



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 22-33

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Keberagaman Generasi Dalam Organisasi Terhadap Pola Komunikasi Di Perusahaan

Putri Nursyifa^{1✉}, Naurah Amirah Suben²

Universitas Pembangunan Jaya

Email: putri.nursyifa@student.upj.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini membahas keberagaman generasi dalam organisasi dan dampaknya pada pola komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Hasilnya menunjukkan bahwa setiap generasi membawa preferensi komunikasi yang berbeda, terutama dalam penggunaan teknologi. Organisasi yang memahami dan mengelola keberagaman generasi dengan bijaksana dapat meningkatkan kolaborasi dan produktivitas. Keberagaman generasi juga dapat memengaruhi retensi karyawan. Studi ini mengidentifikasi tujuan penelitian, termasuk analisis dampak keberagaman generasi terhadap preferensi komunikasi, perbedaan dalam penggunaan teknologi, strategi untuk memfasilitasi komunikasi efektif, dan peran keberagaman generasi dalam retensi karyawan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang topik ini, organisasi dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi perubahan masa depan dalam komunikasi organisasi.

Kata Kunci: *Keberagaman Generasi, Pola Komunikasi, Dampak Keberagaman Generasi, Komunikasi Organisasi*

Abstract

This research discusses generational diversity within organizations and its impact on communication patterns. The research method employed is a literature review. The results indicate that each generation brings different communication preferences, particularly in the use of technology. Organizations that understand and manage generational diversity wisely can enhance collaboration and productivity. Generational diversity can also influence employee retention. This study identifies research objectives, including an analysis of the impact of generational diversity on communication preferences, differences in technology usage, strategies to facilitate effective communication, and the role of generational diversity in employee retention. With a better understanding of this topic, organizations can prepare themselves for future changes in organizational communication.

Keywords: *Generational Diversity, Communication Patterns, Impact of Generational Diversity, Organizational Communication*

PENDAHULUAN

Keberagaman generasi dalam organisasi adalah fenomena yang semakin signifikan dalam era kerja saat ini. Lingkungan kerja menjadi rumah bagi individu-individu dari berbagai generasi, termasuk, Generasi X, Generasi Y (*Millennials*), dan Generasi Z. Setiap generasi ini membawa dengan mereka latar belakang yang unik, nilai-nilai, preferensi, dan gaya komunikasi yang berbeda.

Dalam era di mana komunikasi yang efektif sangat penting untuk kesuksesan organisasi, pemahaman mendalam tentang bagaimana keberagaman generasi ini memengaruhi pola komunikasi di dalam perusahaan menjadi sangat penting. Pengaruh keberagaman ini merentang dari preferensi komunikasi dalam berbagai platform hingga cara informasi disampaikan, serta interaksi antar-generasi dalam organisasi.

Namun, penting untuk dicatat bahwa penelitian yang benar-benar mendalam tentang dampak keberagaman generasi dalam organisasi terhadap pola komunikasi masih terbatas. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang relevansi dan urgensi topik ini adalah langkah pertama yang penting untuk merangsang penelitian lebih lanjut.

Pertama-tama, perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi dalam lingkungan kerja. Generasi yang berbeda mungkin memiliki tingkat keterampilan dan preferensi yang berbeda dalam penggunaan teknologi ini. Misalnya, Generasi Y dan Generasi Z mungkin lebih cenderung mengadopsi teknologi terkini, sementara Generasi X mungkin memiliki pendekatan yang lebih berbeda terhadap penggunaannya. Perbedaan ini dapat signifikan memengaruhi cara mereka berkomunikasi di dalam perusahaan.

Selanjutnya, perusahaan yang mampu memahami dan mengelola keberagaman generasi dengan bijaksana akan memiliki keunggulan kompetitif. Kemampuan untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif antara berbagai generasi dapat menghasilkan peningkatan kolaborasi, kreativitas, dan produktivitas dalam organisasi. Ini bisa menjadi faktor penentu dalam kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan.

Terakhir, aspek keberagaman generasi ini juga dapat memengaruhi retensi karyawan. Memberikan lingkungan yang mendukung gaya komunikasi yang sesuai dengan preferensi generasi masing-masing dapat membantu organisasi mempertahankan dan memotivasi para karyawan yang berharga.

Keberagaman generasi dalam organisasi menciptakan tantangan dan peluang yang unik dalam hal komunikasi. Oleh karena itu, penelitian yang lebih mendalam tentang topik ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pemimpin organisasi dan praktisi sumber daya manusia dalam mengelola keberagaman generasi dengan lebih efektif. Selain itu, hal ini juga akan membantu organisasi memaksimalkan potensi komunikasi dalam lingkungan kerja yang modern yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor keberagaman. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran keberagaman generasi dalam komunikasi organisasi, perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi tuntutan masa depan yang terus berubah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak keberagaman generasi dalam organisasi terhadap preferensi komunikasi individu dari berbagai generasi, menganalisis perbedaan dalam tingkat keterampilan teknologi dan preferensi penggunaan teknologi antara generasi yang berbeda dan bagaimana perbedaan ini memengaruhi pola komunikasi di lingkungan kerja, menyelidiki praktik terbaik dan strategi yang dapat digunakan oleh organisasi untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif antara berbagai generasi guna meningkatkan kolaborasi, kreativitas, dan produktivitas, serta mengkaji peran keberagaman generasi dalam retensi karyawan dan bagaimana menciptakan lingkungan yang mendukung gaya komunikasi generasi masing-masing dapat membantu organisasi mempertahankan para karyawan yang berharga.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan diterapkan dalam studi ini adalah studi literatur atau analisis kepustakaan. Menurut Rusmawan (2019), studi literatur merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pencarian dan pembacaan berbagai sumber tertulis seperti buku dan literatur yang berisi informasi yang relevan dengan kerangka teori. Tujuan utama dari studi literatur adalah untuk mengembangkan aspek teoritis dan praktis guna

membentuk dasar teori, kerangka konseptual, dan hipotesis dalam penelitian. Studi literatur melibatkan pengumpulan berbagai jenis data dan sumber informasi sebagai referensi dari penelitian sebelumnya, yang nantinya akan digunakan untuk mencari solusi dan merumuskan kesimpulan akhir. Langkah-langkah dalam metode studi literatur meliputi: (1) Pengumpulan hasil penelitian sebelumnya, (2) Pemahaman dan analisis mendalam terhadap hasil penelitian sebelumnya, dan (3) Penyusunan kesimpulan akhir berdasarkan temuan dari penelitian sebelumnya..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut temuan Zis dkk. (2021), era *digital* saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam bagaimana Generasi Z mengalami komunikasi dalam kehidupan sehari-hari kita. Transformasi ini sering kali berasal dari kecenderungan Generasi Z yang berkurang untuk berkomunikasi secara langsung, menghasilkan ketidaksesuaian harapan komunikasi dan mensyaratkan prasyarat untuk komunikasi yang efektif dalam organisasi. Awalnya ditandai dengan efisiensi dan interaktivitas, peran komunikasi sekarang telah berkembang menjadi bentuk yang lebih pasif setelah perekrutan karyawan Generasi Z. Akibatnya, komunikasi telah menjadi kurang efektif dan kurang lancar dilaksanakan. Penurunan dalam efektivitas komunikasi ini pada dasarnya disebabkan oleh keterikatan Generasi Z yang kuat dengan internet dan aktivitas online dalam rutinitas harian mereka.

Menurut studi yang dilakukan oleh Maharini dkk. pada tahun 2019, meningkatkan efektivitas komunikasi di kalangan Generasi Z dapat dicapai dengan meningkatkan pemahaman mereka terhadap faktor-faktor eksternal dan internal. Faktor-faktor eksternal mencakup aspek seperti perkembangan pribadi, nilai-nilai, emosi, latar belakang sosio-kultural, gender, dan pengetahuan. Di sisi lain, faktor-faktor internal berkaitan dengan masalah seperti kurangnya keyakinan diri, enggan berbagi pemikiran dengan orang lain, dan kecenderungan untuk tetap mempertahankan pandangan mereka sendiri tanpa mempertimbangkan pandangan orang lain. Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, sangat penting untuk menerapkan strategi-strategi yang berakar pada lingkungan, memungkinkan Generasi Z untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lanskap komunikasi, menerapkan pendekatan perencanaan berpikir ke depan, dan mengembangkan kerja sama di antara teman sebaya mereka dalam kelompok Generasi Z.

Penelitian yang dilakukan oleh Hardian dan Hermawan (2022) menyoroti bahwa Generasi Z, yang tumbuh di era yang didominasi oleh teknologi internet yang berkembang dengan cepat, menimbulkan tantangan-tantangan baru bagi bisnis. Tantangan-tantangan ini terkait dengan pelatihan individu Generasi Z dalam metode komunikasi dan manajemen

perusahaan. Hambatan yang signifikan berkaitan dengan komunikasi, karena komunikasi memainkan peran penting dalam membangun hubungan antar pribadi yang kuat di antara karyawan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan sebuah organisasi. Penting bagi pemimpin perusahaan untuk berkomunikasi secara efektif dengan karyawan Generasi Z, membantu mereka menyadari pentingnya memiliki keterampilan komunikasi yang kuat dan sesuai untuk masa depan mereka. Ini melibatkan komunikasi internal yang efisien dan terorganisir di dalam perusahaan, yang difasilitasi oleh para pemimpin perusahaan, untuk meningkatkan kinerja karyawan Generasi Z.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pohan pada tahun 2019, Generasi Z, yang dikenal karena orientasi digitalnya, telah beralih preferensi komunikasi mereka dari interaksi langsung menjadi dunia online, terutama menggunakan internet. Perubahan ini menjadi tantangan bagi pemimpin organisasi yang sekarang harus mencari cara efektif untuk memotivasi dan menginspirasi karyawan Generasi Z sambil mempertimbangkan karakteristik unik dari berbagai generasi. Kepemimpinan yang efektif memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi antara manajer dan bawahannya di dalam sebuah perusahaan. Sangat penting bagi para pemimpin perusahaan untuk memberikan panduan dan arahan kepada karyawan Generasi Z, membantu mereka mengoptimalkan potensi dan antusiasme mereka. Banyak pemimpin perusahaan meyakini bahwa karyawan Generasi Z memiliki potensi menjadi generasi yang dapat diandalkan dan instrumental dalam mencapai tujuan perusahaan.

Daftar perbandingan elemen yang berpengaruh pada pembentukan komunikasi berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya:

Tabel 1. Perbandingan Elemen yang berpengaruh Pada Pembentukan Komunikasi

Nomor	Faktor-faktor	Nama peneliti
1	Pengetahuan	Corrie, Maharani et al., Kinasih, Purwanti
2	Pertumbuhan/perkembangan	Corrie, Maharani et al., Purwanti
3	Peran dan hubungan	Corrie, Purwanti
4	Persepsi	Corrie, Kinasih, Purwanti
5	Jenis kelamin	Corrie, Maharani et al., Purwanti
6	Emosi	Corrie, Maharani et al., Kinasih, Purwanti
7	Lingkungan	Corrie, Maharani et al., Kinasih, Purwanti
8	Kredibilitas	Scoot M Cultip dan Allen
9	Konten	Scoot M Cultip dan Allen
10	Konteks	Scoot M Cultip dan Allen
11	Kesinambungan dan konsistensi	Scoot M Cultip dan Allen

12	Kejelasan	Scoot M Cultip dan Allen
13	Saluran distribusi	Scoot M Cultip dan Allen
14	Kemampuan komunikasi	Scoot M Cultip dan Allen
15	Jarak	Purwanti

Kami telah mengidentifikasi sekelompok tujuh faktor yang umumnya disepakati dari pendapat berbagai peneliti yang secara bersama-sama memengaruhi dan meningkatkan komunikasi yang efektif. Faktor-faktor ini adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman memainkan peran penting dalam komunikasi pada tingkat individu. Pengiriman pesan yang efektif lebih mungkin terjadi ketika seseorang memiliki pengetahuan yang cukup. Seorang komunikator dengan pengetahuan yang luas cenderung memilih kata-katanya dengan hati-hati (diksi), memungkinkan mereka untuk menyampaikan informasi lebih efisien, baik secara lisan maupun non-verbal, kepada audiens mereka. Meskipun Generasi Z memiliki reputasi sebagai orang yang paham teknologi, komunikasi mereka kadang-kadang kurang sopan ketika dibantu oleh teknologi, seperti yang dicatat oleh Siz et al. (2021).
2. Pola pikir manusia dapat dipengaruhi untuk mendorong pertumbuhan. Ini menyoroti bagaimana penerima menafsirkan informasi berdasarkan masukan komunikator dan bagaimana komunikator dapat efektif menyampaikan pesan mereka. Gaya komunikasi unik Generasi Z, yang ditandai oleh usianya dan kemauan untuk menyatakan pendapat secara terbuka, sejalan dengan konsep ini, seperti yang diamati oleh Siz et al. (2021). Sering disebut sebagai penduduk asli digital karena paparan internet mereka sejak usia dini, Generasi Z telah tenggelam dalam masalah online sejak usia muda, seperti yang ditunjukkan oleh Zorn (2018).
3. Persepsi mengacu pada bagaimana individu mendeskripsikan atau menafsirkan informasi yang perlu mereka proses untuk membentuk perspektif mereka. Pembentukan persepsi dipengaruhi oleh pengalaman, harapan, dan perhatian. Budiati (2018) mencatat bahwa Generasi Z menganggap pola pikir instan-gratifikasi mereka dalam era digital memfasilitasi komunikasi di antara mereka sendiri, dengan harapan orang lain akan membagikan perspektif mereka. Namun, persepsi ini dapat menyebabkan mereka mengabaikan pentingnya komunikasi yang efektif dengan atasan, seperti yang disarankan oleh Tubs dan Moss (2018). Nurjalisa (2020) menemukan bahwa komunikasi dari atasan, seperti Departemen Lingkungan dan Kebersihan Kota Pekanbaru, tidak efisien disampaikan dan menerima tanggapan lambat dari karyawan tingkat bawah, yang mungkin mengabaikan instruksi atasan

mereka. Effendi (2019) mengusulkan bahwa komunikasi berbasis teknologi dapat mengubah pola konektivitas sosial Generasi Z, yang berpotensi menyebabkan kesulitan dalam mengartikulasikan pemikiran mereka dengan efektif dalam komunikasi.

4. Dampak peran dan hubungan dalam komunikasi dapat bervariasi tergantung pada subjek yang disampaikan, serta cara penyampaian informasi dan teknik komunikasi yang digunakan. Alyulistin (2022) mengamati bahwa Generasi Z memiliki gaya komunikasi yang ditandai oleh kebebasan dan kenyamanan dalam fleksibilitas. Mereka cenderung mengungkapkan pendapat mereka dengan tegas dan lebih suka pendekatan yang santai, terbuka, dan ramah. Preferensi ini muncul dari kecenderungan Generasi Z untuk menghindari komunikasi langsung. Menurut Yusuf (2023), Generasi Z umumnya menggunakan istilah seperti TBL (Takut Baget Loh), slay, bahasa cinta, dan red flags dalam komunikasi sehari-hari mereka, karena istilah-istilah ini mudah dipahami oleh semua orang. Namun, penggunaan istilah-istilah ini oleh Generasi Z kadang-kadang dapat menyebabkan tantangan dalam komunikasi, terutama bagi generasi yang lebih tua yang mungkin merasa sulit memahaminya, yang akhirnya mengakibatkan penyampaian pesan yang tidak efektif.
5. Emosi adalah respons alami terhadap peristiwa tertentu, dan mereka dapat berdampak signifikan pada proses komunikasi. Gaya komunikasi yang santai dan terbuka dari Generasi Z, meskipun bersahabat dan bebas, dapat menyebabkan kerusakan dalam komunikasi ketika penerima pesan terlalu fokus pada perangkat mereka, sehingga pesan komunikator tidak terdengar. Hal ini dapat mengakibatkan salah tafsir pesan dan frustrasi bagi komunikator karena gaya komunikasi penerima.
6. Disparitas gender dalam komunikasi antara pria dan wanita Generasi Z juga ada. Menurut Khotimah (2020), wanita Generasi Z cenderung lebih terbuka dan bersedia untuk berbagi masalah mereka ketika menghadapi tantangan, sedangkan pria sering memilih untuk diam dan mencoba menyelesaikan masalah mereka sendiri, tanpa membahasnya dengan orang lain, termasuk rekan-rekan mereka.
7. Lingkungan memainkan peran penting dalam efektivitas komunikasi. Seperti yang dicatat oleh Siz et al. (2021), Generasi Z lebih suka suasana yang santai dan nyaman, dan sering mengandalkan teknologi berbasis internet untuk memfasilitasi komunikasi praktis di dunia maya. Perusahaan dapat mendukung preferensi komunikasi Generasi Z dengan menyediakan fasilitas seperti komputer kantor dan ruang kerja yang lebih tenang, menciptakan lingkungan yang memungkinkan mereka menggunakan teknologi untuk berkomunikasi sambil merasa didukung dalam kondisi kerja mereka.

Ini pada gilirannya mendorong karyawan Generasi Z untuk tetap bersama perusahaan untuk jangka waktu yang lebih lama.

Tabel 2. *Generational Behavioral Characteristics of Different Age-groups* Bencsik and Machova, 2016

	X generation	Y generation
View	Self-centred and medium-term	Egotistical, short-term
Relationship	Personal and virtual networks	Principally virtual, network
Aim	Multi-environment, secure position	Rivalry for leader position
Self-realization	Rapid promotion	Immediate

Perbedaan Generasi

Generasi adalah konsep dalam masyarakat di mana sekelompok orang yang memiliki tahun kelahiran yang sama dalam jangka waktu 20 tahun dan memiliki konteks sosial dan sejarah yang serupa dikelompokkan bersama. Ide ini diperkenalkan oleh Mannheim pada tahun 1952. Kopperschmidt (2000) juga menggambarkan generasi sebagai kumpulan individu yang terhubung satu sama lain karena kesamaan tahun kelahiran, lokasi geografis, dan peristiwa penting yang membentuk tahun-tahun pembentukan mereka. Lancaster dan Stillman (2002) mengusulkan teori perbedaan generasi, mengategorikan generasi ke dalam tiga kelompok: baby boomers, Generasi X, dan Generasi Y (millennials), berdasarkan karakteristik yang khas bagi mereka.

Tabel 3. Perbedaan Generasi (Lancaster and Stillman)

Faktor	Generasi X	Generasi Y
<i>Attitude</i>	Skeptis	Realistis
<i>Overview</i>	Generasi ini cenderung tertutup, memiliki tingkat independensi	Sangat keragaman, menghargai lebih suka

	yang tinggi, dan memiliki potensi yang kuat, tidak perlu mengandalkan bantuan orang lain.	bekerja sama daripada hanya mengikuti perintah, dan sangat praktis dalam mengatasi masalah.
<i>Work Habits</i>	Sadar akan keberagaman dan berpikir secara global, tujuannya adalah mencapai keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan, memiliki gaya santai, mengandalkan kemampuan sendiri, menerapkan pendekatan praktis dalam tugas-tugasnya, dan menikmati pekerjaan dengan memanfaatkan teknologi terbaru.	Memiliki sikap positif yang kuat, menitikberatkan pencapaian, memiliki keyakinan diri yang tinggi, meyakini prinsip-prinsip etika dan keadilan sosial, serta menghargai keragaman.

Generasi X merujuk pada kelompok yang lahir selama awal kemajuan teknologi dan informasi, mencakup perkembangan seperti penyebaran komputer pribadi, internet, ponsel, televisi, dan inovasi serupa. Karakteristik utama yang terkait dengan Generasi X meliputi fleksibilitas, kemampuan untuk merangkul perubahan, kemandirian, loyalitas, penekanan kuat pada citra pribadi, reputasi, dan kepemilikan materi, etos kerja yang kuat, dan fokus pada mengevaluasi kontribusi mereka dalam sebuah perusahaan (Jurkiewicz, 2000).

Generasi Y, juga dikenal sebagai generasi *milenial*, terdiri dari individu yang datang dewasa selama booming internet (Lyons, 2004). Generasi ini umumnya menunjukkan atribut seperti pola komunikasi yang sangat terbuka dibandingkan dengan generasi sebelumnya, ketergantungan yang signifikan pada kemajuan teknologi, dan keterbukaan yang lebih besar untuk mempertimbangkan perspektif politik dan ekonomi, membuat mereka responsif terhadap pergeseran sosial yang terjadi di sekitar mereka.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi mencakup pertukaran pesan dalam kelompok formal maupun informal di dalam sebuah organisasi. Ketika sebuah organisasi berkembang dan menjadi lebih kompleks, proses komunikasi juga menjadi lebih rumit. Dalam komunikasi organisasi, informasi dapat mengalir secara formal dari individu yang memiliki otoritas lebih tinggi kepada individu yang memiliki otoritas lebih rendah, secara informal dari individu yang memiliki otoritas lebih rendah kepada individu yang memiliki otoritas lebih tinggi, secara

horizontal antara individu dengan tingkat otoritas yang sama, dan secara lintas-fungsi antara individu di departemen yang berbeda. Selain itu, setiap orang dalam organisasi menerapkan pola komunikasi yang khusus. Pola-pola ini menggambarkan bagaimana dua orang atau lebih berhubungan satu sama lain sambil menyampaikan dan menerima informasi secara efektif untuk memastikan pesan yang dimaksudkan dipahami (Djamarah, 2004). Menurut Pace, komunikasi organisasi dapat dikategorikan menjadi empat arah: komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal, dan komunikasi lintas saluran (Pace dan Faules; 2005:184).

1. Dalam sebuah organisasi, komunikasi turun menandakan aliran informasi dari otoritas yang memiliki peringkat lebih tinggi kepada mereka yang berada pada posisi lebih rendah. Ini tidak hanya mencakup pemberian perintah dan arahan, tetapi juga menyampaikan rincian tentang tujuan organisasi, kebijakan perusahaan, regulasi, pedoman yang ketat, keuntungan, dan menanamkan rasa tujuan di antara personel yang ditugaskan.
2. Komunikasi naik dalam konteks organisasi merujuk pada transmisi informasi dari karyawan tingkat lebih rendah kepada atasan mereka di tingkat yang lebih tinggi. Hampir semua anggota organisasi, kecuali mereka yang berada di posisi kepemimpinan tertinggi, memiliki kesempatan untuk terlibat dalam komunikasi naik. Ini berarti bahwa setiap bawahan dapat memiliki alasan yang sah untuk meminta atau memberikan informasi kepada seseorang yang memiliki wewenang lebih tinggi. Tujuan utama komunikasi naik adalah untuk mendapatkan informasi terkait proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan tugas oleh karyawan di posisi yang lebih rendah.
3. Komunikasi horizontal melibatkan berbagi informasi di antara rekan kerja dalam kelompok kerja yang sama. Unit kerja ini terdiri dari individu yang memiliki tingkat otoritas yang serupa.
4. Komunikasi lintas saluran merujuk pada interaksi di mana karyawan berusaha untuk bertukar informasi melintasi batas fungsional dengan individu yang tidak memiliki peran yang lebih tinggi atau lebih rendah.

Dalam ranah komunikasi organisasi, hambatan atau gangguan dalam proses komunikasi dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk sifat dinamis organisasi. Organisasi-organisasi ini dianggap sebagai sistem terbuka yang terus mengalami perubahan sebagai respons terhadap tantangan yang terus berkembang dari lingkungan eksternal mereka (Muhammad, 2011).

SIMPULAN

Kesimpulan dari materi ini adalah bahwa keberagaman generasi dalam organisasi memiliki dampak signifikan pada pola komunikasi di dalam perusahaan. Setiap generasi membawa dengan mereka latar belakang yang unik, preferensi komunikasi yang berbeda, dan gaya komunikasi yang khas. Pentingnya pemahaman yang mendalam tentang keberagaman ini dalam konteks komunikasi organisasi telah diakui. Generasi yang berbeda memiliki preferensi yang berbeda dalam penggunaan teknologi dan cara berkomunikasi. Generasi Y dan Z cenderung lebih terbiasa dengan teknologi terkini, sementara Generasi X mungkin memiliki pendekatan yang lebih berbeda. Organisasi yang mampu memahami dan mengelola keberagaman generasi dengan bijaksana dapat menghasilkan peningkatan kolaborasi, kreativitas, dan produktivitas di dalam organisasi. Keberagaman generasi juga dapat memengaruhi retensi karyawan. Memberikan lingkungan yang mendukung gaya komunikasi generasi masing-masing dapat membantu organisasi mempertahankan karyawan yang berharga. Penelitian lebih lanjut tentang dampak keberagaman generasi dalam organisasi terhadap pola komunikasi sangat penting untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam dan panduan praktis bagi pemimpin organisasi dan praktisi sumber daya manusia. Komunikasi organisasi memiliki empat arah: turun, naik, horizontal, dan lintas saluran, dan setiap arah memiliki tujuan dan tantangan tersendiri dalam konteks keberagaman generasi.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran keberagaman generasi dalam komunikasi organisasi, perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi tuntutan masa depan yang terus berubah dan memaksimalkan potensi komunikasi dalam lingkungan kerja yang modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiati, T. (2018). Perceptions of Generation Z on Interpersonal Communication: An Exploratory Study. *Journal of Youth Studies*, 21(8), 1013-1029.
- Corrie, A. B. (2017). Generational Differences in the Workplace: A Review of the Evidence and Directions for Future Research. *Journal of Organizational Behavior*, 38(1), 139-157.
- Cox, T. (1994). *Cultural Diversity in Organizations: Theory, Research, and Practice*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Djamarah, S. B. (2004). *Komunikasi Dalam Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendi, R. (2019). Impact of Technology-Based Communication on Social Connectivity of Generation Z. *Journal of Communication Studies*, 24(3), 256-272.

- Hardian, R., & Hermawan, A. (2022). Communication Challenges of Generation Z in the Digital Era and Their Implications for Organizational Leadership. *Journal of Organizational Psychology*, 22(1), 45-62.
- Jurkiewicz, C. L. (2000). Generation X and the Public Employee. *Public Personnel Management*, 29(1), 55-74.
- Lyons, S. T. (2004). *The Millennial Mosaic: How Pluralism and Choice Are Shaping Emerging Adults*. Bowling Green State University Popular Press.
- Muhammad, A. S. (2011). Organizational Communication for Development in an African Context: A Case Study of Development NGOs in Tanzania. *Journal of International Development*, 23(6), 822-835.
- Nurjalisa, R. (2020). Communication Preferences of Generation Z: A Comparative Study with Other Generations. *International Journal of Communication Research*, 10(2), 139-152.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2005). *Organizational Communication: Strategies for Success*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Rusmawan, A. (2019). *Metodologi Penelitian: Panduan Praktis untuk Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Scout M Cultip and Allen, M. (2019). Bridging the Generational Gap: An Exploration of How the Communication Styles of Different Generations May Impact Organizational Success. *Management Communication Quarterly*, 33(3), 445-470.
- Yusuf, S. (2023). The Influence of Generational Differences on Workplace Communication Styles: Implications for Leaders. *Leadership & Management Journal*, 33(4), 367-385.
- Zis, M., et al. (2021). The Impact of Generational Diversity on Communication and Its Implications for HRM and Organizational Behavior. *Sustainability*, 13(7), 3921.