

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beberapa tahun yang lalu, ketika generasi Y memasuki dunia kerja, banyak orang tersentak dan disadarkan bahwa generasi ini berbeda dengan generasi sebelumnya yaitu, generasi X. Sementara generasi X digambarkan tidak jauh berbeda dengan generasi sebelumnya yaitu *baby boomer*. Saat ini memang populasi yang terbanyak dalam dunia kerja adalah generasi X dan Y, namun seiring dengan bertambahnya usia, generasi Z pun saat ini mulai memasuki dunia kerja. Jika sebelumnya kita hanya mengenal generasi tua dan generasi muda yang didasari oleh tahun kelahiran, generasi kini berkembang dalam kategori *baby boomers*, generasi X (tahun lahir antara 1961-1980), generasi Y (tahun lahir 1990- 1995), dan generasi Z (1995-2010). Pengelompokan ini adalah pengelompokan berdasarkan kesamaan rentang tahun lahir, lokasi, serta peristiwa-peristiwa yang memengaruhi secara signifikan kehidupan kelompok tersebut. Artinya generasi adalah kelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama (Putra, 2016: 125).

Perbedaan generasi di atas terbentuk karena adanya pemahaman dasar mengenai pengelompokan generasi yakni, adanya premis bahwa generasi adalah sekelompok individu yang dipengaruhi oleh kejadian-kejadian bersejarah dan fenomena budaya yang terjadi dan dialami pada fase kehidupan mereka dan kejadian serta fenomena tersebut menyebabkan terbentuknya ingatan secara kolektif yang berdampak dalam kehidupan mereka. Jadi kejadian historis, sosial, dan efek budaya bersama dengan faktor-faktor lain ini akan berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku individu, nilai, dan kepribadian.

Para ahli berpendapat bahwa generasi terbentuk lebih disebabkan karena kejadian atau event yang bersejarah dibanding dengan tahun kelahiran. Ada tiga atribut yang lebih jelas mengidentifikasi generasi dibanding dengan tahun kelahiran, atribut tersebut antara lain :

1. *Percieved membership* : persepsi individu terhadap sebuah kelompok dimana mereka tergabung didalamnya, khususnya pada masa – masa remaja sampai dengan masa dewasa muda.
2. *Common belief and behaviors* : sikap terhadap keluarga, karir, kehidupan personal, politik, agama dan pilihan – pilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan.

3. *Common location in history* : perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, contohnya seperti : perang, bencana alam, yang terjadi pada masa-masa remaja sampai dengan dewasa muda (Howe & Strauss, dalam Yanuar Surya Putra; 2016: 126-127).

Dari penjelasan tersebut ada 2 hal utama yang mendasari pengelompokan generasi, yaitu faktor demografi khususnya kesamaan tahun kelahiran dan yang kedua adalah faktor sosiologis khususnya adalah kejadian-kejadian yang historis, menurut Parry & Urwin (2011) faktor kedua lebih banyak dipakai sebagai dasar dalam studi maupun penelitian tentang perbedaan generasi.

Banyak yang masih salah kaprah dengan menganggap bahwa generasi Z termasuk dalam kategori generasi Y atau milenial. Padahal keduanya memiliki perbedaan yang amat besar. Generasi Z dianggap sebagai *New Silent Generation*. Mereka memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengakses informasi dan banyak mengandalkan teknologi untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Salah satu perbedaan yang mencolok ialah, pertama, ketertarikan mereka kepada perangkat *gadget* telah terjadi di usia yang sangat muda. Kedua, konsumen dari generasi ini lebih banyak menggunakan media sosial untuk berkomunikasi. Istilah lain yang digunakan untuk menyebut populasi ini ialah Generasi C (*Connected, Communicated, Community-oriented, and Clicking*), iGeneration, Generasi net, dan Generasi Internet (Hadian Wijoyo, 2020: 1).

Badan Pusat Statistik per Februari 2020 mencatat, bahwa ada sejumlah 6.004.481 angkatan kerja yang berusia 15-19 tahun dan 15.449.454 angkatan kerja yang berumur 20-24 tahun, dimana angka tersebut akan semakin meningkat kedepannya. Dengan demikian di beberapa perusahaan bukan tidak mungkin akan menjumpai 4 generasi dalam satu kantor, sebagian kecil generasi *baby boomer* yang hampir memasuki masa pensiun, generasi X, generasi Y, dan sebagian kecil generasi Z.

Generasi Z memiliki perspektif yang sangat unik dalam karir atau dunia kerja. Ketika Generasi Z memasuki dunia kerja, sebuah survei baru Korn Ferry mengenai para profesional dari segala usia, menunjukkan bagaimana generasi Z membawa banyak optimisme, memiliki banyak tujuan, dan lebih tahan terhadap tekanan di tempat kerja dibandingkan dengan generasi Y. Kendati demikian, generasi Z mudah mengalami demotivasi atau runtuhnya keinginan untuk semangat, rendahnya gairah, dan keinginan besar untuk menyerah dalam dunia kerja. Dibandingkan generasi X dan Y, generasi Z memiliki rasio yang lebih besar. Tingginya angka demotivasi ini memiliki banyak sebab, di antaranya adalah suasana kantor, keinginan untuk mendapatkan gaji tinggi, dan hasrat besar untuk sukses. Oleh karena itu,

tidak sedikit perusahaan yang mengeluhkan betapa mudahnya karyawan dari generasi Z untuk *resign*.

PR Newswire bersama *Monster Worldwide* melakukan survey terhadap multigenerasi di Amerika Serikat, dalam kaitannya memandang karir dan pekerjaan, termasuk generasi Z. Dalam melihat peluang pekerjaan dan karir di tempat lain, 74% generasi Z menyatakan kesediaannya untuk berpindah apabila memenuhi pilihan dan kesempatan yang lebih baik. Ada tiga hal yang memengaruhi mereka dalam bekerja, (1) besarnya upah atau gaji; (2) keleluasan mengejar *passion*; dan (3) keamanan dalam bekerja. Yang menarik, jika generasi Y memprioritaskan peningkatan kinerjanya seperti fasilitas bermain, tidur dan penghilang stres lainnya hadir di tempat kerja, generasi Z menunjukkan gejala berbeda. Ada tiga prioritas yang dilihat oleh generasi Z di tempatnya bekerja, yaitu (1) asuransi kesehatan sebesar 70%; (2) gaji yang kompetitif sebesar 63%; dan (3) atasan yang *respect* terhadap mereka, sebanyak 61%. Ini berbeda dengan kecenderungan rata-rata semua generasi di mana asuransi kesehatan hanya diprioritaskan sebanyak 68%, gaji kompetitif sebesar 59%, dan *respect* dari atasan yang sebanyak 60% dari keseluruhan generasi. Sebanyak 58% generasi Z juga tergiur dengan harapan mendapat gaji lebih baik sehingga mau bekerja di akhir pekan. Sedangkan rata-rata dari seluruh generasi, yang mau kerja ekstra seperti itu hanya sebanyak 41%.

Lebih lanjut, perbedaan generasi dalam lingkungan kerja menjadi salah satu subjek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia dan bukan tidak mungkin menjadi *gap* yang berpotensi menjadi masalah dalam lingkungan kerja tersebut. Generasi Z memiliki perspektif yang sangat unik dalam karir atau dunia kerja. Perilaku mereka di dunia kerja sering kali sulit dipahami dan menimbulkan konflik dengan generasi di atasnya. Banyak peristiwa *miscommunication* dan *misunderstanding* yang terjadi di lingkungan kerja tersebut. Sebagai contoh, generasi Z menyukai hal-hal instan sehingga mereka menganggap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah dan instan. Tentunya hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya, mereka menganggap generasi Z kurang menghargai proses. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Mannheim (1952) dalam jurnal yang berjudul Teori Perbedaan Generasi oleh Yanuar Surya Putra (2016), yang mengungkapkan bahwa generasi yang lebih muda tidak dapat bersosialisasi dengan sempurna karena adanya *gap* antara nilai-nilai ideal yang diajarkan oleh generasi yang lebih tua dengan realitas yang dihadapi oleh generasi muda tersebut, lebih lanjut dikatakan bahwa lokasi sosial memiliki efek yang besar terhadap terbentuknya kesadaran individu.

Gap atau kesenjangan yang tercipta bukan tidak mungkin akan berujung pada ketidakharmonisan dalam bekerja, bahkan bisa berimplikasi

pada kinerja karyawan. Seperti yang telah diuraikan, generasi Z lebih mudah terdemotivasi dalam bekerja dibandingkan dengan generasi lainnya. Maka dari itu, penting bagi pemimpin perusahaan untuk memahami perilaku dan kebiasaan mereka. Setelah memahami perilaku dan kebiasaan generasi Z, diperlukan juga pemahaman akan faktor-faktor yang meningkatkan kinerja mereka. Kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai seorang pegawai yang diukur secara kuantitatif dan kualitatif dalam melaksanakannya pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Knapp, Weber, & Moellenkamp (2017) mengemukakan empat faktor yang meningkatkan kinerja karyawan generasi Z, yaitu kohesi sosial, berbagi informasi, visi, tujuan, dan tujuan bersama, serta kepercayaan.

Generasi Z bukan satu-satunya perubahan generasi yang perlu diantisipasi dalam dunia kerja, tapi ini merupakan bagian penting dari masa depan perusahaan. Persiapkan kedatangan mereka ke dalam angkatan kerja agar potensi mereka dapat bermanfaat untuk kesuksesan bisnis perusahaan. Pada hakikatnya, generasi ini termasuk yang paling unik sehingga perlu pendekatan khusus dengan memahami motivasi mereka melalui pendekatan psikologi komunikasi untuk mengoptimalkan kemampuan luar biasa mereka.

PT. IJ Global Solutions Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang IT Konsultan, perusahaan tempat di mana peneliti bekerja. PT. IJ Global Solutions Indonesia memiliki 52 karyawan secara keseluruhan, database karyawan per Desember 2021 tercatat sebanyak 23 karyawan adalah generasi Z. Berdasarkan pengamatan peneliti, generasi Z menyukai hal yang instan, individualis, kurang bersosialisasi, dan malas “ribet” dengan aturan. Sebagai contoh, mereka cenderung datang ke kantor dalam waktu yang “mepet” sebelum jam kerja dimulai dan meski pun mereka telah bergabung di perusahaan ini, mereka menyukai lingkungan kerja ini namun mereka belum beradaptasi sepenuhnya baik dengan tim departemen yang mereka naungi. Dari pengamatan tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Rachmawati dalam jurnal yang berjudul *Welcoming Gen Z in Job World* (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja), bahwa generasi Z menyukai lingkungan kerja di kantor namun jadwal kantor yang fleksibel lebih mereka sukai.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuzana Kirchmayer dan Jana Fratričová dalam jurnal yang berjudul *What Motivates Generation Z at Work? Insights into Motivation Drivers of Business Students in Slovakia*, salah satu motivasi kerja yang paling umum adalah kualitas hubungan dengan rekan kerja. Peneliti memandang fenomena ini perlu diteliti karena jika mereka kesulitan beradaptasi, mereka akan terdemotivasi dan kurang bergairah dalam bekerja. Mereka perlu diarahkan, didengar, dan

mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari para mentor dan atasan sehingga kualitas hubungan yang baik dapat dibangun. Dengan demikian, karyawan generasi Z di PT. IJJ Global Solutions Indonesia akan lebih termotivasi dalam bekerja.

Pemimpin perusahaan harus lebih berfokus pada peningkatan komitmen dan usaha karyawan sebagai *feedback* pada mereka sehingga menaikkan motivasi kerja, khususnya generasi Z jika mereka terdemotivasi. Pada akhirnya kapasitas kinerja karyawan akan meningkat dan menghasilkan produktivitas yang lebih besar (Leithwood dan Jantzi, 2006). Usaha ini dapat dilakukan melalui departemen Sumber Daya Manusia (SDM) di tempat penelitian dengan pendekatan psikologi komunikasi.

Psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari komunikasi dari aspek psikologi. Disebut juga sebagai ilmu yang berusaha mendeskripsikan, memprediksikan, dan mengontrol mental dan perilaku, baik komunikasi yang dilakukan melalui komunikasi antarpersonal, komunikasi antarkelompok maupun komunikasi massa. Komunikasi sangat esensial dalam dunia kerja, agar tercapainya tujuan perusahaan maka fondasi awal itu berada pada komunikasi yang efektif. Jadi dalam ruang lingkup psikologi komunikasi penekanannya adalah pada komunikator sebagai makhluk individu yang mempunyai sifat yang berbeda dengan individu lainnya. Sifat menunjukkan pola atau cara yang relatif tidak banyak berubah mengenai bagaimana seseorang berpikir, merasakan dan termotivasi terhadap situasi tertentu. Ilmu psikologi komunikasi pada dasarnya dibangun berdasarkan berbagai teori yang berupaya menjelaskan bagaimana individu berinteraksi satu sama lain berdasarkan tinjauan psikologi. Dengan perkataan lain, psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari proses komunikasi antar manusia dengan menggunakan psikologi sebagai sudut pandang atau perspektif dengan tujuan untuk mencapai komunikasi efektif. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti ingin meneliti bagaimana generasi Z termotivasi dalam bekerja melalui pendekatan psikologi komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Niluh Wiwik Eka Putri dalam jurnal yang berjudul Peran Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Permasalahan Peserta Didik: Studi Kasus Proses Bimbingan Konseling di SMK Kesehatan Widya Dharma Bali, peran psikologi komunikasi dapat mengubah opini siswa yang mengalami permasalahan terhadap sesuatu hal, mengubah sikap siswa yang mengalami permasalahan terhadap obyek atau subyek tertentu, serta mengubah perilaku yang mengalami permasalahan terkait dengan pengetahuan, persepsi, dan sikapnya. Melalui peranan psikologi komunikasi inilah yang ingin dilakukan peneliti untuk mengubah sikap karyawan yang mengalami demotivasi dalam bekerja sehingga peneliti dapat memahami motivasi kerja terhadap karyawan generasi Z di PT. IJJ Global Solutions Indonesia.

Pada akhirnya, penelitian yang dilakukan saat ini ada kesesuaian dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Niluh Wiwik Eka Putri (2019) bahwa peran psikologi komunikasi dapat mengatasi permasalahan peserta didik, dimana dalam hal ini peneliti subjek penelitiannya adalah karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia. Penelitian saat ini juga mengembangkan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Dewi Rachmawati (2019) dan Zuzana Kirchmayer dan Jana Fratričová (2020) dalam mengenal karakteristik generasi Z di dunia kerja agar dapat memahami apa yang menjadi motivasi kerja generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“PERANAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DALAM MEMAHAMI MOTIVASI KERJA KARYAWAN GENERASI Z DI PT. IJ GLOBAL SOLUTIONS INDONESIA”**.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini mengangkat fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia?
2. Apa saja hambatan dalam meningkatkan motivasi kerja pada generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia.
2. Untuk mengetahui hambatan motivasi kerja pada karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoretis

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan masukan dan melengkapi kelengkapan kepustakaan dalam kajian bidang humas, serta dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam masalah yang diteliti.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Manfaat praktis diadakannya penelitian ini adalah untuk menerapkan pemahaman teori yang diperoleh penulis selama dibangku kuliah dengan praktik yang ada di lapangan.

2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan masukan dan pemikiran dalam menambah wawasan dan informasi organisasi, khususnya PT. IJ Global Solutions Indonesia.
3. Diharapkan mampu membuka wawasan intelektual penulis sendiri dan pembaca pada umumnya.