



Tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Era Teknologi 5.0

Juliyah^{1*}, Romawinsa Siringoringo², Siti Rohma³, April Laksana⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Email : juliyah269@gmail.com, sitirohanalg@gmail.com, romawinsas@gmail.com,
aprillaksana8@gmail.com

Alamat : Jl. Raya Serang – Jakarta, KM. 03, No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya,
Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: juliyah269@gmail.com*

Abstract : *The development of technology is very rapid and has undergone a significant transformation, especially with the emergence of technology 5.0. In this development, Generation Z is experiencing communication challenges in the development of the 5.0 technology which is increasing. The purpose of this research is to analyze the Communication Challenges of 5.0 in the Digital Age and Understand Generation Z in communicating with the rapid advancement of 5.0 technology. This research is a literature study. Data collection uses documentation from Google School. The data analysis used is the Systematic Literature Review (SLR) method. The vast and growing expansion of the field of communication 5.0 through various digital platforms, such as social media, has made it difficult to communicate 5.0 in the current digital era, especially when connecting with Generation Z. The problem of communication in the current digital era is The current digital era, especially when interacting with Generation Z, is the rapid growth of the field of communication through various digital platforms, including social media, instant messaging, online content, other media, and so on. The characteristics of Generation Z, such as their tendency towards concise communication, strong visuals, and video, influence their communication style. Building a solid and productive partnership requires knowledge of the partnership and customization of your communication approach. In addition, it must be recognized that Generation Z is very tech-savvy, which can lead to privacy and security issues that need to be handled carefully if you want to establish effective communication with this generation.*

Keywords: *Communication, Generation Z, Digital Development, Technology 5.0.*

Abstrak : Perkembangan teknologi sangat pesat dan mengalami transformasi yang signifikan, terutama dengan munculnya teknologi 5.0. Dalam perkembangan tersebut Generasi Z mengalami tantangan komunikasi dalam perkembangan teknologi 5.0 tersebut yang semakin meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Tantangan Komunikasi 5.0 di Era Digital dan Memahami Generasi Z dalam berkomunikasi dengan kemajuan teknologi 5.0 yang sangat pesat. Penelitian ini merupakan studi literatur. Data Pengumpulan data menggunakan dokumentasi dari Google School. Analisis data yang digunakan adalah metode *Systematic Literature Review* (SLR). Perluasan bidang komunikasi 5.0 yang sangat luas dan terus berkembang melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, menjadi sulitnya komunikasi 5.0 di era digital saat ini, khususnya ketika terhubung dengan Generasi Z. Permasalahan komunikasi di era digital saat ini adalah Era digital saat ini, khususnya ketika berinteraksi dengan Generasi Z, adalah pesatnya pertumbuhan bidang komunikasi melalui berbagai platform digital, antara lain media sosial, pesan instan, konten online, media lain, dan lain sebagainya. Ciri khas Generasi Z, seperti kecenderungan mereka pada komunikasi yang ringkas, visual yang kuat, dan video, memengaruhi gaya komunikasi mereka. Membangun kemitraan yang solid dan produktif memerlukan pengetahuan tentang kemitraan tersebut dan penyesuaian pendekatan komunikasi Anda. Selain itu, harus diakui bahwa Generasi Z sangat paham teknologi, yang dapat menyebabkan masalah privasi dan keamanan yang perlu ditangani secara hati-hati jika ingin menjalin komunikasi yang efektif dengan generasi ini.

Kata Kunci: Komunikasi, Generasi Z, Perkembangan Digital, Teknologi 5.0.

1. PENDAHULUAN

Pada era digital ini, teknologi telah memberikan pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek masyarakat secara luas, khususnya dalam dunia industri di Indonesia dengan perkembangannya yang pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, akibat dari perkembangan teknologi digital khususnya munculnya teknologi 5.0, cara kehidupan masyarakat umumnya telah banyak berubah akibat dari perkembangan teknologi 5.0 tersebut. Dampak tersebut lebih terasa antara manusia dengan manusia begitupun dengan mesin yang begitu canggih sekarang ini, dengan begitu pengembangan sistem yang lebih canggih, lebih handal, fleksibel dan mampu berinteraksi dengan lingkungan secara lebih efektif. Beberapa teknologi 5.0 yang sedang berkembang antara lain, *Internet of Things* (IoT), *Artificial Intelligence* (AI), *Robotika*, *3D Printing*, dan *Augmented Reality* (AR). (Samala, A. D., 2023), Dampak dari perkembangan tersebut telah menjadi sebuah bukti bahwa media digital sudah menjadi bagian yang sangat penting dalam melaksanakan dan mengembangkan kualitas kehidupan manusia sehari-harinya.

Menurut Klaus Schwab, dalam bukunya yang berjudul “*The Fourth Industrial Revolution*” menyatakan bahwa dalam revolusi industri 4.0 tidak hanya telah mengubah kehidupan kita namun juga identitas atau jati diri kita. Dengan terdampaknya identitas masyarakat di era digital maka segala hal seperti pola konsumsi, konsep kepemilikan, privasi individual, pembagian waktu dalam pekerjaan dan rekreasi, perjalanan karier, komunikasi masyarakat, pengembangan keterampilan, serta hubungan masyarakat juga akan berubah akibat dari revolusi industri 4.0 (Schwab, K., 2019). Hal ini tentu kedatangan teknologi telah mengubah komunikasi secara drastis. Tentu hal ini dapat memberikan efek yang sangat penting terhadap berkomunikasi dalam hal interaksi secara langsung ataupun menggunakan akses informasi yang sekarang mudah dijangkau. Kelompok yang paling terkena dampak dari perkembangan ini adalah Generasi Z. Generasi ini yang umumnya terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, perkembangan teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, hal ini dapat menimbulkan tantangan komunikasi yang harus ditangani dan ditangani (Hutasoit, Rumondang Lumban Gaol And Resmi, 2021).

Karena mereka hampir tidak pernah berhenti menggunakan perangkat untuk mengakses internet. Dibandingkan dengan para pendahulu mereka, Gen Z lebih cekatan dalam mendapatkan informasi baru dan terus mencari tantangan baru, dengan begitu para Gen Z tidak takut perubahan karena terus mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih namun hanya sebatas mengakses hal-hal tertentu yang ia ketahui. Para gen z dalam

memecahkan masalah kesehariannya seperti hal nya tugas-tugas sekolah, kuliah ataupun tugas-tugas lain, ataupun permasalahan lain dalam kehidupannya mereka terus mencoba menemukan pemecahan masalah ataupun tugas-tugasnya melalui mengakses internet. Dalam kemahiran ini para gen z lebih mandiri dalam menggali sebuah informasi dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya (Lukum, Astin;, 2019).

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.

Tantangan dalam berkomunikasi adalah kebutuhan akan kecepatan informasi ataupun pesan yang didapatkan, karena generasi ini terbiasa dengan interaksi yang lebih instan dan cepat, seperti halnya pesan teks, obrolan daring ataupun media sosial lainnya, maka hal ini menjadi bagian yang penting dalam kehidupan. Akibatnya, saat berkomunikasi dengan gen Z, sangat penting untuk merespon dengan cepat dan efektif. Ketika informasi ataupun pesan tidak tepat waktu, maka mereka beralih ke sumber informasi lain yang lebih responsif (Bahijah, Ijah;, 2022).

Penting untuk disadari bahwa Generasi Z menunjukkan preferensi komunikasi yang jauh berbeda. Kelompok demografis ini cenderung lebih menyukai platform media sosial seperti Tik Tok, Instagram, dan Snapchat ataupun platform lain daripada sarana komunikasi tradisional seperti halnya email ataupun telepon seluler. Akibatnya individu ataupun kelompok yang ingin terlibat dengan Generasi Z harus proaktif dan terlibat dalam media sosial, serta memiliki pemahaman yang komperhensif tentang cara memanfaatkan platform ini.

Salah satu tantangan penting dalam komunikasi adalah persepektif Generasi Z terkait dengan privasi dan keamanan data, karena generai ini tumbuh dalam lingkungan yang ditandai dengan seringnya pelanggaran privasi data pribadi seperti halnya pencurian data pribadi. Akibatnya, para generasi Z cenderung lebih berhati-hati dalam membagikan informasi dan mereka berharap tingkat keamanan data pribadi yang lebih privasi dalam hal berkomunikasi. Karena sangat penting bagi individu ataupun kelompok untuk memastikan data pribadi dilindungi dan tidak disalahgunakan (Farunik, Canggih Gumanky;, 2023).

Generasi Z dicirikan oleh preferensi yang kuat terhadap konten-konten visual, seperti animasi, video ataupun gambar daripada informasi tekstual yang begitu panjang. Akibatnya, saat berinteraksi dengan generasi ini penting untuk menyertakan elemen visual yang menarik untuk dapat diserap informasinya. Elemen tersebut dapat mencakup video pendek, infografik dan grafik ataupun hal lainnya yang mudah untuk diakses dan membagikan di media sosial pilihan mereka yang dimiliki.

Selain yang telah disebutkan diatas tantangan komunikasi juga muncul dalam hal gaya bahasa dalam komunikasi karena generasi Z memiliki gaya bahasa dan kode komunikasi tersendiri, yang sangat sulit untuk dipahami oleh para pendahulu mereka. Oleh karena itu, siapapun yang ingin berkomunikasi dengan Generasi Z harus memahami bahasa dan kode komunikasi yang digunakannya agar dapat memahami pesan yang akan disampaikan secara efektif dan efisien. (Alfikri, Adam Wildan;, 2023).

Penting untuk disadari bahwa generasi Z juga memiliki potensi sebagai pengguna konsumen dalam penggunaan media dalam berkomunikasi, meskipun banyak tantangan yang melekat dalam komunikasi dengan mereka. Diantara mereka terdapat individu yang kreatif yang fokus pada pengembangan pribadi dan peka terhadap masalah-masalah sosial. Dengan demikian komunikasi yang ditunjukkan dalam hal ini dapat menjadi sarana membangun hubungan positif dan jangka panjang.

Dalam dunia di mana digital berkembang lebih pesat, untuk memahami Generasi Z dan tantangan dalam komunikasinya sangat penting untuk dipahami lebih mendalam, karena hal ini sangat penting untuk menciptakan hubungan yang efektif kedepannya nanti. Kuncinya adalah beradaptasi dengan preferensi dan cara komunikasi masing-masing individu, serta memastikan mereka menyadari nuansa yang mereka pahami (Lina, Lia Febria;, 2022). Oleh karena itu dalam penulisan ini penulis dapat mengetahui cara memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh generasi Z untuk mengubah dunia komunikasi dan teknologi 5.0 lebih baik kedepannya lagi. Dengan demikian dalam karya ilmiah ini, penulis akan mendalami lebih lanjut mengenai karakteristik, preferensi, dan pola komunikasi yang muncul dari interaksi dengan Generasi Z. Selain itu penulis juga ingin memberikan saran dan strategi dalam mengatasi tantangan yang sekarang dihadapi oleh para generasi Z, untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan generasi saat ini didalam era teknologi 5.0 yang terus berkembang sampai saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah *Literature review Literature review* yaitu suatu proses sistematis untuk menganalisis, mensintesis literatur dan penelitian yang telah ada sebelumnya tentang Komunikasi Generasi Z dan mengenai Perkembangan Digital di Era Teknologi 5.0. Hal ini tentu untuk mempermudah dalam meninjau atau menganalisis bahasan yang terkait. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dari google scholar dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Era Teknologi 5.0 . Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *Systematic literature review* (SLR) yaitu suatu metode penelitian yang menggunakan ilmu pengetahuan, untuk mengidentifikasi sesuatu yang relevan khususnya dalam tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Teknologi 5.0 yang begitu pesat sampai saat ini (Merli, Roberto;, 2018).

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Generasi Z

Generasi Z dikenal dengan suatu kelompok yang lahir sekitar pertengahan tahun 1990-an hingga pertengahan tahun 2010-an, Generasi Z dikenal dengan sebutan Gen Z, yaitu suatu kelompok dimana era digital teknologi dan penggunaan internet berdominasi pada kehidupan sehari-hari. Dalam konteks komunikasi, hal ini penting untuk memahami Generasi Z agar berhasil berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik.

Ciri utama dari Generasi Z adalah kemampuan dalam penggunaan teknologi yang luar biasa, khususnya dalam penggunaan smartphone yang mudah diakses dimanapun dan kapanpun. Generasi Z yaitu generasi pertama yang tumbuh berkembang dengan kemajuan teknologi komunikasi yang begitu pesat yang mudah dalam mengakses segala informasi ataupun komunikasi diantara mereka, medianya yaitu melalui smartphone, tablet ataupun laptop yang mudah dibawa kemana-mana. Dengan kemampuan tersebut sejak dini para generasi Z telah terbiasa dengan perangkat digital yang telah disebutkan diatas, sehingga mereka memiliki pemahaman yang cukup dalam teknologi selain itu dalam pemahaman teknologi tersebut dapat mempengaruhi mereka berkomunikasi ataupun mencari informasi yang begitu mudah didapatkan. Menurut Bahri Syamsul dalam sebuah jurnalnya mengungkapkan bahwa Generasi Z, teknologi adalah alat yang penting untuk berkomunikasi, bersosialisasi dan belajar bagi mereka (Bahari, Syamsul;, 2023).

Dalam hal kecenderungan komunikasi, Generasi Z lebih menyukai komunikasi digital daripada interaksi langsung atau tatap muka melalui aplikasi perpesanan, media sosial, dan pesan teks. Mereka memandang foto, video, emoji, dan teks singkat sebagai alat komunikasi yang efisien. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan media sosial secara luas, dengan situs-situs seperti Instagram, Snapchat, dan TikTok yang sangat penting untuk ekspresi diri dan berbagi pengalaman. Selain itu, mereka sering mencari solusi secara online atau terlibat dalam perdebatan yang berani di forum dan komunitas online.

Sementara itu, kelompok generasi z sering kali menjadi konsumen konten online. Mereka juga terkadang membuat dan menyebarkan informasi elektronik dan tidak hanya mengonsumsi informasi yang didapatkan dari internet. Mereka seringkali menjadi pembuat konten yang membuat blog, film, foto, dan berbagai jenis konten lainnya berkat platform jejaring sosial dan alat kreatif yang tersedia. Mereka mempunyai kendali lebih besar atas cerita yang mereka ikuti dan berinteraksi karena mereka dapat menghasilkan materi dan ikut serta dalam diskusi melalui internet (Safira, Cara Butra Bakti dan Nindiya Eka;, 2017).

Tantangan utamanya adalah kurangnya empati yang dialami Generasi Z hal ini merupakan salah satu kesulitan utama yang signifikan dalam berkomunikasi. Dalam kondisi ini rentang akan perhatian, karena dipengaruhi dari beberapa variabel seperti halnya penggunaan media sosial, konsumsi konten cepat dan teknologi multitasking. Agar pesan komunikasi dapat menarik perhatian mereka secara efektif, pesan tersebut harus ringkas, lugas, dan menarik. Jika tidak, mudah untuk melupakan atau mengabaikan komunikasi.

Meskipun Generasi Z mahir melakukan banyak tugas, hal ini mungkin menghalangi mereka untuk terlibat dalam percakapan yang mendalam. Generasi Z sering kali menangani banyak pekerjaan sekaligus, termasuk berbicara dengan orang lain. Mereka mungkin menjadi kurang terlibat dalam diskusi dan akibatnya kurang mendengarkan dengan penuh perhatian. Dengan demikian, untuk menarik perhatian Generasi Z secara efektif, komunikasi nya harus singkat, padat dan menarik (Armila, Yumita Selvi Rombe Payung;, 2023).

Penting juga untuk menyadari bahwa Generasi Z adalah kelompok yang kritis dan cerdas dalam penggunaan teknologi, khususnya dalam komunikasi yang mereka gunakan, karena mereka dibesarkan di era informasi secara online yang relatif mudah dalam mengakses segala informasi. Akibatnya, mereka kerap mempertanyakan segala hal dan

melakukan penelitian secara mandiri, karena akses yang mudah didapatkan. Selain itu Generasi Z menghormati komunikasi yang tulus dan jujur. Dan terkadang mereka mengabaikan jika isi atau pesan yang disampaikan tidak cukup jelas atau berkesan.

Ada sejumlah taktik yang bisa digunakan untuk mengatasi hambatan komunikasi pada Generasi Z. Pertama, penting untuk menggunakan teknologi yang tepat guna. Metode komunikasi yang efisien bagi Generasi Z adalah dengan menggunakan saluran digital yang sesuai, seperti media sosial atau aplikasi perpesanan, yang populer di kalangan mereka.

Kedua, memiliki kesadaran menyeluruh terhadap nilai-nilai dan kepentingan Generasi Z. Penelitian dan analisis terhadap target audiens mungkin dapat membantu dalam hal ini. Merancang komunikasi yang lebih efektif dapat dibantu dengan mengetahui preferensi, prioritas, dan cara orang terlibat dengan pesan dan konten (Budi, Hengki Irawan Setia;, 2021).

Ketiga, konten harus kreatif. Konten yang orisinal, imajinatif, dan menawan yang pastinya akan dihargai oleh Generasi Z. Perhatian mereka dapat ditangkap dengan menggunakan media visual yang kuat, seperti gambar dan film. Selain itu, milikilah keberanian untuk bereksperimen dan mencoba strategi komunikasi baru.

Terakhir, taktik kuncinya adalah mendorong partisipasi dan respons Generasi Z. Jika mereka merasa terlibat dalam percakapan, mereka akan lebih cenderung membalas. Partisipasi dapat didorong dengan secara aktif melibatkan audiens melalui jajak pendapat atau pertanyaan, serta dengan menggunakan ajakan bertindak.

Perubahan Lingkungan Komunikasi yang dialami Generasi Z

Cara kita terlibat dan berkomunikasi telah berubah di era digital karena perubahan lingkungan komunikasi, dan Generasi Z sangat terkena dampak perubahan ini. Teknologi digital dan perubahan cara masyarakat mengonsumsi konten merupakan dua pendorong utama transisi ini.

Teknologi digital menjadi komponen penting dalam kehidupan Generasi Z sehari-hari. Karena mereka dibesarkan di dunia di mana perangkat seluler selalu menjadi bagian dari kehidupan mereka, mereka sering berkomunikasi melalui media sosial, pesan teks, dan aplikasi pesan instan. Interaksi mereka telah berkembang sebagai akibat dari meningkatnya penekanan mereka pada komunikasi yang cepat dan efektif. Pertumbuhan media sosial juga menawarkan platform komunikasi yang kuat, namun hal ini juga dapat menimbulkan kesulitan. Generasi Z mengalami masalah termasuk cyberbullying, merasa

terkekang oleh perbandingan sosial, dan berada di bawah tekanan untuk mempertahankan kehadiran online mereka (Maturbongs, Yoseph Hendrik;, 2023).

Maka dari itu, gaya komunikasi Generasi Z sangat dipengaruhi oleh perubahan kebiasaan konsumsi konten. Media online, termasuk video YouTube, streaming musik, dan platform streaming video, biasanya menjadi sumber peningkatan konsumsi konten mereka. Akibatnya, mereka kini lebih menyukai film pendek, gambar, dan konten visual lainnya dibandingkan format konten lainnya. Hal ini juga mempengaruhi cara komunikasi disampaikan, menekankan pentingnya menyediakan konten yang menarik dan mudah dipahami dengan cepat.

Tantangan utamanya adalah rentang perhatian yang pendek yaitu masalah utama yang disebabkan oleh lingkungan komunikasi yang terus berkembang ini. Karena Generasi Z terbiasa dengan informasi yang datang dengan cepat, mereka sering kali kurang memperhatikan pesan yang disampaikan. Dengan sumber berita yang terus berpindah-pindah, media sosial juga mempermudah perubahan fokus. Selain itu, kemampuan melakukan banyak tugas merupakan hal yang biasa, sehingga mungkin membuat Anda lebih sulit berkonsentrasi pada satu pesan atau pekerjaan (Lukum, Astin;, 2019).

Berkomunikasi dengan Generasi Z memerlukan penggunaan teknologi yang tepat, seperti aplikasi komunikasi yang relevan, dan pemahaman menyeluruh tentang kebiasaan dan preferensi mereka untuk mengatasi hambatan ini. Untuk menarik perhatian mereka, penting juga untuk mempersonalisasi pesan dan menyertakan konten terkait. Menggunakan konten kreatif, seperti visual yang kuat, membantu membuat komunikasi menjadi lebih menawan. Selain itu, salah satu cara terbaik untuk memastikan bahwa perkataan Anda tidak hanya didengarkan tetapi juga ditanggapi dengan serius adalah dengan mendorong Generasi Z untuk berpartisipasi dan menjawab.

Oleh karena itu, berinteraksi dengan Generasi Z menjadi sangat sulit karena lanskap komunikasi yang terus berkembang di era teknologi 5.0. Namun, kita dapat mengatasi hambatan-hambatan ini dan mencapai komunikasi yang sukses dengan Generasi Z di era digital jika kita memahami generasi ini secara menyeluruh, menggunakan teknologi dengan tepat, dan menciptakan materi yang kreatif (Ambarawati, Maria Fransisca Lies;, 2023).

Tantangan Komunikasi yang Dihadapai Generasi Z

Dalam upaya memahami Generasi Z, permasalahan komunikasi di era digital teknologi 5.0 memiliki sejumlah ciri khas. Pertama, salah satu tantangan terbesar adalah

rentang perhatian yang pendek. Masyarakat tempat Generasi Z tumbuh merupakan masyarakat yang menerima informasi dan rangsangan visual secara terus-menerus. Mereka kurang bisa fokus pada satu subjek atau pesan dalam jangka waktu lama akibat penggunaan media sosial dan asupan materi yang cepat. Oleh karena itu, pesan pemasaran atau komunikasi harus diciptakan untuk menarik perhatian mereka dengan cepat dan menyajikan informasi terkait dengan cara yang menarik.

Kedua, menjadi cukup sulit untuk berkomunikasi saat melakukan banyak tugas. Karena sebagian besar penggunaan gadget digital, Generasi Z memiliki kecenderungan melakukan banyak tugas. Hal ini mungkin membuat sulit untuk fokus dan memahami informasi secara mendalam. Oleh karena itu, pesan komunikasi harus jelas dan ringkas untuk mengatasi keterampilan multitasking.

Ketiga, persyaratan untuk kebutuhan konten terkait adalah kesulitan. Karena mereka adalah pelanggan yang cerdas dan analitis, Generasi Z tidak terpengaruh oleh pesan iklan yang terlalu dramatis atau tidak relevan. Akibatnya, pemasar perlu memiliki pemahaman menyeluruh tentang nilai-nilai dan kepentingan generasi ini. Mereka perlu memilih topik yang relevan dan menyampaikan pesan yang menurut Generasi Z benar-benar penting (Hutasoit, Rumondang Lumban Gaol And Resmi, 2021).

Selain itu, penulis mengklaim bahwa personalisasi pesan sangat penting karena Generasi Z merespons pesan yang tampaknya relevan dengan pengalaman dan pribadi mereka dengan lebih baik. Mereka ingin dianggap sebagai individu yang unik dan bukan hanya sebagai anggota masyarakat umum. Akibatnya, pengecer, distributor, dan pemasar online perlu berupaya berkomunikasi dengan anggota Generasi Z dengan cara yang dirancang khusus untuk mereka.

Solusi untuk mengatasi tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Teknologi 5.0.

Teknik mengatasi hambatan komunikasi 5.0 di era digital, khususnya dalam memahami Generasi Z, memerlukan strategi yang cerdas dan kreatif. Pertama dan terpenting, sangat penting untuk menggunakan teknologi dengan tepat. Karena Generasi Z sudah terbiasa dengan media sosial dan perangkat seluler, bisnis harus memilih platform komunikasi dan aplikasi yang sesuai untuk mereka. Untuk menjangkau audiens Generasi Z, hal ini dapat memerlukan penggunaan situs media sosial terkait seperti Instagram, TikTok, atau Snapchat. Penting juga untuk menggunakan metode komunikasi yang memberikan pesan singkat dan langsung, seperti SMS atau pesan instan.

Kelompok masyarakat juga harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang Generasi Z untuk mengatasi hambatan komunikasi. Hal ini memerlukan penyelidikan dan evaluasi mendalam terhadap nilai-nilai, preferensi, dan perilaku generasi ini. Organisasi dapat menyesuaikan dan menciptakan pesan yang relevan dengan lebih baik ketika mereka memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang audiensnya. Berikutnya, komponen krusial adalah inovasi konten. Karena Generasi Z terbiasa melihat ribuan pesan setiap hari, komunikasi yang unik dan imajinatif memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian mereka. Media visual yang kuat, seperti gambar dan film, dapat digunakan untuk mengkomunikasikan gagasan secara efektif (Bahijah, Ijah, 2022).

Masyarakat juga harus berkonsentrasi untuk memungkinkan Generasi Z dalam mengambil peran aktif untuk berkomunikasi. Hubungan akan diperkuat jika Generasi Z didorong untuk berpartisipasi dan memberikan tanggapan. Memberikan suara dalam berita media sosial, mengundang orang lain untuk meninggalkan komentar atau berbagi materi, dan menggunakan ajakan bertindak secara eksplisit adalah beberapa contohnya. Semua ini akan mendorong partisipasi dan interaksi penonton, memperkuat ikatan.

Sejumlah iklan yang sukses menyita perhatian Generasi Z bisa kita jadikan sebagai studi kasus sukses. Misalnya, iklan dengan konten video singkat dan menarik serta influencer Generasi Z yang disukai sering kali berhasil menjangkau populasi sasaran. Keterlibatan yang tinggi juga dapat dipicu oleh kampanye yang mewakili nilai-nilai dan kepedulian yang penting bagi generasi ini (Farunik, Canggih Gumanky, 2023).

Berdasarkan temuan penelitiannya, April Laksana menegaskan bahwa bisnis harus memahami selera, nilai, dan aspirasi Generasi Z agar dapat mengelola dinamika komunikasi korporat dengan generasi ini secara efektif. Kesimpulan penelitian ini menekankan betapa lazimnya media sosial, komunikasi digital, dan teknologi dalam interaksi Generasi Z. Strategi komunikasi korporat perlu disesuaikan untuk menggabungkan media sosial, pesan instan, dan pemahaman menyeluruh tentang nilai-nilai perusahaan untuk mempertahankan keterlibatan dan produktivitas (Laksana, April, 2024). Artinya dalam menghadapi perkembangan teknologi 5.0 generasi Z dalam berkomunikasi harus disesuaikan dengan integritas media sosial, pesan singkat serta pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai yang terkandung.

Oleh karena itu, memahami Generasi Z memerlukan pendekatan yang menyeluruh guna mengatasi permasalahan komunikasi di era digital dengan tumbuhnya teknologi 5.0. Organisasi yang ingin terhubung dengan generasi ini harus memilih alat dan platform yang tepat, memiliki pemahaman menyeluruh tentang pemirsanya, membuat konten orisinal,

dan mendorong keterlibatan. Di era digital yang berkembang pesat, dunia usaha dapat menggunakan strategi ini untuk menjalin ikatan yang lebih erat dan bermanfaat dengan Generasi Z.

4. PENUTUP

Perkembangan teknologi 5.0 saat ini, khususnya dalam bidang komunikasi telah berkembang luas melalui berbagai platform digital, termasuk media sosial, pesan instan, dan konten online. Hal ini menimbulkan kesulitan, terutama ketika berkomunikasi dengan Generasi Z. Ciri khas Generasi Z, seperti kecenderungan mereka pada komunikasi yang ringkas, visual yang kuat, dan video, memengaruhi gaya komunikasi mereka. Membangun kemitraan yang solid dan produktif memerlukan pengetahuan tentang kemitraan tersebut dan penyesuaian pendekatan komunikasi Anda. Selain itu, harus diakui bahwa Generasi Z sangat paham teknologi, yang dapat menimbulkan masalah privasi dan keamanan yang perlu ditangani secara hati-hati jika ingin menjalin komunikasi yang efektif dengan generasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri, A. W. (2023). Peran pendidikan karakter generasi Z dalam menghadapi tantangan di era Society 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 21–25.
- Ambarawati, M. F. L. (2023). Menavigasi generasi Z: Tantangan manajemen SDM di era baru. *TarFomedia*, 4(2), 8–14.
- Armila, Y. S. R. P. (2023). Pendidikan Kristen dalam keluarga: Upaya membangun karakter anak generasi Z. *Journal of Education*, 3(4), 19.
- Bahari, S. (2023). Analisis strategi komunikasi bisnis efektif di era digital: Studi kasus dari berbagai industri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 74–79.
- Bahijah, I. (2022). Wasathiyah Islam di era disrupsi digital: Pendidikan nilai-nilai wasathiyah Islam dalam bersosial media di kalangan generasi milenial dan generasi Z. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(4), 1–20.
- Budi, H. I. S. (2021). Minimalisir konflik dalam gap generasi melalui pendekatan komunikasi interpersonal. *Jurnal Teologi Injil*, 1(2), 72–87.
- Farunik, C. G. (2023). Tantangan dan peluang bisnis dalam beradaptasi dengan pasar generasi Z. *Jurnal Prosiding: Ekonomi*, 3(1), 487–496.
- Hutasoit, R. L. G. & Resmi. (2021). Media sosial sebagai ruang sakral: Gereja yang bertransformasi bagi perkembangan spiritualitas generasi Z dalam era digital. *Jurnal Kajian Teologi*, 7(1), 146–172.

- Laksana, A. (2024). Dinamika komunikasi korporasi dalam meningkatkan keterlibatan karyawan generasi Z. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 107–118.
- Lina, L. F. (2022). Pemahaman peluang dan tantangan karir di era digital bagi generasi Z di SMA Negeri 1 Natar. *Journal of Community Empowerment*, 2(1), 55–56.
- Lukum, A. (2019). Pendidikan 4.0 di era generasi Z: Tantangan dan solusinya. *Pros. Semnas KPK*, 2(1), 1–3.
- Maturbongs, Y. H. (2023). Generasi Z: Tantangan dan harapan di era digital. *TarFormedia*, 4(2), 15–20.
- Merli, R. (2018). How do scholars approach the circular economy? A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 178, 706–714.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Safira, C. B. B., & Nindiya, E. (2017). Peran bimbingan dan konseling untuk menghadapi generasi Z dalam perspektif bimbingan dan konseling perkembangan. *Jurnal Konseling Gusjiganag*, 624, 1–9.
- Samala, A. D. (2023). *International journal of interactive mobile technologies*, 17.
- Schwab, K. (2019). *Revolusi industri keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.