

## Komunikasi di Era Digital: Tantangan Memahami Gen Z

**Yulianti Fajar Wulandari<sup>1</sup>, Maret Puri Rahastine<sup>2</sup>, Heri Afianto<sup>3</sup>, Yan Bastian<sup>4</sup>, Murtiadi<sup>5</sup>**

<sup>12345</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

correspondence e-mail\*, yulianti.yfw@bsi.ac.id\*; maretapmpr@bsi.ac.id; heri.hao@bsi.ac.id; yan.ybn@bsi.ac.id; murtiadi.mdi@bsi.ac.id

Submitted:

Revised: 19-10-2023

Accepted: 20-10-2023

Published: 30-10-2023

### Abstract

The aim of this research is to analyze Communication Challenges in the Digital Era and Understanding of Generation Z. This type of research is library research. Data collection uses documentation from Google School. Data analysis used Systematic Literature Review (SLR). The research results show that 1) the challenge of generation Z is the very wide expansion of the field of communication through various digital platforms, such as social media, instant messaging and online content. Generation Z has unique characteristics that influence the way they communicate, such as a preference for short messages, images and videos that are effective in conveying messages. Understanding and adapting communication styles with Generation Z is important for building strong and effective relationships. 2) Generation Z has a high level of technological awareness, which can raise privacy and security issues that must be managed wisely in an effort to establish successful communication with this generation

### Keywords

Communication Challenges; Digital Era; Gen Z



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

## PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap komunikasi secara drastis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah memberikan dampak signifikan pada cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Salah satu kelompok yang paling dipengaruhi oleh perkembangan ini adalah Generasi Z. Generasi ini, yang umumnya terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dan berkembang dalam era di mana teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini menimbulkan sejumlah tantangan komunikasi yang perlu dipahami dan diatasi.<sup>1</sup>

Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, seperti Generasi Y atau Milenial. Mereka adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi digital, akses internet yang mudah, dan perangkat pintar. Oleh karena itu, komunikasi dengan Generasi Z

<sup>1</sup> Rumondang Lumban Gaol And Resmi Hutasoit, "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital," *Kenosis: Jurnal Kajian Teologi* 7, No. 1 (2021): 146-72.

memerlukan pendekatan yang berbeda. Dalam pandangan mereka, komunikasi bukan lagi hanya sekadar pertukaran pesan, tetapi juga sebuah bentuk ekspresi diri, kebebasan berekspresi, dan kreativitas.

Salah satu tantangan utama dalam berkomunikasi dengan Generasi Z adalah kecepatan. Mereka terbiasa dengan segala sesuatu yang instan dan cepat. Pesan teks, obrolan daring, dan media sosial adalah alat komunikasi yang menjadi bagian integral dari kehidupan mereka. Oleh karena itu, ketika berkomunikasi dengan Generasi Z, penting untuk merespons dengan cepat dan efisien. Jika pesan atau informasi tidak diberikan dalam waktu yang sesuai, mereka mungkin akan kehilangan minat atau beralih ke sumber informasi lain yang lebih responsif.<sup>2</sup>

Selain itu, penting untuk memahami bahwa Generasi Z memiliki preferensi komunikasi yang berbeda. Mereka lebih suka menggunakan media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Snapchat, daripada platform tradisional seperti email atau telepon. Oleh karena itu, organisasi dan individu yang ingin berkomunikasi dengan Generasi Z perlu aktif dan terlibat dalam media sosial dan memahami cara menggunakan platform ini secara efektif.

Tantangan komunikasi lainnya adalah pandangan mereka tentang privasi dan keamanan data. Generasi Z tumbuh dalam era di mana pelanggaran privasi dan pencurian data sering terjadi. Oleh karena itu, mereka cenderung lebih berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi dan mengharapkan tingkat keamanan yang tinggi dalam komunikasi daring. Organisasi dan individu perlu memastikan bahwa data yang mereka kumpulkan dari Generasi Z dijaga dengan baik dan tidak disalahgunakan.<sup>3</sup>

Selain itu, Generasi Z adalah generasi yang sangat visual. Mereka lebih suka konten visual, seperti gambar, video, dan animasi, daripada teks panjang. Oleh karena itu, dalam berkomunikasi dengan mereka, penting untuk memasukkan elemen visual yang menarik. Ini bisa berupa grafik, infografik, atau video pendek yang mudah diakses dan dibagikan melalui platform media sosial favorit mereka.

Tantangan komunikasi juga muncul dalam hal bahasa dan gaya komunikasi. Generasi Z memiliki bahasa dan kode komunikasi mereka sendiri, yang seringkali sulit dipahami oleh generasi sebelumnya. Mereka cenderung menggunakan singkatan, emoji, dan kata-kata khas

---

<sup>2</sup> Ijah Bahijah Et Al., “Wasathiyah Islam Di Era Disrupsi Digital (Pendidikan Nilai-Nilai Wasathiyah Islam Dalam Bersosial Media Di Kalangan Generasi Milenial Dan Generasi Z),” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, No. 4 (2022): 1–20.

<sup>3</sup> Canggih Gumanki Farunik And Puti Lenggo Ginny, “Tantangan Dan Peluang Bisnis Dalam Beradaptasi Dengan Pasar Generasi Z,” *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 3, No. 1 (2023): 487–96.

dalam komunikasi mereka. Oleh karena itu, orang yang ingin berkomunikasi dengan Generasi Z perlu memahami bahasa dan kode komunikasi yang mereka gunakan agar pesan dapat disampaikan dengan efektif.<sup>4</sup>

Meskipun ada sejumlah tantangan dalam berkomunikasi dengan Generasi Z, penting untuk diingat bahwa mereka juga memiliki banyak potensi sebagai konsumen dan pengguna media. Mereka adalah generasi yang kreatif, berorientasi pada pengembangan diri, dan peka terhadap isu-isu sosial. Oleh karena itu, komunikasi yang ditujukan kepada mereka dapat menjadi peluang untuk membangun hubungan positif dan berkelanjutan.

Dalam era digital yang terus berubah, memahami Generasi Z dan tantangan komunikasi yang muncul adalah kunci untuk menjalin hubungan yang efektif dengan generasi ini. Penting untuk beradaptasi dengan preferensi dan gaya komunikasi mereka, serta tetap menghormati nilai-nilai yang mereka anut. Dengan demikian, kita dapat memanfaatkan potensi besar yang dimiliki oleh Generasi Z dalam mengubah dunia komunikasi dan teknologi digital. Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi lebih dalam tentang karakteristik, preferensi, dan tantangan komunikasi yang muncul dalam berinteraksi dengan Generasi Z. Kami juga akan memberikan beberapa tips dan strategi untuk mengatasi tantangan ini dan membangun hubungan yang kuat dengan generasi ini dalam era digital yang terus berkembang.<sup>5</sup>

## METODE

Penelitian ini adalah Literature review. Literature review adalah suatu proses sistematis untuk meninjau, menganalisis, dan mensintesis literatur atau penelitian yang telah ada sebelumnya mengenai topik tertentu. Pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi dari google scholar. Analisa data dengan Systematic literature review (SLR) adalah metode penelitian yang digunakan dalam ilmu pengetahuan, untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis literatur yang relevan dan berkualitas tinggi mengenai suatu topik tertentu.

---

<sup>4</sup> Adam Wildan Alfikri, "Peran Pendidikan Karakter Generasi Z Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Society 5.0," in *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, vol. 6, 2023, 21–25.

<sup>5</sup> Lia Febria Lina, Nicky Dwi Puspaningtyas, and Putri sukma Dewi, "Pemahaman Peluang Dan Tantangan Karir Di Era Digital Bagi Generasi Z Di SMA Negeri 1 Natar," *COMMENT: Journal of Community Empowerment* 2, no. 1 (2022): 52–56.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengenalan Generasi Z

Generasi Z, juga dikenal sebagai Gen Z, adalah kelompok generasi yang dilahirkan sekitar pertengahan tahun 1990-an hingga pertengahan 2010-an, sehingga saat ini, mereka merupakan kaum muda yang berada dalam rentang usia akhir remaja hingga awal dewasa. Generasi Z adalah kelompok demografis yang telah tumbuh dan berkembang dalam era digital, di mana teknologi dan internet memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam konteks komunikasi, memahami siapa Generasi Z adalah kunci untuk berhasil berinteraksi dan berkomunikasi dengan mereka.

Salah satu ciri paling mencolok dari Generasi Z adalah keterampilan teknologi yang hampir luar biasa. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh besar dengan akses mudah ke teknologi digital, seperti smartphone, tablet, dan komputer. Sejak usia dini, mereka telah terbiasa dengan penggunaan perangkat digital, sehingga memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi. Ini memengaruhi cara mereka berkomunikasi, mencari informasi, dan berinteraksi dengan dunia. Bagi Generasi Z, teknologi adalah alat utama untuk berkomunikasi, belajar, dan bersosialisasi.<sup>6</sup>

Dalam hal preferensi komunikasi, Generasi Z lebih memilih komunikasi digital melalui pesan teks, media sosial, dan aplikasi perpesanan daripada komunikasi langsung atau tatap muka. Mereka menganggap pesan singkat, emoji, gambar, dan video sebagai sarana komunikasi yang efektif. Ini mencerminkan penggunaan media sosial yang tinggi di antara mereka, di mana platform seperti Instagram, Snapchat, dan TikTok memainkan peran penting dalam mengekspresikan diri dan berbagi pengalaman. Mereka juga sering mencari jawaban mereka di internet atau berpartisipasi dalam diskusi daring melalui forum dan komunitas online.

Selain itu, Generasi Z juga cenderung menjadi konsumen konten daring yang aktif. Mereka tidak hanya menerima informasi dari internet, tetapi juga memproduksi dan membagikannya. Berkat platform media sosial dan alat-alat kreatif yang mudah diakses, mereka sering menjadi konten kreator yang menghasilkan video, gambar, blog, dan banyak jenis konten lainnya. Kemampuan mereka untuk menciptakan konten dan berpartisipasi dalam percakapan daring memberi mereka kontrol lebih besar atas narasi yang mereka ikuti dan terlibat di dalamnya.<sup>7</sup>

Tantangan komunikasi utama dengan Generasi Z adalah singkatnya perhatian. Faktor-faktor

<sup>6</sup> Syamsul Bahri Et Al., “Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif Di Era Digital: Studi Kasus Dari Berbagai Industri,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No. 2 (2023): 14374–79.

<sup>7</sup> Caraka Putra Bakti And Nindiya Eka Safitri, “Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan,” *Jurnal Konseling Gusjigang* 3, No. 1 (2017).

seperti penggunaan media sosial, konsumsi konten instan, dan teknologi multitasking telah mempersingkat jangka waktu perhatian mereka. Oleh karena itu, pesan komunikasi harus singkat, langsung, dan menarik agar berhasil menangkap perhatian mereka. Jika tidak, pesan dapat dengan mudah terabaikan atau terlupakan.

Selain itu, Generasi Z juga terampil dalam multitasking, tetapi ini dapat menjadi hambatan dalam komunikasi yang mendalam. Mereka sering melakukan beberapa tugas secara bersamaan, termasuk saat berkomunikasi dengan orang lain. Ini dapat mengurangi tingkat keterlibatan dalam percakapan dan membuat mereka kurang cenderung untuk mendengarkan dengan sepenuh hati. Oleh karena itu, komunikasi dengan Generasi Z perlu dirancang untuk menjadi singkat, padat, dan menarik agar berhasil mengekang perhatian mereka.<sup>8</sup>

Penting juga untuk memahami bahwa Generasi Z adalah kelompok yang cerdas dan kritis. Mereka tumbuh dalam era informasi, di mana akses ke pengetahuan melalui internet sangat mudah. Oleh karena itu, mereka cenderung untuk mencari informasi sendiri dan mempertanyakan segala hal. Mereka menghargai kejujuran, integritas, dan autentisitas dalam komunikasi. Jika merasa bahwa pesan atau konten tidak memadai, mereka akan mengabaikannya.

Dalam mengatasi tantangan komunikasi dengan Generasi Z, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan. Pertama, menggunakan teknologi yang tepat adalah kunci. Menerapkan platform digital yang sesuai, seperti aplikasi pesan atau media sosial yang digunakan secara luas oleh Generasi Z, adalah cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan mereka.

Kedua, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan nilai-nilai Generasi Z. Riset dan analisis target audiens dapat membantu dalam hal ini. Memahami apa yang mereka suka, apa yang penting bagi mereka, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan konten dan pesan dapat membantu merancang komunikasi yang lebih efektif.<sup>9</sup>

Ketiga, kreativitas dalam konten adalah suatu keharusan. Generasi Z menghargai konten yang unik, kreatif, dan menarik. Penggunaan media visual yang kuat, seperti gambar dan video, dapat membantu menarik perhatian mereka. Juga, berani berinovasi dan mencoba pendekatan yang berbeda dalam komunikasi.

Terakhir, mendorong keterlibatan dan respons dari Generasi Z adalah strategi penting. Mereka lebih cenderung merespons jika mereka merasa terlibat dalam komunikasi. Interaksi aktif

---

<sup>8</sup> Armila Armila Et Al., "Pendidikan Kristen Dalam Keluarga Dalam Upaya Membangun Karakter Anak Generasi Z," *Adiba: Journal Of Education* 3, No. 4 (2023): 510–19.

<sup>9</sup> Hengki Irawan Setia Budi, "Minimalisir Konflik Dalam Gap Generasi Melalui Pendekatan Komunikasi Interpersonal," *Jurnal Teologi Injili* 1, no. 2 (2021): 72–87.

dengan audiens, seperti mengajukan pertanyaan atau mengadakan pemungutan suara, serta menggunakan panggilan untuk tindakan (*call to action*) dapat membantu mendorong partisipasi mereka.

### Perubahan Lingkungan Komunikasi

Perubahan lingkungan komunikasi dalam era digital telah mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi, dan pengaruhnya sangat kuat pada Generasi Z. Dua faktor utama yang mempengaruhi perubahan ini adalah teknologi digital dan perubahan dalam pola konsumsi konten.

Teknologi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari Generasi Z. Mereka tumbuh dalam lingkungan di mana perangkat mobile adalah teman sehari-hari, sehingga komunikasi mereka seringkali dilakukan melalui pesan teks, aplikasi pesan instan, dan media sosial. Kemampuan untuk berkomunikasi secara cepat dan efisien telah menjadi prioritas, dan ini telah merubah cara mereka berinteraksi. Perkembangan media sosial juga memberikan platform yang sangat kuat untuk berkomunikasi, tetapi sering kali dapat menimbulkan tantangan. Generasi Z terkena tekanan untuk mempertahankan eksistensi mereka secara daring, menghadapi isu-isu seperti cyberbullying, dan merasa terjebak dalam perbandingan sosial.<sup>10</sup>

Perubahan dalam pola konsumsi konten juga sangat berpengaruh pada cara Generasi Z berkomunikasi. Mereka cenderung mengkonsumsi lebih banyak konten melalui media daring, seperti video di YouTube, streaming musik, dan platform streaming video. Ini mengubah preferensi mereka terhadap format konten, dengan lebih banyak preferensi untuk video pendek, gambar, dan konten visual lainnya. Hal ini juga mempengaruhi cara pesan disampaikan, dengan pentingnya menyajikan konten yang menarik dan mudah dicerna dalam waktu singkat.

Tantangan utama yang timbul dari perubahan lingkungan komunikasi ini adalah singkatnya perhatian. Generasi Z terbiasa dengan informasi yang datang dengan cepat, dan ini seringkali menghasilkan perhatian yang singkat terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Media sosial, dengan umpan berita yang terus berubah, juga mempercepat kecepatan berpindahnya perhatian. Selain itu, kemampuan multitasking juga menjadi hal yang umum, yang dapat mengurangi fokus pada satu pesan atau tugas.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Yoseph Hendrik Maturbongs, “Generasi Z: Tantangan & Harapan Di Era Digital,” *TarFomedia* 4, no. 2 (2023): 15–20.

<sup>11</sup> Astin Lukum, “Pendidikan 4.0 Di Era Generasi Z: Tantangan Dan Solusinya,” in *Prosiding Seminar Nasional* 626 |

Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi pihak yang berkomunikasi dengan Generasi Z untuk menggunakan teknologi yang tepat, seperti aplikasi komunikasi yang relevan, dan memahami preferensi dan kebiasaan mereka dengan baik. Personalisasi pesan dan konten yang relevan juga menjadi kunci, sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian mereka. Kreativitas dalam konten, termasuk penggunaan media visual yang kuat, dapat membantu pesan-pesan menjadi lebih menarik. Selain itu, mendorong keterlibatan dan respons dari Generasi Z adalah cara yang efektif untuk memastikan bahwa pesan-pesan Anda tidak hanya didengar, tetapi juga direspon.

Dalam kesimpulan, perubahan lingkungan komunikasi dalam era digital telah menghadirkan tantangan yang signifikan dalam berkomunikasi dengan Generasi Z. Namun, dengan pemahaman yang mendalam tentang generasi ini, penggunaan teknologi yang tepat, dan kreativitas dalam konten, kita dapat mengatasi tantangan ini dan menjalin komunikasi yang efektif dengan Generasi Z di era digital.<sup>12</sup>

### **Tantangan Komunikasi yang Dihadapi**

Tantangan komunikasi dalam era digital, terutama dalam upaya memahami Generasi Z, memiliki beberapa aspek yang khas. Pertama, pendeknya perhatian menjadi hambatan utama. Generasi Z tumbuh dalam dunia yang penuh dengan rangsangan visual dan informasi yang terus-menerus. Dampak dari penggunaan media sosial dan konsumsi konten instan adalah penurunan kemampuan mereka untuk memberikan perhatian yang lama pada satu topik atau pesan. Sebagai akibatnya, pesan-pesan pemasaran atau komunikasi harus dirancang agar bisa menarik perhatian mereka dalam waktu yang singkat dan memberikan informasi yang relevan dengan cara yang menarik.

Kedua, keterampilan multitasking menjadi tantangan komunikasi yang signifikan. Generasi Z cenderung melakukan beberapa tugas secara bersamaan, terutama dengan penggunaan perangkat digital mereka. Ini dapat menyebabkan kesulitan dalam memproses informasi dengan mendalam dan fokus. Oleh karena itu, pesan-pesan komunikasi harus dirancang agar bisa mengatasi keterampilan multitasking dengan menyampaikan pesan yang jelas dan ringkas.

Tantangan ketiga adalah kebutuhan akan konten yang relevan. Generasi Z adalah konsumen

---

*Kimia Dan Pendidikan Kimia*, vol. 2, 2019, 1–3.

<sup>12</sup> Maria Francisca Lies Ambarwati, “Menavigasi Generasi Z: Tantangan Manajemen SDM Di Era Baru,” *TarFomedia* 4, no. 2 (2023): 8–14.

yang cerdas dan kritis, dan mereka tidak terpengaruh oleh pesan-pesan iklan yang tampak berlebihan atau tidak relevan. Oleh karena itu, para pemasar harus benar-benar memahami preferensi dan nilai-nilai generasi ini. Mereka harus memilih topik yang sesuai dan menyajikan pesan yang benar-benar bermakna bagi Generasi Z.<sup>13</sup>

Selain itu, personalisasi pesan juga menjadi penting. Generasi Z lebih responsif terhadap pesan-pesan yang terasa pribadi dan relevan untuk pengalaman mereka. Mereka ingin merasa diperlakukan sebagai individu, bukan hanya sebagai bagian dari massa. Oleh karena itu, para pemasar harus berusaha untuk mengirimkan pesan-pesan yang bisa diadaptasi secara pribadi kepada anggota Generasi Z.

### **Strategi Mengatasi Tantangan Komunikasi**

Strategi untuk mengatasi tantangan komunikasi di era digital, khususnya dalam konteks memahami Generasi Z, memerlukan pendekatan yang bijak dan inovatif. Pertama-tama, penggunaan teknologi yang tepat sangat penting. Generasi Z sangat terbiasa dengan perangkat mobile dan media sosial, sehingga organisasi perlu memilih platform dan aplikasi komunikasi yang sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini bisa mencakup penggunaan platform media sosial yang relevan, seperti Instagram, TikTok, atau Snapchat, untuk mencapai audiens Generasi Z. Selain itu, penggunaan alat komunikasi yang menawarkan pesan singkat dan langsung, seperti pesan teks atau pesan instan, juga menjadi kunci.

Untuk mengatasi tantangan komunikasi, organisasi juga harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang Generasi Z. Ini melibatkan riset dan analisis yang cermat terhadap perilaku, preferensi, dan nilai-nilai generasi ini. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang audiens mereka, organisasi dapat beradaptasi dengan lebih baik dan merancang pesan yang relevan. Berikutnya, kreativitas dalam konten menjadi elemen kunci. Generasi Z terbiasa dengan hingga ribuan pesan yang mereka lihat setiap hari, jadi pesan-pesan yang menonjol dan kreatif lebih mungkin untuk menarik perhatian mereka. Penggunaan media visual yang kuat, seperti gambar dan video, bisa menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan.<sup>14</sup>

Selain itu, organisasi harus fokus pada pemberdayaan audiens untuk berpartisipasi aktif dalam interaksi. Mendorong keterlibatan dan respons dari Generasi Z akan membantu

<sup>13</sup> Gaol and Hutasoit, “Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital.”

<sup>14</sup> Bahijah Et Al., “Wasathiyah Islam Di Era Disrupsi Digital (Pendidikan Nilai-Nilai Wasathiyah Islam Dalam Bersosial Media Di Kalangan Generasi Milenial Dan Generasi Z).”

membangun hubungan yang lebih kuat. Ini dapat mencakup penggunaan pemungutan suara dalam cerita media sosial, ajakan untuk mengomentari atau membagikan konten, serta penggunaan panggilan untuk tindakan (*call to action*) yang jelas. Ini semua akan merangsang audiens untuk berinteraksi dan terlibat dalam pesan yang disampaikan, menciptakan ikatan yang lebih dalam.

Sebagai studi kasus sukses, kita dapat merujuk pada berbagai kampanye yang berhasil menarik perhatian Generasi Z. Misalnya, kampanye dengan konten video pendek yang menarik, menampilkan influencer yang populer di kalangan Generasi Z, sering kali berhasil mencapai audiens dengan efektif. Kampanye yang mencerminkan nilai-nilai dan isu-isu yang penting bagi generasi ini juga dapat memicu keterlibatan yang tinggi.<sup>15</sup>

Dalam kesimpulan, mengatasi tantangan komunikasi di era digital dan memahami Generasi Z memerlukan strategi yang komprehensif. Dalam usaha untuk berkomunikasi dengan generasi ini, organisasi harus memilih alat dan platform yang sesuai, memahami audiens dengan baik, menghasilkan konten yang kreatif, dan mendorong partisipasi aktif. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan efektif dengan Generasi Z di era digital yang terus berubah.

## KESIMPULAN

Tantangan komunikasi di era digital saat ini, khususnya dalam berinteraksi dengan Generasi Z, adalah perluasan medan komunikasi yang begitu luas melalui platform digital yang beragam, seperti media sosial, pesan instan, dan konten online. Generasi Z memiliki karakteristik unik yang memengaruhi cara mereka berkomunikasi, seperti preferensi terhadap pesan singkat, gambar, dan video yang efektif dalam menyampaikan pesan. Memahami dan menyesuaikan gaya komunikasi dengan mereka menjadi penting untuk membangun hubungan yang kuat dan efektif. Selain itu, harus diakui bahwa Generasi Z memiliki tingkat kesadaran teknologi yang tinggi, yang dapat memunculkan isu-isu privasi dan keamanan yang harus dikelola secara bijaksana dalam upaya menjalin komunikasi yang sukses dengan generasi ini.

---

<sup>15</sup> Farunik And Ginny, "Tantangan Dan Peluang Bisnis Dalam Beradaptasi Dengan Pasar Generasi Z."

## REFERENSI

Alfikri, Adam Wildan. "Peran Pendidikan Karakter Generasi Z Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Society 5.0." In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 6:21–25, 2023.

Ambarwati, Maria Fransisca Lies. "Menavigasi Generasi Z: Tantangan Manajemen Sdm Di Era Baru." *Tarfomedia* 4, No. 2 (2023): 8–14.

Armila, Armila, Yumita Selvi Rombe Payung, Seprina Pilo, And Asriani Ra'pean. "Pendidikan Kristen Dalam Keluarga Dalam Upaya Membangun Karakter Anak Generasi Z." *Adiba: Journal Of Education* 3, No. 4 (2023): 510–19.

Bahijah, Ijah, Sitti Nur Suraya Ishak, Nuniek Rahmatika, And Aghniawati Ahmad. "Wasathiyah Islam Di Era Disrupsi Digital (Pendidikan Nilai-Nilai Wasathiyah Islam Dalam Bersosial Media Di Kalangan Generasi Milenial Dan Generasi Z)." *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, No. 4 (2022): 1–20.

Bahri, Syamsul, Riau Rizki Harahap, Hajrah Rahmah, Syahlaa Maulana, And Suhairi Suhairi. "Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif Di Era Digital: Studi Kasus Dari Berbagai Industri." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No. 2 (2023): 14374–79.

Bakti, Caraka Putra, And Nindiya Eka Safitri. "Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan." *Jurnal Konseling Gusjigang* 3, No. 1 (2017).

Budi, Hengki Irawan Setia. "Minimalisir Konflik Dalam Gap Generasi Melalui Pendekatan Komunikasi Interpersonal." *Jurnal Teologi Injili* 1, No. 2 (2021): 72–87.

Farunik, Canggih Gumanku, And Puti Lenggo Ginny. "Tantangan Dan Peluang Bisnis Dalam Beradaptasi Dengan Pasar Generasi Z." *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 3, No. 1 (2023): 487–96.

Gaol, Rumondang Lumban, And Resmi Hutasoit. "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital." *Kenosis: Jurnal Kajian Teologi* 7, No. 1 (2021): 146–72.

Lina, Lia Febria, Nicky Dwi Puspaningtyas, And Putri Sukma Dewi. "Pemahaman Peluang Dan Tantangan Karir Di Era Digital Bagi Generasi Z Di Sma Negeri 1 Natar." *Comment: Journal Of Community Empowerment* 2, No. 1 (2022): 52–56.

Lukum, Astin. "Pendidikan 4.0 Di Era Generasi Z: Tantangan Dan Solusinya." In *Prosiding Seminar Nasional Kimia Dan Pendidikan Kimia*, 2:1–3, 2019.

Maturbongs, Yoseph Hendrik. "Generasi Z: Tantangan & Harapan Di Era Digital." *Tarfomedia* 4, No. 2 (2023): 15–20.