remaja dalam mencari pekerjaan juga digarisbawahi dalam penelitian Sawitri dan Creed (2021). Literasi i-Karier didesain untuk menginformasikan kepada orangtua terkait pengambilan keputusan karier remaja serta untuk meningkatkan kesadaran bahwa orang tua memiliki peran yang penting dalam mendukung perkembangan karier remaja. Aplikasi i-Karier ini telah terbukti dapat meningkatkan dukungan orangtua terkait pengambilan keputusan karier.

4. Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Indonesia

Kemendikbud telah melaksanakan beberapa program sebagai upaya pembangunan SDM menuju Indonesia maju (Kemendikbud, 2020b). Upaya-upaya tersebut antara lain melakukan pembelajaran dari rumah diiringi berbagai relaksasi untuk memastikan kondisi pelajar sehat secara fisik dan mental, menyediakan akses internet untuk pembelajaran, mengalokasikan dana untuk beasiswa, memberikan bantuan peralatan teknologi, dan menyelenggarakan berbagai program transformasi guru dan tenaga kependidikan. Pendidikan yang berkualitas akan memungkinkan kompetensi Generasi Z di Indonesia semakin baik sehingga mampu berkompetisi dalam persaingan global.

5. Mengidentifikasi Karakteristik Generasi Z dalam Bekerja

Kesesuaian karakteristik Generasi Z dengan lingkungan atau tempat kerja dapat membuat Generasi Z lebih nyaman dalam bekerja dan mencapai rencana kariernya. Generasi Z lebih menginginkan tempat kerja yang dimana mereka dapat memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerjanya serta dapat saling membantu (Wardono & Hanifah, 2020). Hal ini dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam merancang *setting* kantor atau tempat bekerja.

Penutup

Generasi Z memiliki potensi yang besar untuk menjadi SDM unggul untuk mewujudkan Indonesia maju. Karakteristik utama yang dimiliki yaitu

telah bersandingnya Generasi Z dengan teknologi digital semenjak kecil dan hal tersebut merupakan keunggulan tersendiri dari Generasi Z. Tahun kelahiran Generasi Z yaitu antara pertengahan 1990an sampai dengan tahun 2012, menunjukkan bahwa sebagian Generasi Z sedang menempuh pendidikan dan sebagian lain telah bekerja. Terdapat beberapa tantangan perkembangan karier Generasi Z, diantaranya terkait dengan media sosial dan kematangan karier, perencanaan karier dan pengaruh orang tua, ekspekasi karier, dan persaingan global. Dengan adanya bebagai tantangan yang ada maka perlu adanya strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan tersebut demi terciptanya SDM yang unggul. Strategi tersebut diantaranya dengan memberikan pendidikan karakter untuk Generasi Z, menyelenggarakan bimbingan dan pelatihan perencanaan karier, meningkatkan dukungan orang tua dalam pengambilan keputusan karir, meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, dan mengidektifikasi karakteristik Generasi Z dalam bekerja. Dengan adanya gambaran perkembangan karier Generasi Z serta tantangan dan strategi yang dipaparkan harapannya Generasi Z bisa menjadi generasi yang unggul untuk Indonesia yang lebih maju.

Daftar Pustaka

- Aisyi, M. R., Nugrahawati, E. N., & Dwarawati, D. (2016). Hubungan antara keterlibatan orangtua dengan career aspiration pada generasi z di Kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 208–213. <https://doi.org/10.29313/.v0i0.28279>
- Asriandi, & Putri, K. N. (2020). Kompetensi generasi z dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 (studi kasus perguruan tinggi di makassar). *Journal of Management & Business*, 3(3), 184–200.
- Atika, Kholifah, N., Nurrohmah, S., & Purwiningsih, R. (2020). Eksistensi motif batik klasik pada generasi z. *Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 8(2), 141–144. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/teknobuga/index>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Usia produktif di Indonesia*. www.bps.go.id.
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of generation z: A systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1), 139–157. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Bencsik, A., Juhász, T., & Horváth-Csikós, G. (2016). Y and z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y In generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218–229. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>

- Bohdziewicz, P. (2016). Career anchors of representatives of generation z: Some conclusions for managing the younger generation of employees. *Human Resource Management*, 6(113), 57–74.
- Candra, M. F., & Sawitri, D. R. (2018). Hubungan kongruensi karir dengan orang tua dan kematangan karir pada siswa kelas xi smk negeri 7 semarang. *Empati*, 6(4), 112–118.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.
- Della, E., Soesilo, T. D., & Windrawanto, Y. (2018). Hubungan motivasi belajar dengan kematangan karir siswa xi teknik audio vidio SMK Negeri 2 Salatiga. *Indonesian Journal of Educational Research and Review*, 1(3). <https://doi.org/10.23887/ijerr.v1i3.16357>
- Dwidienawati, D., & Gandasari, D. (2018). Understanding Indonesia's generation z. *International Journal of Engineering & Technology*, 7, 250–252.
- Fitriyani, P. (2018). Pendidikan karakter bagi generasi z. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 7 Knappptma*, 7(Maret), 307–314.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10.
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a new human-centered society. *Japan Spotlight*, 47–50.
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>
- Gentina, E. (2020). Generation z in Asia: A research agenda. In E. Gentina & E. Parry (Eds.), *What the experts tell us about South East Asia: Dynamics, differences, digitalization* (pp. 3–19). <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-220-820201002>
- Ghassani, M., Ni'matuzahroh, N., & Anwar, Z. (2020). Meningkatkan kematangan karir siswa smp melalui pelatihan perencanaan karir. *Jurnal Intervensi Psikologi (JIP)*, 12(2), 123–138. <https://doi.org/10.20885/intervensipsikologi.vol12.iss2.art5>
- Hanafi, M. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap motivasi belajar mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Jom Fisip*, 3(2), 1–12. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/11318>
- Hasibuan, N. A. (2022). Strategi pengembangan kualitas sumber daya manusia (sdm) generasi milenial dan generasi z dalam menghadapi persaingan global era 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1, 31–36.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi manusia pada generasi z di indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*,

- 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Hinduan, Z. R., Anggreani, A., & Agia, M. I. (2020). Generasi z di indonesia: The self-driven digital. In E. Gentina & E. Parry (Eds.), *What the experts tell us about South East Asia: Dynamics, differences, digitalization* (pp. 117–130). <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-220-820201002>
- Humaini, F., & Safitri, A. (2021). Hubungan gaya pengasuhan orang tua dengan prestasi belajar anak. *Syams : Jurnal Studi Keislaman*, 2(2), 124–137.
- Idris, M. (2020, Oktober 6). *Uu cipta kerja disahkan, tenaga kerja asing makin mudah masuk RI*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/10/06/143238626/uu-cipta-kerja-disahkan-tenaga-kerja-asing-makin-mudah-masuk-ri?page=all>
- Jatmika, D., & Linda. (2015). Gambaran kematangan karir pada mahasiswa tingkat akhir. *Psibernetika*, 8(2), 185–203.
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. (2015). Peran media sosial terhadap gaya hidup siswa. *Sosietas*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v5i1.1513>
- Kantar Sea Insights. (2017). *8 Ways to engage gen Z consumers*.
- Kemendikbud. (2020a). Kemendikbud terus upayakan pembangunan sdm menuju Indonesia maju. *Dikti.kemendikbud.go.id*. <https://dikti.kemendikbud.go.id/kabar-dikti/kabar/kemendikbud-terus-upayakan-pembangunan-sdm-menuju-indonesia-maju/>
- Kemenpanrb. (2022). Visi dan misi presiden dan wakil presiden republik indonesia. *Menpan.go.id*. <https://www.menpan.go.id/site/tentang-kami/tentang-kami/visi-misi-presiden-dan-wakil-presiden-ri>
- Kementerian Sekretariat Negara RI. (2019, Oktober 21). Sdm unggul menjadi prioritas utama Jokowi. *Setneg.go.id*. https://www.setneg.go.id/baca/index/sdm_unggul_menjadi_prioritas_utama_jokowi
- Kumparan. (2020). 70 persen orang indonesia tak punya dana pensiun, terancam merana saat lansia. *Kumparan*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/70-persen-orang-indonesia-tak-punya-dana-pensiun-terancam-merana-saat-lansia-1tySrtbTbsO/full>
- Kyrousi, A. G., Tzoumaka, E., & Leivadi, S. (2022). Business employability for late millennials: exploring the perceptions of generation Z students and generation X faculty. *Management Research Review*, 45(5), 664–683. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2021-0328>
- Leksana, D. M. (2015). Pengembangan modul bimbingan karir berbasis multimedia interaktif untuk meningkatkan kematangan karir siswa. *Akademika*, 9(2), 290–298. <https://doi.org/10.30736/akademika.v9i2.69>

- Lukum, A. (2019). Pendidikan 4.0 di era generasi z: Tantangan dan solusinya. *Pros. Semnas KPK*, 2, 1-3.
- 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(1), 139-157. <https://doi.org/10.1002/job>
- Maloni, M., Hiatt, S., & Campbell, S. (2019). Understanding the work values of gen z business students. *The International Journal of Management Education*, 17(3), 1-13.
- McCrindle. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generation*. McCrindle Research.
- Nafira, S., & Sari, T. D. (2021). Strategi pengembangan kualitas sdm “generasi millennial & generasi z” dalam menghadapi persaingan global era 5.0. *Prosiding Seminar Manajemen S1*, 1(1), 22-25.
- Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhillah, N., & Rahmi, N. (2022). The intention of generation z to apply for a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218-247. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i3.16493>
- Parry, E. (2020). Generation z in asia: Patterns and predictions. In E. Gentina & E. Parry (Eds.), *What the experts tell us about South East Asia: Dynamics, differences, digitalization* (pp. 195-200). <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-220-820201021>
- Permana, I. K. (2021). Peran generasi z untuk bela negara serta pemahaman pancasila dalam berbangsa dan bernegara. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Studi Media*, 6(2), 160-167.
- Primasari, A., & Yuniarti, K. W. (2012). What make teenagers happy? An exploratory study using indigenous psychology approach. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 1(2), 53-61.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Putri, S. A. P. (2012). Karir dan pekerjaan di masa dewasa awal dan dewasa madya. *Ilmiah Informatika*, 3(3), 193-212. 81-Article Text-123-1-10-20161115.pdf
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming gen z in Job Wolrd (selamat datang generasi z di dunia kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network*, 21-24.
- Rahmani, Z., & Hastjarjo, T. D. (2022). Internet-based i-karier literacy to increase parental support in adolescents ' career decision -making [literasi i-karier berbasis internet untuk meningkatkan dukungan orang tua dalam pengambilan keputusan karir remaja]. *Anima Indonesia Psychological Journal*, 37(1), 105-144.
- Sánchez-Hernández, I. M., González-López, Ó. R., Buenadicha-Mateos, M., &

- Tato-Jiménez, J. L. (2019). Work-life balance in great companies and pending issues for engaging new generations at work. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 1–18. <https://doi.org/10.3390/ijerph16245122>
- Sawitri, D. R., & Creed, P. A. (2021). Adolescent-parent career congruence as a predictor of job search preparatory behavior: The role of proactivity. *Journal of Career Development*, 49, 60 - 75.
- Sawitri, D. R., & Hadiyati, F. N.R. (2020). Helicopter parenting dan dampak psikologisnya bagi mahasiswa. In *Dinamika keluarga & komunitas dalam menyambut society 5.0* (pp. 48–58). Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Sulistiyowati, A. (2012, Maret 5). Honor huru honorer kecil, tetapi peminatnya banyak. *Kompas.com*. <https://edukasi.kompas.com/read/2012/03/05/18171632/honor.guru.honorer.kecil.tetapi.peminatnya.banyak?page=all>
- Super, D. E., & Jordaan, P. (1973). Career development theory. *British Journal of Guidance & Counselling*, 1(1), 3–16. <https://doi.org/10.1080/03069887308259333>
- Tirto Media Research. (2017, Agustus 2). Kelahiran generasi Z, Kematian media cetak. *Tirto.id*. <https://tirto.id/kelahiran-generasi-z-kematian-media-cetak-ctLa>
- Wardono, P., & Hanifah. (2020). Faktor, identifikasi perilaku, pembentuk kerja, pencari di, generasi z. *Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 628–642.



Prof. Dian Ratna Sawitri, S.Psi., M.Si., Ph.D adalah dosen di Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro (2002 – sekarang). Lulusan pertama dari Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran UNDIP (1996 – 2000) ini menempuh studi S2 di Program Magister Sains Fakultas Psikologi Universitas Indonesia (2006 – 2008), dan studi S3 di School of Applied Psychology, Griffith University, Australia (2010 – 2013). Ia merupakan ketua pusat studi Center for Career and Capacity Development Studies (CAREERS) dengan peminatan riset di bidang perkembangan karier remaja



Dr. phil. Dian Veronika Sakti Kaloeti, M.Psi., Psikolog adalah dosen di Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Penulis menyelesaikan studi S3 tahun 2016 dengan bidang ilmu Psikologi Klinis Rehabilitasi di University of Leipzig, Germany. Studi S1 dan S2 diselesaikan di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Semenjak 2008, penulis merupakan dosen Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Penulis memiliki ketertarikan pada tema riset resiliensi pada populasi rentan, psikologi penjara, interaksi manusia-teknologi. Penulis dapat dihubungi dvs.kaloeti@live.undip.ac.id



Dr. Dinie Ratri Desiningrum, S.Psi, M.Si, adalah Dosen Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro bidang Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, sejak Tahun 2005 hingga sekarang. Penulis lahir di Cimahi, tanggal 25 Desember 1978. Penulis menamatkan studi S-1 Psikologi di Universitas Padjadjaran pada tahun 2003, S-2 Magister Sains Psikologi di Universitas Padjadjaran pada tahun 2010, dan S-3 pada Program Doktor Psikologi di Universitas Airlangga tahun 2021. Bidang ilmu yang ditekuninya adalah Psikogerontologi, Pengasuhan Positif dan Psikologi Anak Berkebutuhan Khusus. Penulis telah mempublikasikan beberapa artikel, pada jurnal internasional bereputasi, seperti *Enfermeria Clinica*, *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, dan *The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples and Families*. Serta publikasi pada prosiding internasional bereputasi, seperti *AIP Conference Proceedings* dan *International Atlantis Proceeding*. Selain itu, penulis mempublikasikan artikel hasil penelitian pada jurnal nasional terakreditasi, diantaranya Jurnal



PENERBIT FAKULTAS PSIKOLOGI UNDIP
JL. PROF. SOEDARTO, S.H., TEMBALANG
KOTA SEMARANG, JAWA TENGAH
TELP. (024) 7460051 FAX. (024) 76405530
EMAIL: psikologi@live.undip.ac.id