

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Perbedaan generasi dalam lingkungan kerja menjadi salah satu subjek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia, dan konsep perbedaan generasi terus berkembang dari waktu ke waktu. Ada perbedaan karakteristik yang signifikan antara generasi Z dengan generasi lain. Salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z, informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan, karena generasi Z lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup. Bangkitnya generasi Z juga akan menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia.

Tabel 2.1
Perbedaan Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925 – 1946	<i>Traditional generation</i>
1946 – 1960	<i>Baby boom generation</i>
1960 – 1980	<i>X generation</i>
1980 – 1995	<i>Y generation</i>
1995 – 2010	<i>Z generation</i>
2010 +	<i>Alfa generation</i>

Sumber: Putra (2016)

Tabel 2.1 menunjukkan berbagai macam perbedaan generasi. Penjelasan masing-masing generasi sebagai berikut (Putra, 2016):

1. *Traditional generation* atau sering juga disebut sebagai *silent generation* adalah generasi yang konservatif dan disiplin.

2. *Baby boom generation* adalah generasi yang materialistis dan berorientasi waktu.
3. Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (*personal computer*), video games, tv kabel, dan internet. Ciri-ciri dari generasi ini mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya.
4. Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, *SMS*, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming*. Ciri-ciri dari generasi Y masing-masing individu berbeda, tergantung lingkungan dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarga, pola komunikasi sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.

2.1. Generasi Z

Schmidt (2000) mengatakan generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan pada tahun lahir, usia, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan. Dalam teori generasi (*generation theory*), Codrington et al. (2004) mengemukakan generasi manusia dibedakan menjadi 5 berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: generasi *baby boomer* lahir 1946-1964, generasi X lahir 1965-1980, generasi Y lahir 1981-1994, sering disebut generasi millennial, generasi Z lahir 1995-2010 disebut juga *iGeneration*, generasi *iNet*, generasi internet dan generasi alpha lahir 2011-2025. Kelima generasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhan perkembangan kepribadian.

Penelitian Stillman (2017) mengemukakan generasi Z adalah generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2012, disebut juga generasi net atau generasi internet. Berdasarkan penelitian tersebut, generasi Z ini berbeda dengan generasi Y atau milenial. Pada bukunya Stillman (2017) *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* dijelaskan perbedaannya, salah satu perbedaan gen Y dan gen Z adalah generasi Z menguasai teknologi dengan lebih maju, pikiran lebih terbuka dan tidak terlalu peduli dengan norma.

Menurut Noordiono (2016), generasi Z adalah generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus akan teknologi. Teknologi yang baru merupakan air segar yang harus segera diteguk agar bisa merasakan manfaatnya. Generasi Z atau yang lebih dikenal sebagai

generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi.

Akses yang semakin mudah, membuat semua mahasiswa dapat dengan mudah pula menjelajah dunia maya. Para mahasiswa yang tergolong generasi Z ini kurang menyukai proses, pada umumnya kurang sabar dan lebih menyukai hal-hal yang sifatnya instan (Rini dan Sukanti, 2016). Noordiono (2016) menyatakan generasi ini memiliki intuisi yang kuat terhadap teknologi, tanpa melihat panduan akan mengerti cara menggunakan sesuatu. *Always connected* adalah logo generasi ini, dimanapun dan kapanpun harus terkoneksi dengan internet.

Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y, tetapi generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti *nge-tweet* menggunakan ponsel, *browsing* dengan perangkat seluler, dan mendengarkan musik menggunakan *headset*. Apapun yang dilakukan mayoritas berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil generasi Z sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadiannya. Pada usia ini generasi Z dikategorikan sebagai usia remaja yang pada usia ini mengalami perubahan-perubahan cepat pada jasmani, emosi, sosial, akhlak dan kecerdasan. Remaja dibedakan menjadi 3 kategori masa remaja yaitu masa remaja awal usia 12-15 tahun, masa remaja pertengahan usia 15-18 tahun dan masa remaja akhir usia 18-21 tahun (Monks, ea al. 2002).

Putra (2016) menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan dalam karakteristik generasi Z dengan generasi lainnya, salah satu faktor utama yang

membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Generasi Z dan teknologi adalah hal-hal yang telah menjadi bagian dari kehidupan, karena generasi Z dilahirkan di mana akses ke informasi, khususnya internet telah menjadi budaya global, sehingga mempengaruhi nilai-nilai, pandangan, dan tujuan hidup. Munculnya generasi Z juga menimbulkan tantangan baru bagi praktik manajemen dalam organisasi, terutama untuk praktik manajemen sumber daya manusia.

Media sosial merupakan sebuah media untuk seseorang atau kelompok melakukan interaksi, bersosialisasi dan berbagi kepada orang lain. Menurut Tuten & Solomon (2014) media sosial dapat didefinisikan sebagai sarana *online* komunikasi, alat angkut, kolaborasi dan budidaya antara jaringan yang saling berhubungan, masyarakat dan organisasi ditingkatkan dengan kemampuan teknologi dan mobilitas. Menurut Kotler dan Keller (2016) media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan sebaliknya. Kaplan dan Haenlein (2010) menggambarkan media sosial sebagai aplikasi kelompok internet yang memfasilitasi produksi dan transmisi *user* konten yang dihasilkan, dengan kata lain prinsip-prinsip utama Web 2.0.

Web 2.0 adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tren dalam penggunaan *World Wide Web* (WWW) teknologi dan desain web untuk berbagi informasi, kreativitas dan kolaborasi antara pengguna. Gagasan ini telah menyebabkan perkembangan dan kemajuan masyarakat berbasis web seperti SNS (*Situs Networking Social*).

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti karakteristik generasi Z, khususnya mengenai penggunaan internet dan media sosial, serta karakter dalam dunia kerja. Topik mengenai generasi Z di dunia kerja merupakan hal yang baru dan generasi Z belum sepenuhnya memasuki dunia kerja.

Yadav dan Rai (2017) menemukan generasi Z tumbuh dengan teknologi, khususnya teknologi internet. Generasi Z menggunakan teknologi internet untuk membuka komunikasi yang lebih luas melalui penggunaan media sosial. Generasi Z merupakan konsumen *online* tertinggi dan terikat dengan komunikasi *online*.

Andrea *et al.* (2016) menemukan generasi milenial (termasuk generasi Z) merupakan individu yang terlalu percaya diri, mampu berkomunikasi dengan baik, kreatif, dan berpikir tentang karier di masa depan. Cseh-Papp *et al.* (2017) juga menemukan generasi Z merupakan generasi yang mementingkan karier dan hubungan personal, serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

Arar dan Yüksel (2015) menemukan generasi Z lebih menyukai lingkungan kerja yang fleksibel, sedikit aturan, dan menyediakan otoritas tinggi dalam pengambilan keputusan dibandingkan generasi sebelumnya. Kubátová (2016) juga menemukan generasi Z lebih menyukai komunikasi personal, menggunakan internet untuk mencari informasi, serta otonomi dalam pengerjaan tugas.

2.2 Penggunaan Internet

Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking*. Internet berasal dari bahasa latin *inter* yang berarti antara. Secara kata per kata internet

berarti jaringan antara atau penghubung. Internet adalah sebuah jaringan komputer global yang terdiri atas jutaan komputer yang saling berhubungan dengan menggunakan protokol yang sama untuk berbagi informasi secara bersama (William dan Sawyer, 2017). Internet dapat menghubungkan komputer dan jaringan komputer yang dikelola, baik oleh pemerintah maupun swasta, dan perseorangan yang berada di berbagai negara. Melalui internet siapapun dan kapanpun dapat leluasa mengakses berbagai macam informasi dari berbagai tempat, informasi yang dapat diakses tampak lebih hidup karena tersaji berupa teks, grafik, animasi, audio dan video. Internet merupakan jaringan komputer yang menghubungkan jaringan sebuah komputer dengan komputer lainnya yang saling terkoneksi dan dapat mengirim dan menerima pesan antar pengguna internet lainnya.

Internet berkembang sangat pesat karena berbagai macam fasilitas yang ada di dalamnya dan memiliki beberapa fungsi. Beberapa fungsi layanan internet (Supriyanto, 2005):

1. Media melakukan transfer file
2. Sarana mengirim surat elektronik
3. Pusat pembelajaran dan pendidikan
4. Sarana untuk penjualan atau pemasaran
5. Melakukan *mailing list*, *newsgroup* dan konferensi
6. *Chatting*
7. Mesin pencari (*search engine*)
8. Sarana hiburan dan permainan

2.3 Penggunaan Media Sosial

Media sosial adalah medium pada internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2012). Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Media sosial dapat diubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu, media sosial juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi.

Sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau telepon lewat *handphone*. Sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial (William dan Sawyer, 2017). Arus perkembangan teknologi bagaimanapun tak akan bisa dibendung, sebagian besar anak dan remaja telah familiar dengan berbagai situs jejaring sosial, tidak hanya anak dan remaja kota, bahkan anak-anak di pedesaan telah mulai menggunakan jejaring sosial (Nasrullah, 2012). Media sosial merupakan alat komunikasi yang berupa obrolan chat untuk berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, berbagi dan membentuk ikatan sosial secara virtual (William dan Sawyer, 2017).

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja

yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

2.4 Persepsi Dunia Kerja

Setiap individu pasti memiliki persepsi mengenai suatu objek yang dapat dirasakan dengan alat indera. Persepsi antar individu berbeda dengan individu yang lain. Mernaini (2012) menjelaskan persepsi berlangsung ketika seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak, sehingga terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Persepsi merupakan salah satu aspek kognitif manusia yang sangat penting, yang memungkinkannya untuk mengetahui dan memahami dunia sekelilingnya (Desmita, 2011). Tanpa persepsi yang benar, manusia mustahil dapat mengungkap dan memaknai berbagai fenomena, informasi atau data yang senantiasa mengitarinya.

Dunia kerja atau pekerjaan merupakan segala sesuatu yang dikerjakan oleh manusia dengan berbagai tujuan. Wirawan (2015) mengatakan pekerjaan merupakan sejumlah posisi, dengan tugas yang sama dan dengan sejumlah pegawai yang melaksanakannya. Secara sederhana, persepsi tentang dunia kerja dapat diartikan sebagai tanggapan individu berdasarkan stimulus atau rangsangan

terhadap beberapa lingkungan pekerjaan yang dapat mengubah keadaan hidup para pekerja untuk menjadi lebih baik dengan melakukan sejumlah kegiatan.

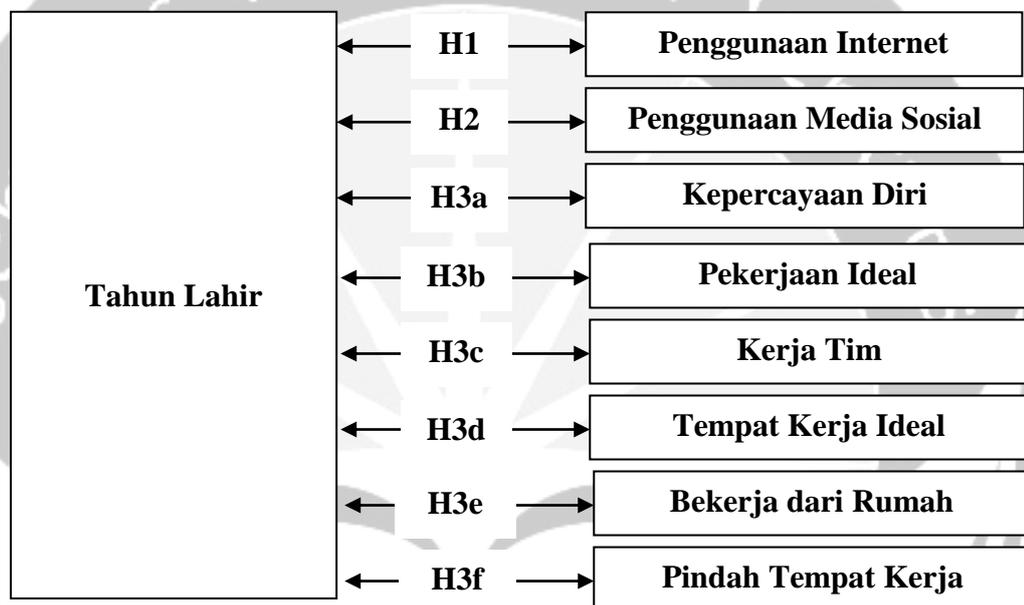
2.5 Kerangka Penelitian

Ada beberapa versi dalam menentukan generasi Z dari tahun kelahiran. Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016, dalam Putra, 2016) menyebutkan generasi Z adalah orang yang lahir setelah tahun 1995, sedangkan Desai dan Lele (2017) menyebutkan generasi Z adalah orang yang lahir setelah tahun 1990. Penelitian ini mengambil kategori generasi Z berdasarkan Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016), dalam Putra (2016) yaitu tahun lahir setelah tahun 1995. Berdasarkan teori perbedaan generasi, Howe dan Strauss (2000) dalam Putra (2016) menjelaskan pemisahan generasi dapat menggunakan ukuran perilaku terkait kehidupan pribadi dan pandangan karier bekerja atau dunia kerja. Putra (2016) menyebutkan generasi Z adalah generasi yang mementingkan kecepatan baik dalam mengakses informasi maupun berkomunikasi secara global. Kebutuhan atas kecepatan mengakses informasi membuat aktivitas generasi Z dekat dengan penggunaan internet. Kebutuhan atas kecepatan berkomunikasi juga membuat aktivitas generasi Z memilih media sosial secara online sebagai media berkomunikasi (Putra, 2016). Penggunaan internet dan media sosial lebih banyak dilakukan oleh generasi Z.

Pandangan dunia kerja juga berbeda antara satu generasi dengan generasi lain. Menurut Lancaster & Stillman (2002) dalam Putra (2016), generasi Z memiliki kebiasaan kerja yang unik dibandingkan generasi sebelumnya, yaitu

lebih percaya diri dalam menyelesaikan tugas, lebih menyukai tempat kerja yang terhubung, menyukai pekerjaan yang diselesaikan dari jarak jauh dan cenderung berpindah tempat kerja jika tidak sesuai.

Berdasarkan paparan di atas, model perbedaan penggunaan internet, media sosial dan persepsi dunia kerja menurut tahun kelahiran generasi Z sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

Sumber: Desai dan Lele (2017)

2.6 Hipotesis

Generasi Z merupakan generasi global pertama dan generasi berteknologi tinggi. Generasi ini terbentuk dengan teknologi sejak kecil. Generasi ini sangat tergantung pada teknologi. Penerapan teknologi ini juga digunakan dalam berkomunikasi, karena generasi Z tumbuh dan kondisi sosial dengan perubahan cepat, sehingga kecepatan merupakan prioritas dibandingkan ketepatan.

Salah satu penerapan teknologi oleh generasi Z yaitu internet. Generasi Z mampu menyerap informasi dari berbagai sumber yang terhubung dengan internet. Anggota generasi Z terhubung dengan baik secara *virtual* dan sangat dipengaruhi oleh media *digital* dan sering menghabiskan waktu *online* di internet dibandingkan generasi sebelumnya (Grail-Research, 2010). Generasi Z disebut sebagai generasi yang selalu terhubung *online* secara terus-menerus (Palfrey dan Gasser, 2008). Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ada perbedaan yang signifikan dalam penggunaan internet menurut tahun kelahiran generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi yang secara konstan berkomunikasi melalui media *digital* karena pengaruh penggunaan internet (Roberts *et al.*, 2014). Generasi Z sangat aktif di media sosial tahun 2012, terbukti dari 94% remaja memiliki akun *Facebook* (Lenhart, 2013). Generasi Z mengumpulkan dan menyebarkan informasi dengan membagi pengalaman *online* melalui video dan *links*. Generasi Z selalu menggunakan media digital seperti ponsel, *tablet*, dan laptop. Glum (2015) menyatakan media sosial dan iklan *digital* sebagai dua hal penting dalam menjalankan strategi pemasaran karena generasi Z yang selalu berkomunikasi melalui media sosial. Bagi generasi Z, media sosial bukanlah pengganti komunikasi personal, namun media komunikasi pendukung yang sering digunakan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ada perbedaan yang signifikan dalam penggunaan media sosial menurut

tahun kelahiran generasi Z.

Generasi Z berasal dari *zappers* yang menunjukkan karakteristik perpindahan/perubahan cepat. Generasi Z siap untuk perubahan yang mendadak atau tiba-tiba saat generasi Z merasa tidak menyukai tempat kerja (Desai dan Lele, 2017). Generasi Z hidup dengan ritme yang cepat dibandingkan generasi sebelumnya. Bagi generasi Z, berpindah tempat kerja adalah hal yang wajar. Generasi Z tidak ingin terikat di satu kondisi dan akan pergi tanpa kompromi (Mutte, 2004).

Terkait penelitian generasi Z di tempat kerja, Martin dan Schmidt (2010) menunjukkan dalam satu tahun, satu dari tiga karyawan dengan potensi tinggi mengakui tidak memberikan usaha terbaik untuk pekerjaannya, satu dari empat karyawan berniat meninggalkan tempat kerjanya, empat dari sepuluh karyawan tidak yakin dengan rekan kerja bahkan dengan senior, satu dari lima karyawan yakin tujuan personalnya berbeda dengan rencana organisasi yang dibuat untuknya. Wrzesniewski *et al.* (2010) menyatakan hanya 45% karyawan puas dengan pekerjaannya, menurun dari 60% di tahun 1987. Persepsi dunia kerja terdiri dari pekerjaan dan tempat kerja. Pekerjaan terdiri dari tiga dimensi yaitu kepercayaan diri, pekerjaan ideal, dan kerja tim. Tempat kerja terdiri dari tiga dimensi yaitu tempat kerja ideal, bekerja dari rumah, dan pindah tempat kerja. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengajukan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H3a: Ada perbedaan persepsi tentang tingkat kepercayaan diri yang signifikan menurut tahun kelahiran generasi Z.

H3b: Ada perbedaan persepsi tentang pekerjaan ideal yang signifikan menurut tahun kelahiran generasi Z.

H3c: Ada perbedaan persepsi tentang kerja tim yang signifikan menurut tahun kelahiran generasi Z.

H3d: Ada perbedaan persepsi tentang tempat kerja ideal yang signifikan menurut tahun kelahiran generasi Z.

H3e: Ada perbedaan persepsi tentang bekerja dari rumah yang signifikan menurut tahun kelahiran generasi Z.

H3f: Ada perbedaan persepsi tentang perpindahan tempat kerja yang signifikan menurut tahun kelahiran generasi Z.