

Peran Serta Aksi Gen-Z dalam Era Serba Teknologi

Nasywa Naifah Hilman^{1*}, Lulu Budiani Hardiana², Gita Indah Cahyani³,
Nurul Hikmah Mayleni⁴, Rahmah Syakinah⁵
¹⁻⁵Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Alamat: JL Raya Serang – Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya 42124

Korespondensi penulis: nasywanaifah4@gmail.com*

Abstract. *The rapid evolution of digital technology has significantly reshaped how Generation Z communicates, interacts, and participates in social activities. Born in a digital-native era, Gen Z demonstrates strong capabilities in using digital platforms, positioning them as key players across various domains, from social engagement to the workforce. This research applies a descriptive qualitative method to explore how Gen Z actively and creatively utilizes technology. Data were gathered through semi-structured interviews, online observation, and digital content analysis. The findings indicate that Gen Z frequently engages with social media platforms like TikTok, Instagram, and WhatsApp to express themselves, share insights, and expand their networks. However, uncontrolled usage also brings potential downsides such as digital addiction and exposure to inappropriate content. In the professional world, their digital proficiency offers a strong advantage, as they are quick to adapt to evolving digital work systems. In conclusion, Generation Z holds substantial potential to influence social and economic transformation, provided they are supported with sufficient digital literacy and appropriate guidance.*

Keywords: Digital literacy, Digital technology, Generation Z, Social engagement, Social media.

Abstrak. Kemajuan teknologi digital secara pesat telah membawa perubahan besar dalam cara Generasi Z berinteraksi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial. Generasi yang lahir di era digital ini dikenal memiliki kemampuan tinggi dalam mengakses dan menggunakan media digital, sehingga mereka berperan penting dalam berbagai bidang, mulai dari aktivitas sosial hingga dunia kerja. Penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif untuk mendalami bagaimana Gen Z memanfaatkan teknologi secara kreatif dan aktif. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara semi-terstruktur, observasi daring, serta analisis dokumen digital. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Gen Z sangat aktif menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi, dan membangun relasi sosial. Namun, penggunaan yang tidak terkontrol juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti kecanduan digital dan paparan konten yang kurang edukatif. Di sektor kerja, penguasaan teknologi oleh Gen Z menjadi keunggulan kompetitif karena mereka mampu menyesuaikan diri dengan sistem kerja digital yang terus berkembang. Kesimpulannya, Gen Z memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi, dengan syarat ditunjang literasi digital yang memadai serta pendampingan dari lingkungan sekitar.

Kata kunci: Literasi digital, Teknologi digital, Generasi Z, Partisipasi sosial, Media sosial.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari cara berkomunikasi, bekerja, hingga berinteraksi sosial. Generasi Z, yaitu mereka yang lahir sekitar pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi tersebut. Mereka tidak hanya akrab dengan teknologi, tetapi juga menjadikannya sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari (Moulina et al., 2024).

Dalam era yang serba digital ini, Gen-Z memiliki peran yang semakin menonjol. Mereka aktif di media sosial, kreatif dalam memproduksi konten, serta kritis dalam menyikapi isu-isu sosial, politik, dan lingkungan. Aksi-aksi mereka tidak hanya terjadi di dunia nyata, tetapi juga meluas ke ruang digital, seperti kampanye sosial online, gerakan solidaritas melalui platform digital, hingga keterlibatan dalam diskusi publik secara virtual (Faidh et al., 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa Gen-Z bukan hanya pengguna teknologi, tetapi juga agen perubahan yang mampu memanfaatkan teknologi untuk menyuarakan opini, membentuk gerakan, dan mendorong perubahan sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana peran serta aksi Gen-Z membentuk dinamika sosial di era teknologi saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bentuk-bentuk partisipasi aktif Gen-Z dalam berbagai kegiatan sosial dan digital, serta menganalisis bagaimana mereka memanfaatkan teknologi sebagai alat ekspresi dan keterlibatan. Dengan begitu, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai potensi besar Gen-Z sebagai generasi yang adaptif dan progresif dalam menghadapi tantangan zaman.

2. KAJIAN TEORITIS

Memasuki abad ke-21, kemajuan teknologi informasi memberikan pengaruh besar terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam sektor bisnis dan komunikasi perusahaan (Andini et al., 2024). Salah satu fenomena penting yang muncul adalah Society 5.0, yang menandai adanya integrasi mendalam antara teknologi dan kehidupan manusia sehari-hari. Konsep ini kini menjadi sorotan utama dalam proses perubahan sosial dan ekonomi (Sari et al., 2024). Dalam situasi ini, cara perusahaan menjalin komunikasi dengan pemangku kepentingan di era Society 5.0 menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Seiring berkembangnya teknologi, Society 5.0 hadir sebagai kelanjutan dari Revolusi Industri 4.0, yang awalnya fokus pada digitalisasi dan otomatisasi di bidang industri dan manufaktur. Society 5.0 sendiri merupakan gagasan masyarakat masa depan yang pertama kali diperkenalkan oleh pemerintah Jepang (Sari et al., 2024). Berbeda dari pendahulunya, Society 5.0 menekankan integrasi teknologi secara menyeluruh dalam kehidupan masyarakat. Transformasi ini mengedepankan pendekatan yang berpusat pada manusia, dengan tujuan menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan penyelesaian masalah sosial melalui perpaduan antara dunia digital dan fisik (Ilma Agustin et al., 2024) (Sari et al., 2024).

Adapun data tertulis bahwa ada 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, hal itu setara dengan 60,4% dari jumlah populasi. Dapat dipastikan, 78,5% dari pengguna minimal memiliki satu akun media sosial. Hal ini diartikan bahwasannya lebih dari tiga per empat

penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial dan membuat jejaring sosial semakin berkembang pesat (Siringoringo et al., 2025) (Firdaus et al., 2024).

Data tersebut mengatakan bahwa generasi z lebih mampu untuk mengoprasikan teknologi dibanding generasi generasi terdahulunya. Generasi Z dalam mengoprasikan internet seperti hal nya Hp atau perangkat lainnya terdapat karakter yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya misalnya, Generasi Y ataupun Milenial. Generasi ini tumbuh dengan teknologi digital yang mempermudah akses internet dalam perangkat pintar yaitu seperti hp. Dengan demikian cara berkomunikasi dengan gen Z memerlukan metode dalam pendekatannya. Karena dalam sudut pandang mereka, komunikasi bukan sekedar mengirim pesan melainkan bentuk menekspresikan diri dalam sebuah kreativitas yang ia miliki (Firdaus et al., 2024) (Pramudita et al., 2024).

Kemunculan internet dan media sosial memberikan sejumlah dampak positif bagi individu, salah satunya adalah mendorong kreativitas dalam membuat dan membagikan konten. Selain itu, pengguna dapat dengan mudah mengirim maupun menerima pesan dari berbagai pihak tanpa dibatasi waktu dan lokasi (Faidh et al., 2024). Media sosial juga menjadi ruang baru untuk menyeimbangkan interaksi antara dunia maya dan dunia nyata (Septyani et al., 2024). Meski demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa media sosial juga membawa efek negatif. Salah satunya adalah risiko kecanduan akibat penggunaan berlebihan, yang berpotensi membuat seseorang menjadi tertutup dan kurang berinteraksi secara langsung dengan orang lain (Apriyanti et al., 2024).

Generasi Z cenderung menyukai gaya komunikasi yang santai, terbuka, ramah, serta menghargai perbedaan. Mereka terbiasa menyampaikan pesan secara ringkas namun tetap jelas. Komunikasi virtual menjadi pilihan utama bagi Gen Z, termasuk penggunaan aplikasi percakapan grup. Melalui fitur ini, mereka tetap bisa menjalin hubungan sosial dan berbagi informasi, meskipun jarak memisahkan dengan teman-temannya.

Namun dibalik kepandaian generasi z dalam menggunakan gawai ada hal yang malah merujuk kepada kekhawatiran karena hadirnya media sosial membuat tingkat moralitas anak generasi z menurun (Firdaus et al., 2024). Seperti contoh munculnya perilaku menyimpang pada remaja adalah kemudahan mengakses konten negatif di internet. Remaja yang tidak mendapat pengawasan memadai dari orang tua berisiko tinggi terpapar berbagai situs berisi konten ilegal, seperti pornografi, perjudian, kekerasan, maupun informasi palsu. Paparan terhadap konten semacam ini bisa berdampak buruk pada perilaku mereka, apalagi pada masa remaja yang merupakan fase pencarian jati diri dan sangat rentan terhadap pengaruh luar.

Karena itu, keterlibatan orang tua dalam mengawasi penggunaan internet anak-anak menjadi sangat penting. Orang tua perlu aktif dalam mengontrol serta membatasi akses terhadap situs-situs berbahaya, sekaligus memberikan pemahaman tentang risiko dari penggunaan internet yang tidak bijak. Pengawasan ini bukan hanya bertujuan untuk memblokir konten negatif, tetapi juga mendidik anak agar mampu menggunakan internet dengan cara yang bertanggung jawab (Siringoringo et al., 2025).

Di Indonesia sendiri, media massa telah banyak melaporkan peningkatan kasus kriminal yang melibatkan remaja, yang sebagian besar disebabkan oleh penggunaan internet yang tidak terkendali. Salah satu fenomena yang kini cukup mengkhawatirkan adalah meningkatnya keterlibatan remaja dalam aktivitas judi online, termasuk permainan slot yang semakin populer di kalangan mereka (Saefullah et al., 2024).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan metode yang digunakan di dalam penelitian penulis. Jenis penelitian serta paradigma juga disampaikan. Bila jenis penelitian kuantitatif, dapat memasukkan rumus slovin serta tabel-tabel utama saja. Di dalam jurnal ini dapat menggunakan tabel dan gambar, masing-masing minimal satu dan maksimal untuk enam untuk keseluruhan. Metode penelitian menjelaskan tentang tahap penelitian secara rinci dan jelas sehingga dapat dirujuk oleh peneliti lain (*repeatable and reproduceable*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana Generasi Z berperan dan beraksi di tengah kemajuan teknologi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman dan pandangan Gen-Z secara lebih mendalam, terutama dalam kaitannya dengan dunia digital yang sangat mereka akrabi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Gen-Z memanfaatkan teknologi dalam kehidupan mereka, termasuk untuk berkomunikasi, berkreasi, dan terlibat dalam aksi sosial.

Penelitian ini melibatkan Gen-Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Responden dipilih dengan metode purposive sampling, yakni memilih mereka yang aktif menggunakan teknologi dan media sosial dalam kegiatan sehari-hari, baik untuk keperluan pendidikan, pekerjaan, maupun aktivitas sosial. Wawancara semi-terstruktur, yang memberikan kebebasan bagi responden untuk menjelaskan pandangan dan pengalaman mereka lebih rinci. Observasi online, dengan mengamati aktivitas Gen-Z di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp.

Studi dokumentasi, dengan meninjau konten digital yang dihasilkan oleh Gen-Z, seperti unggahan media sosial dan artikel yang relevan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang mengacu pada model analisis Miles dan Huberman. Data yang diperoleh akan dicari pola dan temuan yang berkaitan dengan keterlibatan dan aksi Gen-Z di era digital.

Hasil penelitian yang didapat dari hasil di atas ialah membuktikan bahwa generasi z merupakan generasi yang paling banyak berinteraksi langsung dengan teknologi terutama media sosial seperti tiktok, Instagram, twitter dan lain lain. Ada banyak variasi kegiatan yang dilakukan generasi z dengan media seosial, seperti bersosial dengan teman, mencari hiburan, mencari informasi, berbisnis dan hal seru lainnya.

Adapun artikel yang mengatakan penelitian ini memfokuskan pada eksplorasi strategi pemasaran produk kosmetik Wardah di Guardian Ramayana Serang, dengan penekanan pada analisis SWOT dan bauran pemasaran (4P). Melalui wawancara dengan narasumber, terungkap bahwa keunggulan utama Wardah terletak pada tingginya tingkat pengenalan merek di kalangan konsumen. Keterkenalan produk Wardah oleh masyarakat secara umum menciptakan kondisi di mana pemasaran produk di Guardian Ramayana Serang menjadi lebih mudah, tanpa perlu usaha ekstra dalam membangun kesadaran merek (Ilma Agustin et al., 2024). Ini membuktikan bahwa gen z bisa memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan bisnis digital.

Komunikasi Efektif bagi Generasi Z

Dalam dunia kerja yaitu salah satu bentuk komunikasi yang efektif dapat memberikan pengaruh positif terhadap anggota tim atau karyawan, khususnya mereka yang berasal dari Generasi Z . Generasi ini dikenal memiliki ciri khas tersendiri, seperti kemampuan teknologi yang tinggi, keinginan kuat untuk ikut ambil bagian, serta harapan terhadap transparansi dan keterlibatan dari manajemen. Oleh karena itu, pola komunikasi dalam perusahaan perlu disesuaikan agar mampu menciptakan suasana kerja yang mendukung perkembangan serta meningkatkan kinerja karyawan Gen Z (Krisis et al., 2025).

Tantangan di Era Industri 4.0

Dalam menghadapi era Industri 4.0, komunikasi organisasi juga dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan proses digitalisasi. Hal ini mencakup kemampuan karyawan dalam menjalankan fungsi lintas batas (boundary spanning), pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana komunikasi eksternal, mengenali publik yang berpotensi menjadi influencer, serta melakukan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi yang dijalankan dan dampaknya terhadap audiens (Andini et al., 2024).

"Lingkungan kerja yang inklusif tidak hanya menciptakan rasa aman bagi setiap individu untuk menjadi diri mereka sendiri, tetapi juga memperkuat kerjasama tim dan kreativitas, yang pada akhirnya meningkatkan inovasi dan kinerja organisasi (Gusti et al., 2024).

Salah satu pendekatan yang bisa diterapkan dalam komunikasi di lingkungan kerja adalah komunikasi asertif (Motik et al., 2024). Gaya komunikasi ini menempatkan diri di antara sikap pasif dan agresif, di mana individu mampu menyampaikan pendapat atau perasaan secara jujur namun tetap menghargai pihak lain (Laksana et al., 2024).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Generasi Z merupakan kelompok usia yang mendominasi jumlah penduduk saat ini dan memiliki peran penting dalam kemajuan teknologi digital. Mereka tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang pesat, sehingga memiliki kemampuan tinggi dalam menggunakan perangkat dan platform digital. Hal ini menjadikan Gen Z sebagai generasi yang lincah, kreatif, dan cepat beradaptasi dalam berbagai situasi, termasuk di lingkungan kerja.

Pemanfaatan teknologi oleh Gen Z membawa dampak yang beragam. Di satu sisi, mereka dapat mengakses informasi secara instan, menyalurkan ide kreatif, dan memanfaatkan internet untuk berbagai aktivitas produktif. Namun di sisi lain, penggunaan teknologi yang berlebihan juga bisa memicu masalah seperti kecanduan digital, kurangnya interaksi sosial secara langsung, serta terpaparnya konten yang tidak mendidik.

Dalam dunia kerja, keahlian Gen Z di bidang teknologi memberikan keuntungan besar. Mereka mampu menyesuaikan diri dengan sistem kerja digital, mengoperasikan berbagai alat komunikasi modern, dan bekerja secara fleksibel melalui platform online. Hal ini menjadi modal utama untuk menghadapi tantangan di era digital seperti sekarang.

Secara keseluruhan, keterlibatan Gen Z di era teknologi menunjukkan bahwa mereka tidak hanya siap menghadapi perubahan, tetapi juga punya potensi besar dalam menciptakan inovasi yang bermanfaat. Meski begitu, penting bagi mereka untuk terus mengembangkan literasi digital agar dapat memanfaatkan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Andini, O. P., Darmayanti, S., Sari, I. F., & Laksana, A. (2024). *Peran Human Relation dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif*.
- Apriyanti, H., Aeni, I. S., Kinaya, R. S., Nabilla, N. H., Laksana, A., & Latief, L. M. (2024). *Keterlibatan penggunaan media sosial pada interaksi sosial di kalangan Gen Z meningkatkan kreativitasnya untuk mendesain isi media yang dimiliki, dapat mengirim dan*.
- Faidh, M. A., Maulana, M. E., Putri, N. E., Putri, I., Munir, T. A., Laksana, A., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Bina, U., Kampus, A., Raya, J., No, K. M., & Jaya, K. C. (2024). *Peran media sosial X dalam perkembangan komunikasi di era digital*, 1, 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Firdaus, Z. M., Febriyanti, G., Sulistiawati, Jumiah, & Laksana, A. (2024). Peran media sosial dan citra merek dalam minat beli Ms Glow. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 119–124.
- Gusti, D. P., Azima, F., Saputra, R. G., Ramadhan, R. D., & Laksana, A. (2024). *Peran Human Relations dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif*.
- Ilma Agustin, D., Hasanah, U., Gusliyani, A., & Laksana, A. (2024). Strategi pemasaran Guardian Ramayana Kota Serang dalam meningkatkan penjualan produk Wardah. *Jurnal Mahasiswa*, 6(1), 45–54. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i1.818>
- Krisis, D. M., Azhar, I. N., Laksana, A., Fajarwati, N. K., & Fitrianti, R. (2025). Strategi komunikasi korporat: Membangun loyalitas karyawan, citra. *01(03)*, 72–75.
- Laksana, A., Deden, D., Arifin, I., & Hibatullah, R. (2024). *Peran komunikasi asertif dalam hubungan kerja yang positif dan produktif*.
- Motik, E. K., Yanti, R., Nazwa, N., Widiyanti, I., Laksana, A., & Bangsa, U. B. (2024). *Pengaruh komunikasi efektif dalam Human Relation terhadap kinerja karyawan serta pembentukan lingkungan kerja yang positif dan produktif*.
- Moulina, T. R., Pratiwi, H. A., Nafsyiah, A., Laksana, A., Raya, J., Jakarta, S., Jaya, K. C., & Serang, K. (2024). *Peran pola komunikasi dalam Human Relations mahasiswa terhadap toxic relationship Universitas Bina Bangsa, Indonesia*.
- Pramudita, S., Miliani, A., Saputra, R. E., Fatchurrochman, A., Idzatullah, A., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi korporasi kepuasan pembelian dan kualitas produk Geprek Bensu. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 99–106. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Saefullah, E., Mufliah, M., Suseno, B. D., Hartoko, G., Laksana, A., & Wahdaliansyah, A. (2024). Penyuluhan hukum: Dampak negatif judi online dan pinjaman online. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2000–2010. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5178>

- Sari, N. J., Rahmanda, E., F., F. Y., & Putri, S. T. (2024). Komunikasi korporasi pada era Society 5.0. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 86–98. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Septyani, R., Amelia, F. C., Choirunnissa, I., & Maulana, M. (2024). *Analisis isi mengenai cara mengenali diri sendiri dalam Podcast Suara Berkelas pada platform YouTube*.
- Siringoringo, R., Rohma, S., Laksana, A., Jl, A., Serang, R., & Jaya, K. C. (2025). *Tantangan komunikasi generasi Z dalam perkembangan digital di Universitas Bina Bangsa, Indonesia*.