

Prinsip *Character of A Leader* pada Generasi Z

Shanty Komalasari¹, Ceria Hermina², Abdi Muhaimin³, Muhammad Ahfadz Alarabi⁴, M. Rizky Apriliadi⁵, Nabila Putri Rayyan Rabbani⁶, Nur Jay Dimas Mokodompit⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Universitas Islam Antasari Banjarmasin, Indonesia

¹shantykomalasari@uin-antasari.ac.id

Article History:

Received

19/04/2022

Revised

01/06/2022.

Accepted

04/06/2022

Published

20/06/2022

Abstrak. Tujuan penyusunan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui prinsip *Character of The Leader* yang sesuai untuk Generasi Z. Generasi Z sejak muda telah mengalami masa kanak-kanak di lingkungan yang serba mekanis, mereka akrab dengan kemajuan dan memiliki keakraban dengan perangkat saat ini yang secara tidak langsung mempengaruhi kepribadian mereka, baik secara skolastik maupun sosial. Generasi Z saat ini menguasai inovasi dan data, mereka juga luar biasa dalam membangun hubungan intrapersonal dan relasional. Metode yang digunakan penulis adalah studi literatur melalui buku, jurnal, dan berita online. Karya tulis ilmiah ini memberikan garis besar tentang prinsip *Character of Leader* yang sesuai untuk Generasi Z.

Kata kunci: Pemimpin, *Character*, Generasi Z



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Ada banyak pendapat tentang pembagian tiap generasi dan tahun dimulainya generasi. Menurut Mannheim (1952) (dalam Putra, 2016), generasi merupakan perkembangan sosial dimana terdapat suatu perkumpulan yang memiliki kesamaan usia dan wawasan. Selain itu, Mannheim menambahkan kekhasan generasi ialah salah satu faktor fundamental penambah awal dari unsur-unsur kemajuan yang dicatat. Sementara itu, seperti yang ditunjukkan oleh Nobel dan Schewe, (2003) dan Twenge, (2000) (dalam Putra, 2016), Generasi adalah kumpulan orang-orang yang terpengaruh oleh peristiwa-peristiwa yang direkam dan kekhasan sosial yang terjadi dan memiliki pengetahuan tentang periode kehidupan mereka ini. Dalam sumber yang sama Dencker dkk. (2008) menambahkan bahwa kejadian ini mengarah pada susunan ingatan minor yang mempengaruhi kehidupan mereka.

Graeme Codrington & Sue Grant Marshall, Penguin, (2004) menghipotesiskan teori Generasi bahwa ada lima usia manusia berdasarkan tanggal lahir. Secara khusus, generasi baby boomer yang lahir antara tahun 1946 dan 1964. Generasi X, lahir tahun 1965-1980. Lahir antara tahun 1981 hingga 1995, Generasi Y sering disebut sebagai generasi millennial. Generasi Z (juga dikenal sebagai iGeneration, GenerasiNet, generasi Internet) lahir antara tahun 1996 dan 2010.

Generasi terakhir Alpha, lahir antara 2011 dan 2025. Ada peningkatan karakter yang berbeda pada generasi ke-5.

Demografi angkatan kerja saat ini terdiri dari Generasi X (umur 57-42), Generasi Y/Milenial (umur 41-26) dan Generasi Z (umur 25-15). Menjamin bagaimana 3 usia unik dapat berfungsi dalam satu iklim otoritas menimbulkan tantangan baru bagi dewan perusahaan untuk menjaga keharmonisan dalam perusahaan. Business 2 Community, Darleen DeRosa (2018) mengungkapkan bahwa semakin cepat organisasi mulai berencana untuk mengawasi Generasi Z, semakin baik posisi mereka untuk memulai rivalitas di dunia industri yang sangat agresif. Selanjutnya, pemimpin yang berwibawa benar-benar harus mengetahui cara berperilaku dan kecenderungan Generasi Z ini. Setelah memahami cara berperilaku dan kecenderungan Generasi Z, penting juga untuk mengetahui unsur-unsur yang meningkatkan kinerja mereka. Eksekusi pekerja adalah pekerjaan yang diselesaikan oleh seorang wakil yang diperkirakan secara kualitatif dan subjektif dalam melakukan pekerjaannya sesuai dengan kewajiban yang diberikan kepadanya (Robbins, 2006).

Generasi Z (1996-2010) yang kini berusia 26-15 mulai memasuki dunia kerja. Catatan Badan Pusat Statistik per Agustus 2021, bahwa lebih dari 4.676.824 jiwa berusia 15-19 tahun dan 12.055.519 jiwa berusia 20-24 tahun yang bekerja. Kedua rentang usia tersebut menggabungkan Generasi Z dan jumlah itu akan terus bertambah mulai sekarang. Membahas lingkungan kerja, pengamatan Bencsik dan Machova (2016) menyebutkan bahwa Generasi Z mempunyai atribut-atribut yang sangat unik dalam kaitannya dengan generasi sebelumnya. Usia ini suka bekerja sama dalam mengurus bisnis (Ferri-Reed, 2010), mudah beradaptasi (Renfro, 2012), menerima tantangan dan bersemangat meraih pencapaian (Grafton, 2011), dan suka menyelidiki pendekatan yang lebih baik untuk mengurus bisnis. sebuah masalah (Wiedmer, 2015).

Bagi Generasi Z profesi adalah untuk mengumpulkan beberapa pekerjaan yang setara, mungkin mereka mempunyai beberapa posisi secara bersamaan. Generasi Z juga menikmati pekerjaan di kantor, tetapi mereka menyukai desain kantor yang dapat disesuaikan. Era ini benar-benar melibatkan inovasi dalam bekerja baik dalam membuat catatan, basis informasi, melibatkan web untuk penelitian, sekitar 24 jam/7 hari. Dari segi *maintenance*, Generasi Z akan bertahan cukup lama dalam pergaulan dengan asumsi mereka memiliki hubungan individu. Untuk urusan pekerjaan, Generasi Z membutuhkan pembinaan dari atasan atau senior. Begitu juga membutuhkan inspirasi dalam hidupnya sendiri. Sejauh pakaian biasa untuk bekerja, mereka menyukai apa yang mereka rasa baik-baik saja (Gaidhani, dkk, 2019).

Dolot, A (2018) mengulas pada 1162 responden Gen Z yang mengatakan bahwa Gen Z membutuhkan kritik yang unggul tentang konsekuensi dari pekerjaan mereka. Apalagi, penemuan-penemuan baru adalah habitat reguler mereka. Soal mobilitas, mereka tertarik pergi ke luar negeri untuk urusan bisnis, tapi tidak terus bekerja di sana. Meskipun mereka dikatakan efektif dalam berganti pekerjaan, penelitian menunjukkan bahwa mereka lebih suka dipekerjakan oleh majikan lebih lama (bahkan jika mereka mengingatnya) karena pekerjaan itu harus bermakna bagi mereka. Keberhasilan profesional yang cepat sangat penting bagi Generasi Z, yang mandiri dan kompeten.

Inilah salah satu kesulitan bagi seorang pemimpin dalam era ini, pemimpin harus memiliki opsi untuk membuat bawahannya dapat berfungsi secara bersama-sama untuk mencapai tujuan perusahaan. Pemimpin harus terbiasa dengan karakter yang berbeda dari setiap zaman untuk membatasi pertarungan pertikaian yang akan terjadi, gaya kepemimpinan yang sesuai akan mengefektifkan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Gaya kepemimpinan adalah contoh perilaku dan teknik yang dianut oleh pemimpin yang terlihat atau tidak terdeteksi oleh orang lain. Menurut Thoha, gaya otoritas adalah perilaku atau siasat yang dipilih yang digunakan oleh pemimpin dalam mempengaruhi kontemplasi, sentimen, karakter, dan sikap individu dari asosiasi atau bawahannya (Fajrin dan Susilo, 2018). Seperti yang ditunjukkan oleh Mulyasa (2004), otoritas dicirikan sebagai tindakan untuk mendorong orang lain agar mencapai tujuan hierarkis. Berbedanya standar Generasi Z adalah adanya kontras dalam contoh otoritas atau perspektif pada generasi sebelumnya, sehingga memiliki perspektif yang beragam. Contoh: generasi milenial/z lebih mementingkan perannya dalam pencitraan dan reputasi, sedangkan generasi terdahulu identik dengan nilai, etika, dan budaya.

Dunia modern yang ada saat ini telah memasuki tahap lain yang diberi nama industri 4.0 (Lasi dan Kemper, 2014). Penamaan dimulai dari waktu awal pada tahun 2011 sebagai awal dari kebangkitan ide modern lainnya (Roblek Roblek, Meško, and Krapež, 2016). Ide lain yang muncul di industri 4.0 adalah bagian inovasi selanjutnya, web untuk setiap sudut pandang. Oleh karena itu, pekerjaan manusia akan lebih cepat dan efektif dengan bantuan inovasi serta web. Tidak hanya berdampak positif Jelas, provokasi baru juga muncul karena pemanfaatan inovasi dan inovasi web di industri 4.0.

Rivalitas yang terjadi di era modern ini tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Kesederhanaan data perdagangan melalui web menjadikan bisnis ini setara yang berada di luar kota dan, yang mengejutkan, di luar negeri bisa menjadi pesaing. Keunikan ini yang disebut Joiner dengan ekonomi dunia yang menggelora, di mana setiap industri di planet ini ternyata menjadi

penting untuk bahaya (Joiner dan Josephs, 2007). Issues kompleks karena bahaya baru tidak akan habis dan lebih sulit untuk perkembangan yang diantisipasi. Spesialis yang berbeda merekomendasikan bahwa penalaran yang cekatan dapat menjadi prosedur benar-benar dimanfaatkan dalam mengelola isu-isu industri 4.0.

Dewasa ini, dalam periode globalisasi ada sesuatu yang lain dan lebih banyak kesulitan di masing-masing pihak. Baik dalam ranah pekerjaan, kehidupan sehari-hari atau alam semesta pendidikan. Kehadiran seorang cikal bakal dalam perkumpulan atau individu diharapkan dapat membawa perkumpulan atau individu tersebut pada tujuan yang telah ditetapkan. Gaya inisiatif yang berbeda akan menaungi cara berperilaku seorang cikal bakal dalam menjalankan kewajibannya. Juga sangat sedikit literatur ilmiah yang melakukan kajian ilmiah untuk generasi Z khususnya dalam disiplin ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia.

Melihat gejala tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian terkait dengan karakter pemimpin untuk Generasi Z dan melalui karya tulis ilmiah ini, penulis ingin memberikan gambaran yang wajar tentang prinsip *Character of The Leader* dari perspektif Generasi Z.

Metode

Metode yang digunakan penulis adalah studi literatur melalui buku, jurnal, dan berita online. Studi literatur adalah kajian yang diarahkan oleh para peneliti dengan menggabungkan berbagai buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian (Danial dan Warsiah, 2009). Karya tulis ilmiah ini memberikan garis besar tentang prinsip *Character of The Leader* yang sesuai untuk Generasi Z. Sekaligus memberikan garis besar pekerjaan dari para pemimpin Generasi Z sebagai generasi yang penuh inovasi dan penerus negara untuk memiliki pilihan untuk bertanggung jawab untuk bersiap-siap untuk apa yang akan datang masa depan dengan bertindak tegas untuk membuat generasi yang cemerlang. Adapun mengenai bahan literatur, penulis membatasi dari tahun 2010 hingga tahun 2018 terkait konsep kepemimpinan bagi Gen Z.

Menurut Krippendorff, analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang valid dan dapat diteliti ulang dari data berdasarkan konteksnya. Berdasarkan uraian tersebut, definisi mengenai analisis isi dapat dibagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah definisi yang mengandung pengertian analisis isi sebagai analisis “isi”, atau disebut juga sebagai analisis isi deskriptif. Sedangkan kelompok kedua adalah definisi yang memuat pengertian analisis isi sebagai analisis “makna” yang mensyaratkan pembuatan inferensi sehingga disebut analisis isi inferensial (Prastowo, 2016) .

Hasil dan Diskusi

Menurut Kupperschmidt makna Generasi adalah individu yang berkumpul dengan tahun kelahiran yang sama, periode (waktu) dan kejadian-kejadian yang dicatat dalam tahap dasar perbaikan (Dries, dkk, 2008). Empat usia khususnya Tradisionalis, Baby Boomers, Generasi X dan Generasi Y adalah isu yang menarik dari satu tahun ke tahun lainnya di pemeriksaan yang berbeda, termasuk manajemen, psikologi, dan HR (Padgett, Gossett, Mayer, Chien, dan Turner, 2017)

Berikut adalah tabel pengelompokan generasi menurut beberapa pakar:

Tabel 1.
 Pengelompokan Generasi

Sumber	Generasi					
Bencsik, Csikos, Juhaz, 2016	Veteran Generation 1925 - 1946	Baby Boom Generation 1946 - 1960	X Generation 1960 - 1980	Y Generation 1980 - 1995	Z Generation 1995 -2010	Alfa Generation 2010 +
Consultancy. uk dalam Cilliers, 2017	The Traditionalist 1928 - 1944	The Baby Boomer Generation 1945 - 1965	Generation X 1965 - 1979	Generation Y 1980 - 1995	Generation Z 1995 +	
Oblinger & Oblinger (2005) dalam Putra, 2016	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	GenY/ NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995-present)	

Generasi Z ialah kelahiran tahun 1996-2010. Jika Generasi Millennial adalah generasi dimana terjadinya masa transisi digital, maka Generasi Z adalah generasi digital murni. Sejak muda mereka tumbuh dalam iklim serba komputerisasi, mereka tahu tentang inovasi dan tahu tentang alat-alat modern yang secara tidak langsung mempengaruhi karakter mereka, baik secara akademis maupun relasional. Menurut Joseph Coombs (2013) Gen Z identik dengan teknologi, tetapi mereka tidak mempunyai keterampilan dalam penyelesaian suatu masalah, melihat situasi, meletakkan dalam konteks, kajian dan kesimpulan. Mereka juga tampaknya cenderung kurang menetapkan dan berkontribusi dalam relasi dekat mereka ketimbang generasi sebelumnya (Institute for emerging issues, 2015).

Institute for Emerging Issues (2012) memimpin penelitian dalam Singh dan Dangmei (2016), menuturkan bahwa Generasi Z adalah Generasi yang amat luar biasa serta Generasi yang

berbeda dan inovatif. Generasi ini mempunyai pendekatan yang santai, individual dan sangat lurus dalam menyampaikan dan hiburan online dalam aktivitas mereka. Mereka hanyalah Generasi Do-It-Yourself. Dalam ulasan yang dipimpin oleh Dan Schawbel (2014), Generasi Z secara umum akan lebih giat, dapat diandalkan, berpikiran terbuka, dan kurang terbuju oleh uang tunai dari pada Generasi sebelumnya. Mereka lebih masuk akal tentang asumsi pekerjaan mereka dan lebih yakin tentang apa yang akan datang. Untuk sementara, berdasarkan penemuan Generational White Paper (2011), secara umum Generasi Z akan lebih cemas, saat ketiadaan persetujuan, kurang agresif dibandingkan usia sebelumnya, memiliki kurangnya kemampuan untuk berkonsentrasi secara konsisten campur aduk dengan sifat adiktif yang tinggi pada inovasi dan kapasitas rendah untuk fokus, individualistis, otonom, sangat intens, serakah, materialistis dan merasa paling berhak.

Salah satu siklus penting dalam setiap asosiasi adalah inisiatif, karena administrasi memutuskan hasil dari sebuah asosiasi. Pace dan Faules (1998) mengatakan bahwa otoritas ditunjukkan oleh pekerjaan atau teknik kerja yang tetap atau dapat diprediksi, di mana para eksekutif memiliki tujuan untuk membantu orang-orang dengan tetap bersemangat dan bahkan memajukan inspirasi mereka. Gaya kerja ini menggabungkan semua yang diungkapkan dan dicapai untuk perwakilan yang berbeda sehingga ide ini menunjukkan bahwa ada perpaduan bahasa dan aktivitas dalam contoh yang cerdas. Di antara gaya administrasi, telah diputuskan bahwa Gen Z secara umum akan lebih mudah menerima gaya otoritas yang inovatif (Green, 2018).

Tiap generasi membutuhkan pemimpin dan kepemimpinan. Secara eksplisit untuk Menjadi pemimpin untuk Generasi Z harus memiliki kualitas sebagai berikut:

Siap menjadi contoh yang baik dan layak

Pemimpin yang dibutuhkan tenaga kerja Generasi Z harus mampu berafiliasi dengan mereka dan memotivasi mereka untuk mencapai hal-hal hebat (Madden, 2017). Generasi Z mencari pemimpin teladan untuk ditiru melalui apa yang dilakukan mereka dan berfokus pada pemberdayaan orang lain dan membantu mereka mencapai potensi mereka. Temuan ini juga menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan dalam penelitian Soegiarto (2016), Gillespie & Mann (2000), Cavazotte (2013), dan Walumbwa & Hartnell (2011).

Menurut Limbos dan Casteel (2008), dengan asumsi seorang pemimpin telah memiliki pilihan untuk menjadi teladan bagi kerabatnya dengan cara yang berbeda, hal ini diyakini bahwa orang-orang yang dibawahnya akan mengikuti perilaku pemimpin, sehingga individu akan lebih

peduli kepada pemimpin. Hal ini dapat berefek luas, karena selain membangun individu-individu yang hebat, juga akan meningkatkan kemajuan kelangsungan hidup, dipercaya ketika seorang pemimpin menjadi teladan sejati bagi kerabatnya, maka daerah tersebut akan semakin bersemangat dalam berpegang pada pedoman dan ajakan dari otoritas publik di ingat untuk melakukan setiap program kerja pemimpin yang benar-benar membutuhkan kerjasama dinamis dari daerah itu sendiri.

Mampu membina hubungan komunikasi positif antar individu

Sebuah studi oleh Dell Innovations pada tahun 2018 menunjukkan bahwa Generasi Z amat khawatir tentang kolaborasi individu. Relasi adalah perihal yang penting untuk mereka. Penjelasan ini juga ditegaskan oleh beberapa hasil pemeriksaan sebelumnya yang merekomendasikan komunikasi itu Administrasi internal yang layak mengambil peran penting dalam pelaksanaan pekerja (Novitasari dan Setiawan, 2015; Setyoningrum, 2017).

Agar terciptanya lingkungan saling menghargai di antara semua orang di dalam industri Bovee dan Thrill (Ragusa, 2010) mencirikan korespondensi interior seumpama perdagangan data serta pemikiran dalam asosiasi. Korespondensi vertikal dan level yang terjadi antar pekerja yakni sesuatu yang vital yang dibutuhkan oleh setiap individu yang bekerja dalam organisasi. Rahmat (2016) mengungkapkan bahwa kursus latihan korespondensi dalam suatu asosiasi memainkan peran besar signifikan sebagai dorongan antara pekerja, perwakilan dan bos, jadi juga, sebaliknya antara bos dan pekerja. Kecukupan korespondensi keamanan batin membentengi kepercayaan individu organisasi bahwa mereka kelimpahan penting bagi organisasi (Argenti, 2010).

(Nathania 2014) Komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, dan komunikasi multialur mempunyai hubungan baik dengan penampilan karyawan. Komunikasi internal berarti penyampaian apresiasi kepada semua orang dalam asosiasi dengan mendapatkan dan berdiri dengan mendengarkan data dan pemikiran yang mereka ciptakan. Jelas, Gen Z suka berinovasi (Wiedmer, 2015), peran mereka akan meningkat dengan asumsi komunikasi internal dalam organisasi tempat mereka bekerja berhasil secara positif. Terakhir, eksplorasi berkelanjutan juga mendukung pemeriksaan masa lalu yang diarahkan oleh Sari dan Aryanto (2014), Atika, Fristin dan Suwandar (2017) dan Muttaqin (2017) untuk membantu mengubah otoritas dan gaya korespondensi Korespondensi internal berhubungan dengan eksekusi pekerja.

Generasi Z, yang, terlepas dari penampilan mereka dan realitas maya (Bencsik dan Machova, 2016), menemukan dalam penelitian ini bahwa komunikasi internal sangat berpengaruh dalam kinerja mereka dalam industri. Sepaham dengan Dell Technologies (2018)

dan Madden (2017) yang mengatakan bahwa Generasi Z menghargai interaksi antar individu dan relasi sangat vital bagi mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa komunikasi internal berkorelasi sangat baik dengan penampilan tenaga kerja (Levi & Slem, 1995; Lestari, 2015; Novitasari dan Setiawan, 2015; Setyoningrum & Suminar, 2017)

Tujuan organisasi yang transparan

Sebagaimana dicatat oleh Krogsgaard, Thomsen dan Andersen (2014), bahwa seorang pemimpin harus mengkomunikasikan visi asosiasi dengan transparan kepada bawahannya. Pemimpin harus focus pada kegiatan atau usaha, dan kemudian mewakili tujuan otoritatif secara langsung dengan menggunakan berbagai penanda. Pemimpin juga mendongkrak semangat tim akan kesetaraan, energi, dan rasa percaya diri di antara para pekerja Gen Z. Hasil penelitian ini juga menegaskan apa yang telah ditunjukkan oleh Claire Madden (2017) dalam buku *Hello Generation Z*, gaya ini. Inisiatif inovasi amat diperlukan oleh Generasi Z. Pekerja Generasi Z membutuhkan pemimpin yang dapat berinteraksi dan membimbing mereka menuju tujuan mereka yang hebat.

Sesuai dengan penyusunan Cutlip, dkk. (2006) bahwa komunikasi internal penting karena melaluinya para pemimpin dapat mengantarkan apa keutamaan organisasi, seperti proklamasi visi, pernyataan tujuan, laporan strategi, dan menyiapkan bahan. Pengungkapan visi menggambarkan tujuan penting dan pencapaian masa depan suatu organisasi organisasi dengan tujuan bahwa setiap pekerja dalam kesepakatan total sebagai melirik dengan cara yang sama juga. Selanjutnya adalah pernyataan tujuan yang lebih banyak eksplisit dan fungsional, di mana ia mengoordinasikan pekerja dalam memutuskan tujuan dan kebutuhan sehingga semua perwakilan sangat berdedikasi untuk mencapai tujuan utama asosiasi.

Pertama, beberapa karakter Gen Z memiliki akses yang lebih baik terhadap teknologi informasi dibandingkan pendahulunya. Media sosial adalah bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Bagi mereka internet merupakan gudang fakta dan ilmu. Apapun informasi yang mereka butuhkan, mereka mendapatkannya terutama dari internet dan media sosial. **Kedua**, Gen Z lebih ambisius dalam hal inovasi. Mereka lebih antusias membuat perusahaan dan startup. Karena itu bagian dari tantangan yang memacu adrenalinnya. **Ketiga**, Gen Z menyukai otonomi dan kemandirian. Kemandirian ini ialah kebutuhan yang berasal dari gaya hidup generasi sebelumnya yang lebih mandiri dalam berbuat sesuatu. **Keempat**, Gen Z menyukai hal-hal yang instan dan praktis. Mungkin fungsi ini dapat dianggap sebagai metode baik atau buruk. Sisi baiknya, generasi ini menyukai kepraktisan dan kesederhanaan. Buruknya, generasi ini mungkin kurang

menghargai proses dan kurang toleran terhadap tekanan serta stres karena terbiasa melakukan sesuatu dengan cepat dan instan.

Dengan memahami kepribadian Generasi Z, beberapa hal yang bisa digarisbawahi dalam prinsip kepemimpinan ini antara lain, **pertama**, administrasi Z perlu memahami dan memanfaatkan contoh-contoh korespondensi dari era milenial yang mereka pimpin. Misalnya, para pemimpin milenial menjadikan hiburan virtual dan saluran korespondensi terbaru yang pasti standar dalam keberadaan zaman baru. **Kedua**, kebutuhan inisiatif Z untuk mendukung kemajuan, imajinasi, dan jiwa giat zaman baru. Semua saluran kemajuan, penemuan dan usaha bisnis harus sangat terencana dan konkret. **Ketiga**, kebutuhan otoritas Z untuk membantu kemandirian dan jiwa kepeloporan di era milenial. Membangun negara harus memiliki prinsip keamanan, khususnya otonomi dan bisnis (Lieberman, 2006).

Dengan sebagian dari fakta sebelumnya, pasti beberapa telah langsung menjadi bagian dari revolusi psikologis yang perlu diperhatikan oleh otoritas daerah saat ini. Revolusi psikologis sebagai sebuah ide dan pemikiran masih benar-benar dapat disesuaikan untuk diwujudkan. Ketika revolusi psikologis ini terjadi pada tingkat pimpinan dan individu, negara jelas akan mengalami perkembangan pesat di sela-sela pergantian peristiwa yang amat aktif. Revolusi psikologis tidak hanya diperlukan bagi individu tetapi juga bagi para pemimpinnya saat ini menyelesaikan kewajiban dan keharusan untuk memajukan negara ini menjadi makmur. Dengan mengkonsolidasikan contoh inisiatif milenial dan pergolakan mental, ide baru ini diandalkan untuk menjadi katalisator yang kuat bagi usaha untuk mengembangkan negara. Ketika ide ini menjadi realitas di berbagai daerah di Indonesia, dampak substansial harus konkret dari perkembangan Generasi Z yang intens, independen, imajinatif, serta inventif. Merekalah yang akan mengharumkan negara ini di kancah global (Altuntas dan Baykal, 2010).

Berikut ini ranguman tabel terkait kualitas kepemimpinan yang diperlukan untuk memimpin Generasi Z:

Tabel 2.

Kualitas Kepemimpinan yang diperlukan untuk memimpin Generasi Z

Kualitas Kepemimpinan	Indikator
Siap menjadi contoh yang baik dan layak	<ol style="list-style-type: none">1. Mampu berafilias dan memotivasi2. Menjadi contoh yang baik bagi orang lain, tanpa terus menerus memanfaatkan korespondensi verbal. Bagaimanapun, dengan bertindak yang dapat dimanfaatkan sebagai contoh yang baik bagi semua orang di sekitarnya.

Mampu membina hubungan komunikasi positif antar individu	<ol style="list-style-type: none">1. Mampu membina komunikasi dalam bekerja2. Mampu Melibatkan orang lain, siap mengoordinasikan aset sesuai penugasan mereka. Untuk situasi ini, wawasan seseorang dituntut untuk siap melihat dan memperkuat kapasitas sejatinya.
Tujuan organisasi yang transparan	<ol style="list-style-type: none">1. Mengkomunikasikan visi asosiasi dengan transparan kepada bawahannya.2. Tersedia untuk gagasan dan pemikiran inovatif.

Simpulan

Saat ini, salah satu kesulitan otoritas di lingkungan kerja adalah memimpin bawahan dari berbagai usia. Di setiap lingkungan kerja saat ini, ada sesuatu seperti empat usia umum yang masih bekerja secara efektif. Generasi Baby Boomers yang lahir sebelum tahun 1965, Gen X yang lahir antara tahun 1965-1979, Zaman Gen Y atau yang sering disebut dengan Milenial, mereka yang lahir antara tahun 1980-1996 dan Zaman Gen Z adalah mereka yang dikandung 1997 hingga 2010 (Don Tapscott dalam bukunya *Grown Up Digital*).

Untuk penyelesaian perbedaan generasi, seorang pemimpin harus dapat menyadari perbedaan setiap generasi dengan baik. Cara penanganan aset manusia dewan juga harus disesuaikan untuk setiap generasi karena metode yang kuat dapat diterapkan pada Gen Baby Boomers dan beberapa Gen X tidak masuk akal dan dapat mengganggu Gen Y atau Gen Z. Berikut cara memimpin grup lintas usia yang dirangkum oleh penulis:

1. Melacak persamaan tiap generasi

Mencari tahu persamaan lintas usia itu sulit, namun harus ada jawaban. Tanggung jawab pemimpin adalah untuk menyelesaikan beberapa kepentingan bersama yang dapat menjadi kekuatan kelompok. Misalnya, Baby Boomers dan Gen X usia suka berbagi pemikiran, sedangkan Gen Y dan Gen Z usia suka berkomunikasi "gila" atau menguji pikiran. Keserupaan ini bisa menjadi uang untuk menata usaha bersama antar usia.

2. Mendorong kerja tim

'Bekerja bersama' dengan generasi yang berbeda tampaknya menjadi keputusan yang layak. Generasi Baby Boomers memiliki kepercayaan diri dengan tujuan dapat membuat kelompok melihat sisi positif dari pergaulan. Gen X dapat mendorong semua orang untuk mengatakan yang sebenarnya di tempat kerja dan Milenial dan Gen Z adalah anak muda yang

inventif, lengkap, dan sangat menghargai keseimbangan antara kegiatan yang menyenangkan dan serius. Bekerja sama pasti akan membentuk kelompok yang kuat yang penuh harapan, asli, dan imajinatif

3. Mempelajari etos kerja tiap generasi

Gen Baby Boomers dan Gen X telah lama terlibat dalam angkatan kerja. Mereka harus dihargai dan diberi kompensasi atas upaya gigih mereka sehingga ini dapat membangkitkan mereka. Sedangkan Gen milenial dan Gen Z perlu mendapatkan kepercayaan. Mereka akan merasa lebih dihargai dengan asumsi mereka dipercaya dan diberi kekuatan untuk menyelesaikan pemikiran mereka.

Walau GenZ sekarang ini hanya menjajaki dunia kerja sekitar 40%, Diperkirakan bahwa pada tahun 2050-an 70% dari bos masa depan di Indonesia berasal dari GenZ yang bertempat pada usia produktif. Generasi ini yang mengkomandoi atas perekonomian Indonesia di kemudian hari serta diandalkan agar siap memanggul negara ini menuju perkembangan yang beranjak dinamis serta maju.

Kepustakaan

- Altuntas, S., Baykal, U. (2010). Relationship Between Nurses' Organizational Trust Levels and Their Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Nursing Scholarship*. 42(2), 86-94. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2010.01347.x>.
- Ambarwati, Amiroh dan Raharjo, Susilo Teguh. (2018). Prinsip Kepemimpinan *Character of A Leader* pada Era Generasi Milenial. *Philanthropy Journal of Psychology*. 2(2).
- Argenti, P. A. (2010). *Corporate Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Atika, Fristin, & Suwandaru. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Pada PT. PLN (PERSERO) Area Malang Rayon Malang Kota). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 4(1).
- Badan Pusat Statistik. (2021). Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Kelompok Umur dan Jumlah Jam Kerja Seluruhnya, 2021. https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/eEFEYng2dWfVUjjGUU5xZkUcGRaZz09/da_03/1.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*. 8(3).
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). *Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management*. In ICMLG2016 - 4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016 (p.42). Academic Conferences and publishing limited.
- Cavazotte, F., Moreno, V., & Bernardo, J. (2013). Transformational Leaders and Work Performance: The Mediating Roles of Identification and Selfefficacy. *BAR – Brazilian Administration Review*, 10.

- Cutlip, Scott M., et al. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Danial dan Wasriah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Dell Technologies. (2018). <https://www.delltechnologies.com/enus/perspectives/gen-z.htm>.
- Dencker, JC, Joshi, A., & Martocchio, J. J. (2008). menuju kerangka teori yang menghubungkan kenangan generasi ke sikap dan perilaku kerja. *Manusia SumberPengelolaan Review*, 18 (3), 180-187.
- DeRosa, Darleen (2018). <https://www.business2community.com/leadership/4-best-tips-for-successful-leadership-of-generation-z-employees-02139823>.
- Dewi, Nuning Nurna. (2019). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Menggunakan Motivasi Kerja sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada PT. SUPARMA Tbk). *Media Mahardhika*. 17(2).
- Dolot, A. (2018). The characteristic of Generation Z, "e-mentor", s. 44-50, <http://dx.doi.org/10.15219/em74.1351>.
- Dries, Nicky., Pepermans, Roland., Kerpel, Evelien De. (2008). Exploring four generations' beliefs about career: Is "satisfied" the new "successful"?. *Journal of Managerial Psychology*. 23(8), 907-928.
- Fajrin, I. Q., & Susilo, H. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening (Studi pada Karyawan Pabrik Gula Kebon Agung Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 61(4), 117-124.
- Ferri-Reed, J. (2010). The keys to engaging millennials. *The Journal for Quality and Participation*. 33(1).
- Gaidhani, S., Arora, Lokesh & Sharma, B. K. (2019). Understanding The Attitude of Generation Z Towards Workplace. *International Journal of Management, Technology and Engineering*. Volume IX, Issue I, JANUARY/2019 ISSN NO: 2249-7455.
- Gillespie, N.A. and Mann, L. (2000). The building- blocks of trust: the role of transformational leadership and shared values in predicting team members' trust in their leaders'. Tesis: University of Melbourne.
- Grafton, Melissa (2011). Growing a business and becoming more entrepreneurial: The five traits of success. *Strategic Decision*. 27(6).
- Green, Daryl. (2018). <https://medium.com/@drdarylgreen/inspiring-generation-zwithtransformational-leadership-8a356cb3081c>.
- Irena, Lydia dan Rusfian, Effy Zalfiana. (2019). Hubungan Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Komunikasi Internal Dengan Kinerja Karyawan Generasi Z Pada Tech Company. *Jurnal Komunikasi*. 11(2), 223 - 232.
- Joiner, Bill., Josephs, Stephen. (2007). *Industrial and Commercial Training*. Project: Research for Leadership Agility book. DOI:10.1108/00197850710721381. 39(1), 35-42.
- Knapp, Curtis A., Weber, Christine, & Moellenkamp, S. (2017). Challenges and strategies for incorporating Generation Z into the workplace. *Corporate Real Estate Journal*. 7(2).
- Koçak, S., & Burgaz, B. (2017). The Role of Leader Empowering Behaviours in Psychological Contract at High Schools. *TeEğitim VBilim*, 42(191), 351-370. <https://doi.org/10.15390/EB.2017.7101>.

- Krogsgaard, J. A., Thomsen, P., & Andersen, L. B. (2014). Only If We Agree? How Value Conflicts Moderate the Relationship Between Transformational Leadership and Public Service Motivation. *International Journal of Public Administration*. 37(12).
- Lailiyah, Syifa'ul dkk. (2021). Generasi Z Siap Jadi Pemimpin: Edukasi Leadership dan Decision Making Kesehatan Remaja di Banyuwangi. *Media Gizi Kesmas*. 10(1), 89-96.
- Lasi, Heiner., Hans-Georg Kemper. (2014). Industry 4.0. Business & Information Systems Engineering University of Stuttgart. DOI 10.1007/s12599-014-0334-4. 6(4).
- Laudert, Elizabeth. (2018). "Generation Z: Utilizing Adaptive and Authentic Leadership to Promote Intergenerational Collaboration at Work" *M.A. in Leadership Studies: Capstone Project Papers*. 30. <http://digital.sandiego.edu/solesmalscap/30>.
- Lestari, Evi Dyah. (2015). Analisis Pengaruh Beban Kerja dan Konflik Pekerjaan Keluarga terhadap Kinerja Karyawan dengan Stress sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Personal Banking Officer PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Semarang). Tesis: Universitas Diponegoro.
- Levi, D., & Slem, C. (1995). Team work in research and development organizations: The characteristics of successful teams. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 16(1).
- Lieberman, E. A. (2006). What' S Fair Is Fair, Or Is It? The Effects of Merit-Related Managerial Behaviors and Organizational Policies on Organizational Justice Perceptions by Eric A. Lieberman A Dissertation Submitted to The Graduate Faculty in Psychology in Partial Fulfillm.
- Limbos, M. A. P., & Casteel, C. (2008). Schools And Neighborhoods: Organizational And Environmental Factors Associated With Crime In Secondary Schools. *Journal of School Health*. 78(10), 539–544. <https://doi.org/10.1111/j.1746-1561.2008.00341.x>
- Madden, Claire. (2017). *Hello Gen Z: Engaging the Generation of PostMillennials*. Australia: Hello Clarity.
- Manheim, K. (1952). The Problem of Generation. *Essai on the Sociology of Knowledge*, 276-322. Diambil dari <http://marcuse.faculty.history.ucsb.edu/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>.
- Mulyasa, E. (2004). *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi dan Implementasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, M. F. F. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan di Divisi Penyelamatan dan Penyelesaian Kredit Bank BJB dengan Komitmen sebagai Variabel Intervening. Tesis: Universitas Pasundan University.
- Nathania. (2014). Hubungan Aliran Komunikasi Organisasi Dengan Kinerja Karyawan Di PT. Sarana Lubitama Semesta. *Jurnal E-Komunikasi*. 2(3).
- Noble, S. M., & Schewe, C. D. (2003), Cohort segmentation: An exploration of its validity. *Journal of Business Research*. 56(12), 979–987. doi:10.1016/S01482963(02)00268-0.
- Novitasari, Devi., & Setiawan, Rony Ika. (2015). Pengaruh Komunikasi Internal, Pelatihan Kerja dan Kemampuan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada CV. Tirto Agung Lodoyo. Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK), 2(1).

- Nugroho, Ngajudin dkk. (2021). Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Cendana Medan). *Arbitrase: Journal of Economics and Accounting*. 2(2), 46–50.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. (1998). “*Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*”, terjemahan Deddy Mulyana, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Padgett, Jared., dkk. (2017). *Improving Patient Safety through High Reliability Organizations*. Walden University. 22(2).
- Peramesti, Ni Putu Depi Yulia dan Kusmana, Dedi. (2018). Kepemimpinan Ideal pada Era Generasi Milenial. *Jurnal Manajemen Pemerintahan*. 10(1), 73 – 84.
- Pratama, Gilang dan Elistia. (2020). Analisis Motivasi Kerja, Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Kepuasan Kerja pada Angkatan Kerja Generasi Z. *Jurnal Ekonomi*. 11(2).
- Pratama, Gilang; Hafidz, dan Noviyati, Mega. (2022). Analisis Motivasi Kerja, Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Kepuasan Kerja pada Angkatan Kerja Generasi Z. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 5(2).
- Prastowo, Andi. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta, 191-192
- Putra, Y.S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*. 9(18).
- Ragusa, A. (2010). *Internal communication management: individual and organizational outcomes*. Italia: Ventus.
- Rahmat, Abdul & Kadir, Syaiful. (2016). Manajemen Kepemimpinan Dan Kemampuan Berkomunikasi Kepala Sekolah Pada Kinerja Pendidik. *Jurnal Komunikasi*.
- Renfro, A. (2012). Meet generation Z. <http://gettingsmart.com/2012/12/meetgeneration-z/>.
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku Organisasi (10th Ed)*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sari, D. N., Aryanto, R. (2014). Analisis Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Komunikasi Internal Terhadap Motivasi Kerja dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan di Kantor PT. Waskita Karya Divisi Gedung. Tesis: Universitas Binus University.
- Setyoningrum, Rini. (2016). Pengaruh Komunikasi Internal terhadap Etos Kerja Pegawai di Pusat Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat (PP-PAUD dan Dikmas) Jawa Tengah. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*. 1(1).
- Singh, A.P. and Dangmei, J., (2016). Understanding the Generation Z, the future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*. 3(3), 1-5.
- Soegiarto, Melissa. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Penjualan dan Pemasaran di CV. Norton Surabaya. *AGORA*. 4(2).
- Suherman, Usep Deden. (2019). Pentingnya Kepemimpinan dalam Organisasi. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*. Volume 1(2).
- Vasja, Roblek., Meško M, Krapež A. (2016). A Complex View of Industry 4.0. 6(2).
- Walumbwa, F.O. & Hartnell, C. (2011). Transformational leadership and organizational culture: Toward integrating a multilevel framework. *Handbook of organizational culture and climate*.

- Wardhani, Bertha Kusuma dkk. (2020). Upaya Peningkatan Komitmen Organisasi Generasi Z melalui Psychological Capital dan Organizational Citizenship Behavior (Studi Kasus Pada Karyawan Generasi Z di Kota Salatiga). *Jurnal Magisma*. 8(1).
- Wiedmer, T. (2015). Generations do differ: Best practices in leading traditionalists, boomers, and generations X, Y, and Z, delta kappa gamma bulletin. *International Journal of Professional Educators*. 82(1), 51–59.
- Zisa, Sirajul Fuad dkk. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*. 5.