

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Masyarakat Indonesia memiliki karakter dan kepribadiannya masing-masing.

Tidak hanya dari pengaruh latar belakang suku, agama, dan ras tetapi juga dari tahun lahir. Perbedaan tahun kelahiran menimbulkan perbedaan kelompok generasi. Dulu perbedaan kelompok hanya dijelaskan dengan kelompok generasi tua dan kelompok generasi muda. Namun kini, perbedaan generasi semakin berkembang dengan kemunculan istilah yang menjelaskan masing-masing generasi. Salah satunya adalah sebutan Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z. Generasi adalah kelompok orang dari beragam latar belakang yang mengalami peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama. Generasi X merupakan kelompok masyarakat yang lahir di tahun 1960-1980. Kemudian, generasi Y adalah kelompok generasi masyarakat yang lahir di tahun 1980-1995 dan Generasi Z adalah kelompok generasi masyarakat yang lahir di tahun 1995-2010 (Bencsik, 2016) yang artinya kelompok generasi X saat ini berada di rentang usia 45 hingga 60 tahun ke atas, para generasi Y berada pada rentang usia 30 hingga 45 tahun sedangkan para generasi Z berada pada rentang usia 15 hingga 30 tahun.

**Tabel 1.1**

**Kategori Generasi**

<b>Tahun Kelahiran</b>	<b>Kategori Generasi</b>
1925 – 1946	Generasi Veteran

1946 – 1960	Generasi <i>Baby Boomers</i>
1960 – 1980	Generasi X
1980 – 1995	Generasi Y
1995 – 2010	Generasi Z
2010 +	Generasi Alfa

Sumber: Bencsik, et al. (2016)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, usia 15 – 64 tahun termasuk ke dalam usia produktif bekerja sehingga hal ini menjelaskan bahwa adanya interaksi antara karyawan yang berbeda generasi atau usia pada sebuah perusahaan. Pada tahun 2017 BPS (Badan Pusat Statistik) merilis data komposisi penduduk Indonesia menurut kelompok generasi tahun 2017 yang menunjukkan bahwa sebesar 11,27% penduduk Indonesia merupakan generasi *baby boomers* yang lahir pada tahun 1946-1960. Sebesar 33,75% merupakan generasi Y yang mendominasi komposisi penduduk Indonesia yakni kelompok generasi yang lahir pada tahun 1980 –2000 Purwandi (2016). Di tahun 2020 generasi Y berada pada rentang usia 20 tahun hingga 40 tahun. Usia tersebut adalah usia produktif yang cocok menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia.

Tidak bisa dipungkiri bahwasanya perkembangan zaman menjadi salah satu faktor berkembangnya daya intelektual seseorang, termasuk dalam banyak hal seperti kemampuan teknologi, pilihan gaya hidup, dan yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari adalah gaya berkomunikasi. Homogenitas dalam dunia

pekerja sejatinya memang selalu terjadi. Perputaran karyawan pada aspek dunia kerja pasti akan selalu terjadi. Usia pensiun pun mempengaruhi keluar-masuknya karyawan pada sebuah organisasi pekerjaan. Usia pensiun pekerja sektor swasta yaitu rata-rata 55 tahun dan saat ini rata-rata usia 20 tahun sudah bisa melamar pekerjaan yang membuat pengetahuan tentang dunia kerja dari bermacam-macam usia menjadi lebih plural. Pekerja saat ini pun semakin aktif dipenuhi oleh kisaran usia pada generasi Y dan generasi Z. Masing-masing pekerja baik dari generasi Y dan generasi Z memiliki karakteristik khusus yang sangat nyata. Bencsik dan Machova menjelaskan bahwa generasi Z sangat cepat dalam mengakses informasi dan bereaksi atas gelombang informasi yang melingkupinya (Bencsik dan Machova, 2016: 42). Tidak terlalu berbeda dengan generasi Z, generasi Y juga sudah akrab dengan internet karena perkembangannya terjadi di tahun 1993-an namun generasi ini dapat dikatakan tidak semahir generasi Z dalam penggunaan internet khususnya media sosial. Gaya komunikasi ialah cara dan gaya bahasa langsung yang baik dalam mempengaruhi perbandingan, mengekspresikan perasaan, serta pengalaman sebagai pengganti komunikasi (Novitasari, 2014). Gaya komunikasi seseorang sangat dipengaruhi dari kehidupan sehari-harinya baik dari latar belakang, lingkungan, pengetahuan, dan lainnya. Perbedaan gaya komunikasi ini juga dapat mempengaruhi seseorang dalam menjelaskan ide, gagasan, dan pendapatnya kepada orang lain, terkhusus pada lingkungan pekerjaan. Interaksi dan komunikasi masing-masing manusia dilakukan antar pribadi. Komunikasi yang dilakukan ketika bertemu tatap muka langsung dengan masing-masing individu

adalah komunikasi antar pribadi atau biasa dikenal dengan sebutan komunikasi interpersonal. Komunikasi antar pribadi dilakukan dengan komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal. Komunikasi interpersonal menjadi sarana dalam membangun hubungan tiap manusia yang berbeda generasi. Komunikasi yang tercipta pun terjadi antara kedua pihak yang berkomunikasi. Bentuk komunikasi interpersonal seperti tatap muka langsung (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, maupun dengan berbagai media komunikasi lainnya yang membuat antar manusia terhubung (Susanto, 2018). Interaksi komunikasi antar individu mempengaruhi beberapa aspek seperti cara bekerja, cara berdiskusi, dan pengambilan keputusan. Dalam teori komunikasi interpersonal, hubungan antara individu tidak hanya dipengaruhi oleh bahasa dan verbal, tetapi juga oleh faktor non-verbal, emosi, serta persepsi masing-masing individu terhadap lawan bicaranya. Namun, meskipun banyak penelitian yang membahas komunikasi antar kelompok atau antar individu, belum banyak yang mengkaji secara mendalam mengenai dinamika komunikasi interpersonal antara karyawan berbeda generasi khususnya generasi X, generasi Y, dan generasi Z. Perubahan struktur demografi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong pergeseran cara individu berkomunikasi, terutama di ranah digital. Generasi Y (milenial) dan Generasi Z sebagai kelompok usia yang paling aktif di media sosial menunjukkan pola komunikasi yang unik dan berbeda dari generasi sebelumnya. Interaksi mereka di media digital sering kali ditandai dengan penggunaan bahasa yang lebih ringkas, ekspresif, dan tidak formal, serta penggunaan elemen visual seperti emoji, stiker,

GIF, hingga meme yang berfungsi sebagai alat bantu komunikasi sekaligus penanda identitas budaya. Penggunaan simbol-simbol visual ini bukan hanya berperan sebagai pelengkap pesan, tetapi juga membawa makna tertentu yang hanya dapat ditafsirkan secara tepat dalam konteks sosial dan budaya digital yang berkembang di lingkungan mereka. Media sosial, dalam konteks ini, menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi—ia berfungsi sebagai ruang ekspresi personal, pembentukan identitas, serta arena untuk menjalin relasi sosial dan menyampaikan opini secara kreatif. Menurut pernyataan Deloitte (2021), Generasi Y dan Z memiliki karakteristik yang sangat adaptif terhadap teknologi digital dan cenderung mengutamakan komunikasi yang cepat, efisien, dan visual. Kecenderungan ini terbentuk dari pengalaman mereka tumbuh dalam era konektivitas tinggi dan paparan terhadap media digital sejak usia dini. Dalam konteks tersebut, simbol-simbol digital menjadi bagian dari “bahasa baru” yang digunakan untuk berkomunikasi secara efektif di dunia maya. Meneliti gaya komunikasi dan penggunaan simbol oleh generasi ini menjadi penting untuk memahami bagaimana makna dibentuk dan dipertukarkan dalam era digital, serta bagaimana media sosial membentuk pola interaksi sosial generasi masa kini.

Dalam unggahan sebuah akun X bernama @mkhairulazri menuliskan tentang bagaimana perbedaan generasi Y dan generasi Z dalam bekerja. Ia menjelaskan bahwa generasi Y memiliki kemampuan adaptasi yang cepat tetapi banyak beberapa kemampuan yang tidak dapat dilakukan dalam bekerja. Sementara itu yang terjadi pada generasi Z, banyak kemampuan yang dapat dilakukan dalam bekerja dan

mampu mempelajari suatu hal dengan cepat tetapi memiliki daya individualistik yang dominan dan sering merasakan *social awkwardness* (Pew Research Center, 2019). Selain itu, berdasarkan penelitian pada studi Glassdoor (2022) menyatakan bahwa lebih dari 25% karyawan milenial atau generasi Y merasa tertekan dengan tuntutan pekerjaan mereka meskipun gaji yang diterima tidak cukup baik dan generasi muda lebih sering menaruh ekspektasi tentang hal yang tidak realistik dalam pekerjaan mereka. Tak hanya itu, di media sosial juga kerap kali terjadi perselisihan pendapat antara gaya interaksi dan komunikasi generasi Y dengan generasi Z, khususnya di dunia kerja. Peneliti juga menemukan bahwa adanya stigma tentang perbedaan cara berkomunikasi di dunia kerja antara generasi Y dan generasi Z di X yaitu dari *tweet* yang diunggah sebuah akun pada 14 November 2024.



Sumber <https://x.com/edhldra>

Tulisan tersebut mendapatkan perhatian dan komentar pro dan kontra khalayak yang didominasi oleh generasi Y dan generasi Z. Pemilik akun X @edhldra menuliskan “*GENZ ADA YANG BISA KERJA BENER GA SIH*“ dengan penjelasan di bawahnya. Ia menyatakan beberapa alasan dan salah satunya menunjukkan adanya perbedaan gaya dalam bekerja yang terletak pada kalimat “...kalo ga ditanya progres ga akan laporan, di kantor full *headset* disaat kerjaan perlu koordinasi”. Kalimat ini menunjukkan bagaimana komunikasi yang hendak dilakukan antara sang penulis akun dengan generasi Z – yang dimaksud anggotanya dalam bekerja – mengalami permasalahan dalam komunikasi. Ketika komunikator dan komunikan tidak menemukan media dan saluran yang tepat untuk berkomunikasi, akan sulit melakukan komunikasi efektif. Peneliti ingin mengetahui apakah di antara pekerja di perusahaan seperti PT Multi Hanna Kreasindo Tbk juga mengalami permasalahan serupa.

Interaksi antara individu yang berada pada suatu lingkup yang sama dengan tujuan yang sama tentunya akan menyebabkan perilaku komunikasi yang aktif. Para karyawan di perusahaan PT Multi Hanna Kreasindo Tbk pun secara aktif melakukan komunikasi setiap harinya. Perusahaan yang bergerak dalam bidang Pemanfaatan dan Pengolahan Limbah B3 ini telah berdiri sejak tahun 2004. PT Multi Hanna Kreasindo Tbk memiliki ratusan karyawan dengan latar belakang yang berbeda-beda, baik perbedaan daerah bahkan pendidikan. Karyawan yang termasuk ke dalam kategori generasi Y dan generasi Z juga menjadi populasi yang cukup banyak di perusahaan ini. Sistem kerja pada perusahaan yang adalah hadir *on-site*

dari hari Senin hingga Jumat bahkan ada pula yang hadir di hari Sabtu dan Minggu menjadi faktor terjadinya proses interaksi dan komunikasi langsung yang aktif antar karyawan. Pilihan media komunikasi yang digunakan oleh karyawan selain tatap muka diantaranya adalah *WhatsApp* dan *E-Mail*. Tidak hanya itu, penggunaan *Google Meeting* dan *Zoom Meeting* untuk diskusi dengan internal maupun pihak eksternal juga aktif dilakukan. Salah satu contoh nyata perbedaan gaya komunikasi dari karyawan generasi Y di grup WhatsApp PT Multi Hanna Kreasindo Tbk ketika menyampaikan informasi terkait pekerjaan suatu divisi.



Salah satu karyawan generasi Y berinisial P (perempuan) merupakan manajemen dari divisi PPIC. Dalam perusahaan, pemenuhan kebutuhan untuk setiap divisi, dilakukan oleh divisi General Asset & Purchasing yang dilakukan oleh seorang karyawan generasi Y berinisial R (laki-laki). Dalam karakter kerja para generasi Y yang terlihat pada perusahaan PT Multi Hanna Kreasindo Tbk, perilaku

menegur yang dilakukan di grup WhatsApp besar yang dapat dilihat oleh banyak karyawan, terasa wajar dilakukan oleh masing-masing karyawan. Berbeda dengan generasi Z yang lebih sering memendam kekesalan terhadap kesalahan pekerjaan yang dilakukan dan generasi X yang lebih berani untuk menegur secara langsung karyawan yang bersalah. Tidak hanya secara tatap muka, tetapi juga di depan umum. Selain itu, dari contoh tersebut terlihat penggunaan simbol kata “Beb” dalam sebutan panggilan memunculkan kesan kedekatan antar individu yang berasal dari jarak usia yang tidak terlalu jauh, terlebih perbedaan gender antara perempuan dan laki-laki.

Penggunaan kata dan simbol yang cukup aktif di kalangan pekerja yang berasal dari beragam daerah di perusahaan tersebut, ternyata tidak dapat dipakai dan diaplikasikan seluruhnya di dalam interaksi komunikasi. Lalu, antara karyawan dari generasi Y dan generasi Z juga kerap kali ditemukan kejadian misinformasi, terlebih ketika membahas tentang topik di media sosial. Ketika miskonsepsi tentang suatu topik yang berkaitan dalam pekerjaan, perlu dilakukan komunikasi secara tatap muka kepada individu yang bersangkutan. Kesulitan saling mengerti pola pikir dan juga budaya kerja masing-masing generasi juga menimbulkan kesalah pahaman antar pihak. Tak jarang terjadi momen ketika pihak generasi Y menganggap generasi Z tidak mampu melakukan pekerjaannya dengan baik. Sama seperti penjelasan yang diunggah oleh beberapa akun di platform X di atas, semakin banyaknya konflik yang terjadi antara generasi Y dan generasi Z menimbulkan kemunculan hal-hal baru seperti pelabelan pada masing-masing generasi. Salah

satunya adalah penyebutan label istilah “generasi strawberry” untuk menggambarkan sebagian generasi muda yang kreatif namun rapuh. Label pada generasi Z ini menjelaskan bahwa masyarakat kaum generasi Z mudah menyerah, putus asa, memiliki kondisi fisik yang lemah, dan rendah dalam daya saing (Zega, dkk: 2024). Pada karyawan generasi Y dan generasi Z di PT Multi Hanna Kreasindo Tbk, pimpinannya dipenuhi dengan pekerja dari generasi Y yang berarti berusia 30 tahun ke atas. Hampir seluruhnya merupakan pimpinan yang baru bergabung dengan perusahaan di 1-2 tahun terakhir sehingga perkembangan intelektual bahasanya masih menyesuaikan dengan perkembangan bahasa yang terjadi saat ini. Berbanding terbalik dengan staf yang dimiliki, para karyawannya dipenuhi dengan jarak usia yang cukup jauh yang berada pada kisaran 20 – 30 tahun yang termasuk ke dalam kategori usia generasi Z sehingga latar belakang pengetahuan dalam bidang pekerjaan cukup terasa perbedaannya namun para staf tersebut memiliki penguasaan bahasa yang sudah lebih luas. Perbedaan tersebut sangat menarik untuk diteliti karena para pemimpin dari generasi Y tersebut pastinya memiliki alasan untuk merekrut anggota karyawan dari generasi Z yang sudah terlebih dulu memiliki penilaian di mata pihak-pihak tersebut.

Perbedaan generasi juga menjadi pendukung akan timbulnya kejadian komunikasi yang tidak efektif antara pekerja dari generasi yang berbeda. Terjadinya perbedaan gaya bahasa, pemilihan kata, pengetahuan tentang norma, dan pola pikir yang berbeda antara masing-masing generasi juga mampu menjadi alasan terjadi kesalahan dalam melakukan interaksi masing-masing karyawan. Tidak hanya itu,

cara menilai tentang bidang pekerjaan yang digeluti pun mampu menjadi alasan mengapa terjadi cara penyampaian pesan yang berbeda di antara masing-masing individu. Komunikasi interpersonal dinilai tepat dalam menilai daya efektifitas atau tidaknya sebuah pesan dapat dikirim maupun diterima oleh para pekerja. Penggunaan *WhatsApp* dan *e-mail* pun sangat aktif digunakan sehingga peneliti dapat melihat apakah komunikasi dapat dilakukan tidak hanya melalui tatap muka ketika berinteraksi secara langsung melainkan secara daring. Sebagai perusahaan yang resmi menjadi perusahaan terbuka di tahun 2024, PT Multi Hanna Kreasindo Tbk harus mampu bergerak secara cepat dalam hal komunikasi untuk menjaga kelangsungan pekerjaan karena posisi kantor yang tidak hanya di Bekasi tetapi juga adanya kantor representative di luar kota seperti di daerah Banten dan Jawa Tengah sehingga peneliti pun ingin melihat apakah pimpinan yang merupakan generasi Y juga mampu mengoordinasikan anggotanya yang termasuk ke dalam generasi Z dalam hal komunikasi interpersonal. Peneliti merasa bahwa perbedaan jarak juga bisa menjadi faktor yang dapat dinilai untuk interaksi dan komunikasi jarak jauh mampu berjalan efektif atau tidak. Komunikasi interpersonal juga memerlukan keefektifan media untuk sampai dari pengirim kepada penerima. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mencoba menilik apakah jarak dapat dilihat Hal inilah yang menarik peneliti untuk melakukan analisis dan mengetahui lebih lanjut tentang perbedaan gaya komunikasi yang dapat terjadi antara karyawan berbeda generasi di PT Multi Hanna Kreasindo Tbk dengan memutuskan memilih topik atau judul penelitian **“Perbedaan Gaya Komunikasi Pada Karyawan Generasi X,**

## **Generasi Y, Dan Generasi Z Di Media Sosial (Studi Kasus Komunikasi Chat PT Multi Hanna Kreasindo Tbk)”.**

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memutuskan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perbedaan gaya komunikasi antara karyawan Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z PT Multi Hanna Kreasindo Tbk di media sosial?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti bertujuan melakukan penelitian untuk menemukan hal-hal yang menjelaskan perbedaan gaya komunikasi antara karyawan Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z PT Multi Hanna Kreasindo Tbk di media sosial.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis dengan penjelasan sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Menambah wawasan dan memperkaya kajian tentang perbedaan gaya komunikasi yang terjadi pada karyawan lintas generasi khususnya pada generasi X, generasi Y, dan generasi Z dengan meneliti penggunaan pesan dan simbolik perbedaan usia di media sosial.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat, generasi X, generasi Y dan generasi Z untuk mengetahui perbedaan intelektual dalam penggunaan simbolik dan pesan di media sosial.

