Komunikasi Lintas Generasi Di Tempat Kerja

Prof. Dr. Anis Eliyana, SE., M.Si
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

Komunikasi Lintas Generasi

Purpose

Untuk membekali Anda dengan pengetahuan, alat, dan teknik agar berhasil bekerja dengan orang-orang dari semua generasi

Benefit

- Peningkatan komunikasi dan rasa hormat
- Kelompok kerja yang lebih inklusif
- Hasil bisnis yang lebih baik

Objective

- Meningkatkan kesadaran tentang empat generasi yang saat ini ada di dunia kerja.
- Memahami persamaan dan perbedaan generasi
- Mempelajari strategi untuk berkomunikasi secara efektif dengan karyawan dari semua generasi
- Mengidentifikasi potensi sumber konflik antargenerasi dan teknik untuk mengelolanya
- Mengenali bagaimana keragaman usia bermanfaat bagi organisasi

Widman, F., & Strilko, V. (2021). Communicating Across Generations. *University of California Santa Cruz*.

Apa Itu Generasi ?

A generation is defined as a group of people who has experiencing life (i.e. social, political, historical, economic and general) together within a certain time range. (Myers & Sadaghiani, 2010)

- **Hidup, Tumbuh, Dan Berkembang Dalam Pengalaman Kedaan Dunia Yang Sama**
- **Hidup, Tumbuh, Dan Berkembang Rentang Waktu dan Umur Yang Sama**

Kategorisasi Generasi

- Tradisionalis – Lahir 1925-1942
- Generasi Baby Boom – Lahir 1943-1960
- Generasi X – Lahir 1961-1981
- Milenial – Lahir 1982-2002
- Generasi Z – Lahir 2003 – 2012
- Generasi Alpha – Lahir 2013 - Sekarang

Generasi Di Tempat Kerja

The Baby Boomers:
"The Counterculture Generation"

Egosentris | Tidak realistis | Gila Kerja

70'

80'

Gen X:
"The Slacker Generation"

Pemalas | Tidak Sabar | Sinis

Millennials:
"The Last to Grow up Offline"

Rentang perhatian pendek | Manja | Tidak sopan

90'

00'

Gen Z:
"The Technology Inherent"

Lembek | Kurang Bisa Bersosialisasi | Tidak menghargai Proses

The Baby Boomers:
"The Counterculture Generation"

Moto: Anything Possible

Sejarah: Tumbuh pada masa kemakmuran ekonomi dan perubahan positif yang dipandang sebagai "kemajuan;" yang mencakup pandangan progresif tentang pengasuhan anak.

Karakteristik: Secara umum terlihat optimis dan kompetitif, mau bekerja keras untuk memastikan kesuksesan (organisasi) mereka.

Cara komunikasi yang disukai untuk Baby Boomers

Generasi Baby Boom menghargai formalitas dan keterus terangan dalam komunikasi. Mereka juga cenderung mengandalkan email dan telepon untuk komunikasi di tempat kerja, mengingat itulah yang paling dekat dengan komunikasi langsung. Generasi Baby Boom senang diberi informasi dan detail latar belakang. Mereka menyukai komunikasi mereka yang seimbang antara email,pesan suara, rapat, dan komunikasi langsung.

The Baby Boomers:
"The Counterculture Generation"

Pengaturan tempat kerja yang ideal bagi Baby Boomer?

Bagi Generasi Baby Boom, keamanan pekerjaan adalah prioritas utama. Generasi Baby Boom dapat berkembang pesat dalam pengaturan kerja formal dan terstruktur. Dibesarkan tanpa komunikasi digital, generasi ini lebih patuh dengan interaksi pertemuan kelompok dan umumnya lebih fleksibel di tempat kerja.

Bagaimana mengelola anggota Generasi Baby Boomer?

Sebagai pekerja keras, Generasi Baby Boom menghargai pengakuan atas pengetahuan dan keterampilan mereka. Mereka biasanya ahli di bidangnya dan seringkali sangat senang berbagi ilmunya. Mereka harus didorong untuk membimbing pekerja yang lebih muda.

Gen X:
“The Slacker Generation”

Moto: Work Life Balance

Sejarah: Dibesarkan dalam bayang-bayang Generasi Baby Boom selama masa krisis ekonomi, lapangan kerja terbatas, dan awal berkembangnya *personal computer*

Karakteristik: Secara umum dipandang skeptis dengan loyalitas dan etos kerja yang didefinisikan lebih individual, berdasarkan kebutuhan pribadi daripada kebutuhan organisasi.

Cara komunikasi yang disukai untuk Gen X

Generasi X menghargai komunikasi yang fleksibel dan informal, membuat mereka nyaman menggunakan berbagai saluran komunikasi berbasis teknologi. Mereka juga merasa bahwa teknologi harus mendukung pertumbuhan profesional mereka, tetapi mereka dikenal menghindari manajemen mikro di tempat kerja. Mereka lebih suka dihubungi hanya selama jam kerja, karena mereka sangat menghargai kebebasan dan waktu istirahat mereka. .

Gen X:
“The Slacker Generation”

Pengaturan tempat kerja yang ideal bagi Gen X?

Mayoritas Gen X lebih menyukai lingkungan kerja yang lebih menekankan pada individualitas. Di tempat kerja yang ideal, mereka akan diberi ruang fisik dan psikologis yang lebih besar serta eksibilitas untuk mengelola beban kerja mereka dan mencapai “Work Life-Balance”

Bagaimana mengelola anggota Gen X?

Gen X tidak suka diawasi dan akan berkembang jika diberi otonomi yang lebih besar untuk menyelesaikan tugas terkait pekerjaan mereka. Sebagian besar anggota generasi ini sudah mapan dalam karier mereka dan dapat menjadi aset yang berguna bagi seluruh perusahaan berkat pengalaman mereka yang luar biasa.

Gen Y / Millennials:
"The Last to Grow up Offline"

Moto: Technology Rules !

Sejarah: Segera menjadi kelompok terbesar dalam angkatan kerja, sejarah mereka masih terbentuk. Mereka tumbuh dengan multitasking, multimedia, dan teknologi.

Karakteristik: Umumnya terlihat percaya diri dengan pandangan global; mereka merespons secara positif peluang yang melibatkan teknologi.

Cara komunikasi yang disukai untuk Gen Y

Mengingat mereka tumbuh dengan mengirim SMS, sebagian besar Milenial menghargai komunikasi yang memfasilitasi kolaborasi tim dan kerja sama tim. Mereka berkembang pesat dalam menggunakan *instant messaging* dan *chatting*. Milenial akan memilih tempat kerja mereka berdasarkan teknologi yang ditawarkannya. Apalagi, merekalah yang mendukung adopsi teknologi berbasis *cloud* di tempat kerja..

Gen Y / Millennials:
"The Last to Grow up Offline"

Pengaturan tempat kerja yang ideal bagi Gen Y?

Bagi sebagian besar Generasi ini, memiliki visi dalam melakukan pekerjaan yang membantu menjadikan dunia tempat yang lebih. Mereka selalu mencari makna yang lebih dalam, sehingga pengaturan kerja yang mengasuh, inklusif, dan keragaman bekerja cocok bagi mereka. Generasi pertama yang mengadopsi pekerjaan jarak jauh dan hybrid — mengingat mayoritas dari mereka mampu melakukan pekerjaan di luar kantor.

Bagaimana mengelola anggota Gen Y?

Suka dengan umpan balik yang konstruktif, Milenial menghargai transparansi dan kejujuran, baik dalam kehidupan maupun di tempat kerja. Menurut mereka, seseorang tidak boleh dinilai dari jumlah jam yang mereka habiskan untuk bekerja, melainkan dari kualitas pekerjaan mereka, hal ini membuat mereka luar biasa dalam multitasking. Generasi ini akan berkembang dalam lingkungan kerja yang memastikan kejelasan dan menjaga kesejahteraan mereka — Milenial akan merasa dihargai dan termotivasi untuk melakukan pekerjaan terbaik mereka di sana.

Gen Z:
“The Technology Inherent”

Moto: Digital Native

Sejarah: Generasi termuda di dunia kerja, sulit untuk mengatakan peristiwa apa yang akan memengaruhi Gen Z. Lahir dan besar sebagai penduduk asli digital, mereka sangat bergantung pada smartphone dan perangkat modern lainnya. Berkat lingkungan tempat mereka dibesarkan.

Karakteristik: Mereka tidak bisa lepas dari teknologi, gemar mengeksplorasi hal-hal terbaru, dan cenderung memilih kepraktisan / instan

Cara komunikasi yang disukai untuk Gen Z

Dengan Gen Z, komunikasi harus setransparan mungkin dan mereka membutuhkan feedback segera. Mereka tidak dapat memahami bagaimana orang bisa bekerja tanpa teknologi karena mereka praktis dilahirkan dengan smartphone di tangan mereka. Mereka mengandalkan komunikasi video dan suara, lebih suka melakukan sebagian besar pekerjaan mereka dengan ponsel mereka. Ekspektasi mereka tinggi terkait teknologi di tempat kerja dan lebih suka menggunakan perangkat mereka sendiri untuk keperluan kerja.

Gen Z:
“The Technology Inherent”

Pengaturan tempat kerja yang ideal bagi Gen Z?

Gen Z menghargai keamanan di tempat kerja di atas segalanya. Saat mencari pekerjaan, mereka kebanyakan berfokus pada peluang yang stabil dan jangka panjang — mereka akan bertahan di perusahaan yang sama selama beberapa tahun sebelum pindah. Tempat kerja ideal mereka adalah tempat kerja yang fleksibel yang memungkinkan mereka menyelesaikan tugas sesuai keinginan mereka dan terdapat proses improvement. Jam kerja yang fleksibel dan tanggung jawab sosial juga cukup tinggi dalam daftar prioritas tempat kerja mereka.

Bagaimana mengelola anggota Gen Z?

Gen Z lebih menyukai hubungan manajemen yang sangat kolaboratif dan terlibat dengan orang lain secara langsung. Mereka memandang perusahaan dengan misi yang jelas dan kuat, percaya ini membantu mereka belajar dan berkembang secara profesional. Perusahaan yang merawat karyawannya dengan baik dengan berinvestasi dalam pengembangan mereka adalah yang terbaik untuk Generasi Z — mereka akan berkembang dengan kemungkinan dibimbing, dilatih, dan diajar oleh karyawan senior.

Presepsi Biner di Tempat Kerja Antar Generasi

- Penggunaan komputer untuk rekreasi selama jam kerja (seperti *Smartphone, Social Media, & Game)*
- Eufemisme yang bersifat diskriminatif, seperti; "kalian masih bocah", "tua", "pemalas", “gaptek“
- Kebutuhan terkait *Work Life Balance*
- Ekspektasi kerja (etika, penugasan, jam kerja, telecommuting, beban kerja, lembur)
- Masalah retensi (promosi, rotasi, kompensasi).

Kecenderungan Pembeda Antar Generasi

- *Feedback*, Gaya & Bahasa Komunikasi
- Motivasi, Penghargaan Kerja, & Work Life Balance
- Proses Kerja & Fokus Teknologi
- Etika bisnis
- Pakaian & Perawatan
- Otoritas, Kepemimpinan dan Hirarki
- Perilaku di Tempat Kerja (Rasa Hormat)
- Meremehkan Kemampuan Generasi yang Berbeda
- Jam kerja

Keterampilan Untuk Meningkatkan Komunikasi Antar Generasi

Prinsip Dasar:

- Jangan membuat asumsi
- Sesuaikan pendekatan Anda dengan gaya mereka
- Pertimbangkan waktu dan tempat yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut

Keterampilan untuk Meningkatkan Komunikasi Antargenerasi:

1. Jelaskan masalah dan pengaruhnya terhadap Anda
2. Ajukan pertanyaan
3. Dengarkan tanpa menghakimi
4. Hargai perspektif orang lain
5. Perjelas masalah yang sebenarnya
6. Rencanakan langkah selanjutnya, jika perlu
7. Bertindak sesuai rencana

Kiat Untuk Bekerja Dengan Setiap Generasi

DO

- Mengakui bahwa perbedaan generasi memengaruhi gagasan, ekspektasi, nilai, dan perilaku kita di tempat kerja
- Mengakui bahwa setiap orang ingin diperlakukan dengan hormat dan mengakui bahwa rasa hormat mungkin terlihat dan terasa berbeda, berdasarkan pengalaman dan perspektif yang berbeda
- Mengetahui bahwa Anda memiliki pengalaman hidup yang berbeda dan dapat belajar dari pengalaman dan perspektif orang lain
- Menemukan cara untuk menciptakan nilai bersama dan titik temu
- Bersedia untuk melenturkan gaya dan preferensi alami Anda agar dapat bekerja secara efektif dengan semua kolega Anda
- Bersikap terbuka dan jujur tentang *"hot buttons"* Anda (yaitu, sumber ketegangan atau konflik yang berulang)
- Memberikan saran khusus kepada kolega Anda tentang apa yang dapat mereka lakukan untuk membantu Anda melakukan yang terbaik
- Fokus pada hal yang benar-benar penting – produktivitas, kerja tim, dan hubungan stakeholder
- Menantang asumsi dan meningkatkan kesadaran tentang tempat kerja multigenerasi
- Menunjukkan perspektif dan kemampuan anggota tim yang beragam

Kiat Untuk Bekerja
Dengan Setiap Generasi

DON'T

- Membuat kesimpulan negatif yang cepat berdasarkan perbedaan generasi
- Stereotipe (mis., menilai kemampuan kolega Anda dari apa yang mereka kenakan dan seperti apa jam kerja mereka)
- Mengolok-olok atau melontarkan kata-kata yang menghina seperti "dinosaurus", "kuno", "pemalas", atau "bocah"
- Melewatkan kesempatan untuk meningkatkan komunikasi dan memperkuat hubungan
- • Berasumsi setiap anggota dari generasi tertentu berpikir atau berperilaku persis sama

4 Kemampuan Komunikasi Yang Dibutuhkan Di Tempat Kerja

1

Kemampuan Mendengarkan

Agar lebih paham mengenai apa yang diucapkan orang lain dan lebih peka terhadap perasaan orang lain.

2

Komunikasi Non-Verbal

Untuk memperjelas maksud pesan yang disampaikan dan menghindari miskomunikasi

3

Mengontrol Emosi

Pengelolaan emosi merupakan salah satu kemampuan penting dalam komunikasi untuk menghindari gejolak emosi negatif

4

Komunikasi Asertif

Kemampuan untuk menyampaikan maksud dengan jelas dan tetap menghormati orang lain.

KUNCI KOMUNIKASI EFEKTIF:

MENJADI ASERTIF

Menyatakan Perasaan Dengan Jujur

Komunikasi Asertif

Menurut VA Health Care, Satu cara berkomunikasi dan mengekspresikan pikiran, perasaan dan pendapat dengan cara membuat sudut pandang dan kebutuhan kita **dimengerti dengan jelas oleh orang lain, tanpa kita menyepelekan pikiran, perasaan atau pendapat** orang lain

Definisi

Cara kita menyampaikan pendapat dan perasaan secara terbuka dengan jujur, pantas, menghormati orang lain dan langsung

Kunci Dari Komunikasi Asertif

Saling menghargai yang pada akhirnya bisa memberi kenyamanan satu sama lain untuk membicarakan permasalahan dan mencari jalan tengah untuk kedua belah pihak

- Townend, A., & Townend, A. (2007). Assertive Communication. *Assertiveness and Diversity*, 36-46.
- Tripathy, M. (2018). Assertiveness–A win-win approach to business communication. IUP Journal of Soft Skills, 12(2), 48-56.

Manfaat Melakukan Komunikasi Asertif

- Dapat menjadi rekan kerja, teman, dan tim yang baik serta hebat karena selalu menyelesaikan masalah dengan saling menghargai
- Bernegosiasi dengan hasil win-win solution
- Dapat menyampaikan pesan dengan jelas tanpa menimbulkan miskomunikasi dengan orang lain

Cara Komunikasi Asertif Dengan Efektif

Menghindari ***You Statement***

Menyampaikan apa yang kita rasakan dengan kata “Kamu / Anda”.
“You Statement” cenderung mengeneralisasikan secara tidak akurat dengan lawan bicara dan sering pada akhirnya membuat lawan bicara merasa disalahkan dan dituduh oleh kita

Menggunakan ***I Statement***

Mengubah cara penyampaian kekecewaan dengan mengawali kalimat kata “Saya” Contohnya “kalau menurut pandangan Saya…” Akan membuat lawan bicara merasa senang dan kita mendapatkan empati dari mereka

- Townend, A., & Townend, A. (2007). Assertive Communication. *Assertiveness and Diversity*, 36-46.
- Tripathy, M. (2018). Assertiveness–A win-win approach to business communication. IUP Journal of Soft Skills, 12(2), 48-56.

Hal-hal yang perlu diperhatikan saat menggunakan “I-Statement”

- Deskripsikan semua yang terjadi dengan jelas menurut perspektif kita, hindari asumsi tentang apa yang dialami oleh lawan bicara
- Beritahu dampak dan efek terhadap kejadian tersebut
- Bicarakan pada lawan bicara tentang apa yang dinginkan dan dibutuhkan secara spesifik, untuk menemukan jalan keluar yang membuat senang kedua belah pihak

Komunikasi Efektif dengan Prinsip S.U.C.C.E.S

Simplicity

- Pastikan informasi yang disampaikan jelas dan simple
- Sampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami

Unexpectedness

- Buat orang lain ingin tahu (kepo) dengan informasi atau ide yang disampaikan
- Menggunakan istilah-isitilah unik yang membuat orang lain tertarik

Concreteness

- Informasi yang disampaikan spesifik, jelas, dan berdasarkan fakta
- Sampaikan sesuatu dengan abstrak atau fenomena yang sering terjadi

Credibility

- Sampaikan informasi yang bermutu
- Sumber informasi perlu disampaikan untuk meyakinkan lawan bicara

Emotion

- Kenali kebutuhan emosional lawan bicara untuk mencapai tujuan komunikasi
- Efek emotional membuat lawan bicara merasa dirangkul

Stories

- Ceritakan pengalaman yang relevan dengan kondisi lawan bicara

Hale, J. A. (2008). Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die. Journal of College Orientation, Transition, and Retention, 15(2).

Komunikasi Efektif

Komunikasi Asertif + S.U.C.C.E.S

- Membantu kita untuk lebih ekspresif dan meningkatkan percaya diri sehingga informasi yang kita sampaikan bisa lebih mudah dipahami tanpa terjadi miskomunikasi
- Mampu menyampaikan informasi tanpa menyinggung perasaan orang lain

Referensi

Anja Bojic. (2023, February 22). How to improve communication across generations at work. Pumble Blog. Retrieved February 27, 2023, from https://pumble.com/blog/improve-communication-across-generations-at-work/

Hale, J. A. (2008). Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die. Journal of College Orientation, Transition, and Retention, 15(2).

Myers, K. K., & Sadaghiani, K. (2010). Millennials in the workplace: A communication perspective on millennials' organizational relationships and performance. Journal of business and psychology, 25, 225-238.

Townend, A., & Townend, A. (2007). Assertive Communication. Assertiveness and Diversity, 36-46.

Tripathy, M. (2018). Assertiveness–A win-win approach to business communication. IUP Journal of Soft Skills, 12(2), 48-56.

Widman, F., & Strilko, V. (2021). Communicating Across Generations. University of California Santa Cruz.

Terima Kasih

Prof. Dr. Anis Eliyana, S.E, M.Si.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
anis.eliyana@feb.unair.ac.id