



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 15649-15665

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pola Komunikasi Antargenerasi di Lingkungan Kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar

Andi Siti Nurhalisa Basri, Muh. Akbar, Muliadi Mau

Universitas Hasanuddin Makassar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi

basriasn25e@student.unhas.ac.id, muliadimau@unhas.ac.id, muh.akbar@unhas.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pola komunikasi antargenerasi di lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar dengan fokus pada interaksi antara Generasi X, Generasi Y (Milenial), dan Generasi Z. Keberagaman generasi dalam dunia kerja menghadirkan dinamika komunikasi yang unik karena setiap generasi memiliki karakteristik, nilai, pengalaman, serta preferensi komunikasi yang berbeda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pola komunikasi yang terjadi di dalam organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam gaya komunikasi, cara penyampaian informasi, nilai-nilai kerja, serta tingkat pemanfaatan teknologi di antara ketiga generasi. Generasi X cenderung mengutamakan komunikasi formal dan tatap muka, sementara Generasi Y lebih fleksibel dalam memanfaatkan media digital. Di sisi lain, Generasi Z menunjukkan preferensi yang tinggi terhadap komunikasi cepat berbasis teknologi dan platform digital. Perbedaan tersebut berpotensi menimbulkan kesenjangan komunikasi, kesalahpahaman, serta hambatan dalam proses koordinasi dan kolaborasi kerja. Penelitian ini juga menemukan bahwa efektivitas komunikasi antargenerasi memiliki pengaruh terhadap produktivitas kerja, kualitas kerja sama tim, dan terciptanya lingkungan kerja yang harmonis. Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan strategi komunikasi yang inklusif, meningkatkan pemahaman lintas generasi, serta memanfaatkan teknologi komunikasi secara optimal. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengelolaan sumber daya manusia serta menjadi panduan bagi organisasi dalam menciptakan lingkungan kerja multigenerasi yang lebih produktif, kolaboratif, dan adaptif terhadap perubahan.

Kata kunci: Pola Komunikasi, Antargenerasi, Generasi X, Generasi Y, Generasi Z, Industri Kreatif, Lingkungan Kerja, Kolaborasi

1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam interaksi manusia. Sejak awal peradaban, cara manusia berkomunikasi telah berevolusi, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perubahan sosial budaya (Mailani, 2019)

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan organisasi, yang mana ide atau gagasan tidak akan terwujud jika komunikasi antar anggota organisasi tidak berjalan efektif. Komunikasi ialah elemen vital dalam kehidupan, baik dalam interaksi sehari-hari maupun dalam organisasi. (Syifa Arya Chika Maida & Setyanto, 2023)

Di dalam organisasi, komunikasi antar sumber daya manusia berperan krusial dalam menjalankan aktivitas dan mencapai tujuan bersama. Seperti yang disampaikan M.T Myers & G.E Myers, komunikasi memungkinkan koordinasi antar individu dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Simamora dalam jurnal yang dituliskan oleh Fauzi (2022) menekankan bahwa komunikasi merupakan kunci kemajuan organisasi, komunikasi yang efektif memungkinkan organisasi mencapai tujuannya dengan lancar dan optimal. Mengingat pentingnya komunikasi yang baik, diperlukan pola komunikasi yang efektif di antara organisasi (Safitri, 2019)

Survei Deloitte tahun 2021 menunjukkan bahwa 94% meyakini komunikasi efektif dalam organisasi dapat mendorong kinerja anggota tim.

Salah satu kunci membangun budaya organisasi yang kuat adalah dengan membangun pola komunikasi yang efektif. Setyawan dan Arifin dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pola komunikasi yang efektif memungkinkan tim untuk bertukar informasi dengan mudah, sehingga mengurangi kebingungan dan meningkatkan efisiensi kinerja (Zaky, 2023)

Penelitian lain juga menemukan bahwa komunikasi yang baik dapat meningkatkan motivasi dan koordinasi antar anggota organisasi termasuk anggota tim yang berasal dari berbagai generasi (Gabriella Sagita Putri, 2020)

Generasi ini ialah mereka yang berasal dari berbagai macam tahun kelahiran yang berbeda – beda, dalam tinjauan teoritisnya, Yanuar Surya Putra (2019) menghimpun berbagai pandangan dari para pakar mengenai pengelompokan generasi, yang kemudian disusun rapi dalam sebuah tabel dalam *Theoretical Review*.

Tabel 1. Pengelompokan Generasi 2019

Sumber	Label				
Tapscott (1998)	Baby Boom Generation	Generation X (1965-1975)	Digital Generation	-	-
	(1946-1964)		(1976-2000)		
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millennial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millennials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millennials (1995-present)

Sumber Yanuar Surya Putra, (2019)

Keberagaman generasi ini membawa latar belakang yang unik, preferensi komunikasi yang berbeda, dan gaya komunikasi yang berbeda. Generasi Y, atau yang sering disebut sebagai milenial, dan Generasi Z, yang merupakan generasi digital, cenderung lebih terbiasa dengan teknologi terkini, termasuk penggunaan media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform daring lainnya dalam berkomunikasi. Sementara itu, Generasi X, yang memiliki pendekatan yang lebih tradisional dalam komunikasi, seperti menggunakan telepon atau pertemuan tatap muka berbeda (Putri Nursyifa, 2022).

Dampak signifikan terlihat jelas pada pola komunikasi antargenerasi yang terjadi, salah satunya dalam konteks lingkungan kerja di mana perbedaan pola komunikasi menjadi tantangan yang sangat sering terjadi baik di suatu perusahaan ataupun di lembaga profesional lainnya (Putri Nursyifa, 2022).

Menurut Don Tapscott dalam *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation dan Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. Tapscott (1999, 2009) saat ini terdapat empat generasi dominan yang masih aktif dalam lingkungan kerja. Yaitu, Generasi Baby Boomers yang lahir sebelum tahun 1965, generasi X yang lahir antara tahun 1965-1979, generasi Y atau sering disebut Millennials, yang lahir antara tahun 1980-1996 dan generasi Z adalah mereka yang lahir 1997 sampai 2012.

Di Indonesia sendiri pada tahun 2024, angkatan kerja yang disebut generasi X (1965-1979) mulai digantikan oleh kehadiran generasi Y, generasi milenial (1980-1996), dan generasi Z (1997–2012) pada berbagai perusahaan di Indonesia (Penasada, 2021).

Dibuktikan melalui riset yang dilakukan oleh Humairoh, H., & Annas, M. (2023) mengenai dominasi angkatan kerja di Indonesia. Pada riset tersebut ditemukan bahwa laporan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2020, jumlah penduduk usia 15 tahun ke atas tumbuh 1,6% menjadi 190,6 juta dengan angkatan kerja 131,5 juta. Artinya, persentase penduduk yang bekerja yaitu generasi Y dan generasi Z, naik 1% menjadi 69% dan hal tersebut menjadi pertanda adanya perbedaan pola komunikasi di setiap generasi. Kemudian, riset memperlihatkan bahwa jumlahnya, meliputi.

Tabel 2. Jumlah Segmentasi Generasi Karyawan di Indonesia 2023

Generasi	2020	2021	2022	2023
Generasi X	37.963.743	39.506.993	39.514.538	40.954.633
Generasi Y	48.305.153	48.642.839	48.006.542	47.807.619
Generasi Z	27.733.982	27.569.847	25.793.928	25.050.735

Sumber (Setyorini & Meiranto, 2023)

Berdasarkan tabel, tercatat bahwa jumlah karyawan gen Y atau milenial dan gen Z di Indonesia mengalami kenaikan 4% pada tahun 2023, mencapai 40,9 juta. Hal ini dipengaruhi oleh banyaknya milenial dan gen Z yang telah menyelesaikan pendidikan dan mulai bekerja, sehingga pelan-pelan mendobrak dominasi generasi X dalam angkatan kerja. Dengan meningkatnya jumlah karyawan milenial dan gen Z, terjadi pergeseran dalam pola komunikasi di lingkungan kerja. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ahuja & Galvin (2004), konflik antargenerasi ini sering kali dipicu oleh berbagai faktor.

Contohnya antargenerasi X dan Z. Generasi X yang sudah lama berkecimpung di dunia kerja memiliki pola komunikasi yang berbeda dengan generasi Z yang baru saja memulai karir mereka, perbedaan usia yang cukup jauh menjadi faktor utama yang menyebabkan perbedaan ini (Lancaster & Stillman, 2019).

Perbedaan dalam nilai, sikap, dan preferensi komunikasi ini menyebabkan kesalahpahaman yang mempengaruhi kerjasama dan produktivitas di lingkungan kerja (Lancaster & Stillman, 2019)

Perbedaan pola komunikasi antargenerasi ini menimbulkan beberapa masalah seperti yang dikatakan Dr. Karen Sobel (2019) bahwa perbedaan karakteristik generasi dapat menjadi salah satu faktor utama dalam memicu perselisihan di tempat kerja, yang menegaskan bahwa perspektif yang berbeda dalam memandang masalah atau isu seringkali dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik antargenerasi (Lojeski, 2020).

Tabel 3. Perbedaan Karakter Generasi (Lancaster & Stillman) 2019

Faktor	Generation Xers	Millennial Generation
Overview	Skeptis	Realistis
Karakteristik Umum	Generasi yang tertutup, sangat independen dan punya potensi, tidak bergantung pada orang lain untuk menolong mereka.	Sangat menghargai perbedaan, lebih memilih bekerja sama daripada menerima perintah, dan sangat pragmatis ketika memecahkan persoalan.
Work Habits	Menyadari adanya keragaman dan berpikir global, ingin menyeimbangkan antara pekerjaan dengan kehidupan, bersifat informal, mengandalkan diri sendiri, menggunakan pendekatan praktis dalam bekerja, ingin bersenang-senang dalam bekerja, senang bekerja dengan teknologi terbaru.	Memiliki rasa optimis yang tinggi, fokus pada prestasi, percaya diri, percaya pada nilai-nilai moral dan sosial, menghargai adanya keragaman.

Sumber (Lancaster & Stillman, 2019)

Semakin besar perbedaan usia antara karyawan, semakin terlihat jelas bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi pola komunikasi yang terjadi. Konflik seperti perbedaan nilai, ekspektasi, dan gaya kerja (Tinggi, 2023)

Salah satu dampak dari konflik pola komunikasi ini sering terjadi di perusahaan yang berada di bidang kreatif, dimana menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith menunjukkan bahwa konflik antargenerasi juga bisa muncul dalam cara orang bekerja dan cara mereka menyelesaikan proyek. Generasi Y dan Z lebih suka bekerja secara fleksibel dan kolaboratif, sementara generasi yang lebih tua lebih suka rutinitas yang lebih terstruktur dan bekerja sendiri (Dewanto & Deasy Aseanty, 2023).

Perbedaan ini bisa menyebabkan gesekan dalam hal bagaimana tugas diatur dan dilakukan, yang bisa mempengaruhi kualitas pekerjaan dan suasana di tempat kerja bidang kreatif (Dewanto & Deasy Aseanty, 2023).

Di bidang kreatif, keberagaman sering terjadi karena sektor ini menarik berbagai kalangan generasi dengan minat, bakat, dan latar belakang yang berbeda. Menurut Sarah M. Hoban, (2019) dalam bukunya, keberagaman ini telah membuka ruang untuk kolaborasi dan inovasi yang luar biasa. Keberagaman generasi ini juga dapat memicu konflik dan kesalahpahaman (Sarah M. Hoban, 2019).

Sebagai contoh, PT Skena Wahana Kreatif, sebuah perusahaan di bidang kreatif, memiliki banyak generasi yang bekerja bersama. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2020 dan berpusat di Jakarta dan Makassar, Indonesia.



Gambar 1. Logo PT. Skena Wahana Kreatif 2020

Sumber : <https://skena.co.id/>

PT Skena Wahana Kreatif memiliki jaringan yang luas sehingga perusahaan ini dapat menjadi perusahaan terdepan di bidangnya. PT Skena Wahana Kreatif telah menjadi mitra yang mendukung berbagai segmen industri kreatif di Indonesia. Mulai dari Branding & Design, Social Media Management, KOL/Influencer, Marketing, Website Development, Video & Motion, Documentation, Digital Feature, Event Management, dan Collaboration/Partnership.

Di PT Skena Wahana Kreatif, keragaman generasi di antara anggota tim menjadi sumber kreativitas juga dapat menimbulkan ketegangan dalam komunikasi dan kolaborasi, dalam menghadapi dinamika ini. Hal itu memberikan tantangan tersendiri terhadap perusahaan terutama dalam mengontrol pola komunikasi antar berbagai generasi ini. Perbedaan usia antar karyawan di PT Skena Wahana Kreatif membawa tantangan dan peluang baru dalam dinamika komunikasi di lingkungan kerja.

Beragamnya generasi yang berkontribusi dalam perusahaan ini, terbentuklah pola komunikasi yang perlu dikelola secara efektif agar tercipta kepuasan di lingkungan kerja karyawan yang harmonis dan produktif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Skena Wahana Kreatif Cabang Makassar yang berlokasi di Jl. Letjen Hertasning No. B5, Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive karena perusahaan ini merupakan creative agency yang memiliki keberagaman generasi dalam lingkungan kerjanya, sehingga dianggap representatif untuk mengkaji pola komunikasi antargenerasi. Penelitian berlangsung pada Juni hingga Agustus 2024.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Bungin (2019), fokus penelitian dalam penelitian kualitatif merupakan inti objek kajian yang dipelajari secara mendalam dan holistik. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara komprehensif pola komunikasi yang terjadi antara Generasi X dan Generasi Z di lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11295>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Afrizal (2019), informan merupakan individu yang mampu memberikan informasi yang relevan terkait objek penelitian. Adapun kriteria informan meliputi karyawan aktif PT Skena Wahana Kreatif Makassar, bersedia memberikan informasi secara terbuka, serta termasuk dalam kategori Generasi X atau Generasi Z. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan tinjauan pustaka. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas dan pola komunikasi antargenerasi di lingkungan kerja. Wawancara mendalam dilakukan secara tatap muka menggunakan pedoman pertanyaan yang bersifat terbuka untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan informan mengenai komunikasi lintas generasi (Nugrahani, 2019). Selain itu, tinjauan pustaka dilakukan melalui pengkajian berbagai sumber ilmiah seperti buku, jurnal, artikel, dan laporan penelitian guna memperkuat landasan teoritis penelitian (Sugiyono, 2020).

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses analisis dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data mencapai titik kejenuhan. Melalui tahapan tersebut, penelitian menghasilkan gambaran yang mendalam mengenai dinamika komunikasi antargenerasi serta pengaruhnya terhadap kolaborasi dan produktivitas kerja di PT Skena Wahana Kreatif Makassar (Sugiyono, 2020).

3. Hasil dan Diskusi

a. Identifikasi Informan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap enam informan yang dipilih menggunakan purposive sampling. Informan terdiri atas dua orang Generasi X, dua orang Generasi Y/Millennial, dan dua orang Generasi Z. Keberagaman informan dipilih untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pola komunikasi antargenerasi di PT Skena Wahana Kreatif Makassar.

Tabel 4. Daftar Informan

Kategori	Nama Informan	Usia	Jabatan
Generasi X	Akbar Zakaria	43 Tahun	Direktur
Generasi X	Inna Hamdi	54 Tahun	Marketing
Generasi Y/Millennial	Yulfita Munsu	26 Tahun	HRD
Generasi Y/Millennial	Iksan	27 Tahun	Copywriter
Generasi Z	Andi Diva	22 Tahun	Social Media Specialist
Generasi Z	Fahmi Huwaidy	23 Tahun	Desain Grafis

Keberagaman usia, pengalaman, dan posisi kerja memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana setiap generasi memaknai komunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi dalam lingkungan kerja kreatif yang dinamis.

b. Pola Komunikasi Antargenerasi di PT Skena Wahana Kreatif Makassar

Hasil wawancara menunjukkan bahwa setiap generasi memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda. Generasi X lebih menyukai komunikasi formal, terstruktur, dan dilakukan secara langsung melalui rapat tatap muka maupun email. Mereka menganggap komunikasi langsung lebih efektif untuk memastikan kejelasan informasi dan mengurangi kesalahpahaman.

Sebaliknya, Generasi Y lebih fleksibel dalam memanfaatkan teknologi komunikasi. Mereka menggunakan aplikasi pesan instan, platform kolaborasi digital, dan pertemuan virtual untuk meningkatkan efisiensi kerja. Generasi ini juga cenderung terbuka terhadap diskusi dan umpan balik secara langsung.

Sementara itu, Generasi Z lebih mengandalkan teknologi digital dalam berkomunikasi. Mereka terbiasa menggunakan media sosial, aplikasi pesan instan, serta platform kolaborasi berbasis cloud. Kecepatan, kemudahan akses, dan komunikasi real-time menjadi alasan utama pilihan mereka terhadap media digital.

Perbedaan pola komunikasi tersebut menunjukkan bahwa latar belakang teknologi dan pengalaman kerja berpengaruh terhadap preferensi komunikasi setiap generasi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Tapscott (2009) yang menjelaskan bahwa setiap generasi memiliki preferensi komunikasi berbeda yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang mereka alami.

c. Pengaruh Perbedaan Usia dan Pengalaman

Perbedaan usia dan pengalaman kerja menjadi salah satu faktor yang memengaruhi komunikasi antargenerasi. Informan dari Generasi X menilai bahwa pengalaman kerja yang panjang membantu mereka dalam mengambil keputusan secara lebih hati-hati dan sistematis. Mereka cenderung menggunakan pendekatan formal serta mempertimbangkan berbagai aspek sebelum menentukan keputusan.

Di sisi lain, Generasi Y dan Generasi Z memandang bahwa kecepatan adaptasi terhadap teknologi serta kemampuan menghasilkan ide-ide kreatif menjadi keunggulan mereka. Generasi muda lebih terbuka terhadap inovasi dan perubahan, sehingga sering menghadirkan perspektif baru dalam penyelesaian masalah.

Meskipun perbedaan usia dan pengalaman terkadang menimbulkan tantangan dalam komunikasi, sebagian besar informan menilai bahwa keberagaman tersebut justru menjadi kekuatan organisasi. Pengalaman Generasi X dapat berpadu dengan kreativitas Generasi Y dan Generasi Z sehingga menghasilkan solusi yang lebih inovatif dan efektif. Temuan ini memperkuat pandangan Tapscott (2009) bahwa komunikasi lintas generasi yang efektif dapat meningkatkan kolaborasi dan produktivitas organisasi.

d. Preferensi Saluran Komunikasi Berdasarkan Generasi

Perbedaan generasi juga terlihat pada pilihan saluran komunikasi yang digunakan dalam pekerjaan sehari-hari.

Tabel 5. Ringkasan Preferensi Saluran Komunikasi

Generasi	Saluran Komunikasi Utama
Generasi X	Tatap muka, email, rapat formal
Generasi Y	WhatsApp, Slack, Microsoft Teams, email
Generasi Z	WhatsApp, Telegram, media sosial, Trello, Asana, Google Workspace

Generasi X masih menempatkan komunikasi tatap muka dan email sebagai media utama karena dianggap lebih formal dan terdokumentasi dengan baik. Generasi Y lebih memilih kombinasi antara komunikasi digital dan komunikasi formal. Sementara itu, Generasi Z sangat mengandalkan aplikasi digital karena memungkinkan komunikasi berlangsung cepat dan efisien.

Perbedaan preferensi ini menunjukkan pentingnya organisasi menyediakan berbagai saluran komunikasi yang dapat mengakomodasi kebutuhan seluruh generasi agar proses komunikasi berjalan efektif.

e. Kesenjangan Komunikasi Antargenerasi

Penelitian menemukan adanya kesenjangan komunikasi yang muncul akibat perbedaan gaya komunikasi, penggunaan teknologi, dan cara penyampaian informasi. Generasi X cenderung mengutamakan komunikasi yang formal dan mendalam, sedangkan Generasi Y dan Z lebih menyukai komunikasi yang cepat, singkat, dan berbasis teknologi.

Perbedaan tersebut terkadang menyebabkan kesalahpahaman dalam proses kerja. Generasi muda menganggap proses komunikasi formal terlalu lambat, sedangkan generasi yang lebih tua menilai komunikasi digital sering kali mengurangi detail informasi yang penting.

Namun demikian, para informan menyadari bahwa perbedaan tersebut dapat diatasi melalui sikap saling memahami dan kemampuan beradaptasi. Organisasi perlu membangun budaya komunikasi yang terbuka agar setiap generasi dapat memahami kebutuhan komunikasi generasi lainnya.

f. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung komunikasi antargenerasi meliputi keterbukaan, penggunaan teknologi, pengalaman kerja, serta kemauan untuk belajar dari generasi lain. Keberadaan platform komunikasi digital juga mempermudah koordinasi dan pertukaran informasi antaranggota tim.

Sebaliknya, faktor penghambat komunikasi meliputi perbedaan gaya komunikasi, perbedaan kecepatan adaptasi teknologi, perbedaan prioritas kerja, serta perbedaan cara pandang terhadap penyelesaian masalah. Jika tidak dikelola dengan baik, faktor-faktor tersebut dapat menimbulkan konflik dan menghambat kolaborasi.

Tapscott (2009) menjelaskan bahwa integrasi teknologi dengan pendekatan komunikasi yang adaptif merupakan solusi untuk mengurangi kesenjangan komunikasi dalam organisasi multigenerasi.

g. Upaya Perusahaan Mengatasi Perbedaan Komunikasi

PT Skena Wahana Kreatif telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi kesenjangan komunikasi antargenerasi. Salah satu langkah utama adalah penyelenggaraan pelatihan komunikasi lintas generasi yang bertujuan meningkatkan pemahaman terhadap karakteristik masing-masing generasi.

Perusahaan juga menerapkan program mentoring yang memungkinkan karyawan senior membimbing karyawan muda, sekaligus memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk berbagi pengetahuan terkait teknologi digital. Selain itu, perusahaan memanfaatkan berbagai platform komunikasi digital seperti Slack, Microsoft Teams, dan aplikasi manajemen proyek untuk mendukung kolaborasi.

Program internal seperti “Bincang Kenyang” juga menjadi sarana komunikasi informal yang mempererat hubungan antar karyawan dari berbagai generasi. Melalui kegiatan ini, karyawan dapat berinteraksi secara santai tanpa tekanan pekerjaan sehingga tercipta hubungan kerja yang lebih harmonis.

h. Dampak Komunikasi Antargenerasi terhadap Produktivitas Karyawan

Seluruh informan sepakat bahwa komunikasi antargenerasi memberikan dampak positif terhadap produktivitas kerja apabila dikelola dengan baik.

Tabel 6. Ringkasan Dampak Komunikasi Antargenerasi

Generasi	Dampak terhadap Produktivitas
Generasi X	Meningkatkan kejelasan kerja dan kualitas pengambilan keputusan
Generasi Y	Mempercepat koordinasi, inovasi, dan adaptasi terhadap perubahan
Generasi Z	Mendukung kreativitas, pemanfaatan teknologi, dan respons cepat terhadap kebutuhan pasar

Kolaborasi antara pengalaman Generasi X, fleksibilitas Generasi Y, dan kreativitas Generasi Z menghasilkan sinergi yang meningkatkan kualitas pekerjaan. Perbedaan perspektif memungkinkan tim menghasilkan solusi yang lebih inovatif dan efektif.

Dalam bidang kreatif, komunikasi lintas generasi juga memperkaya proses brainstorming dan pengambilan keputusan. Ide-ide baru dari generasi muda dapat dipadukan dengan pengalaman generasi senior sehingga menghasilkan strategi yang lebih matang dan relevan.

Temuan ini mendukung teori Tapscott dalam *Grown Up Digital* (2009), yang menyatakan bahwa keberagaman generasi dalam organisasi dapat menjadi sumber inovasi dan produktivitas apabila dikelola melalui komunikasi yang efektif.

i. Langkah Memperkuat Komunikasi Antargenerasi

Para informan mengusulkan beberapa langkah strategis untuk memperkuat komunikasi antargenerasi, antara lain pelatihan komunikasi lintas generasi, program mentoring, penggunaan teknologi komunikasi yang sesuai, workshop kolaboratif, forum diskusi terbuka, serta penerapan sistem umpan balik dua arah.

Selain itu, diperlukan budaya organisasi yang inklusif sehingga seluruh karyawan merasa dihargai dan memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pendapat. Dengan adanya komunikasi yang terbuka dan saling menghormati, kesenjangan antargenerasi dapat diminimalkan dan produktivitas organisasi dapat terus meningkat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antargenerasi di PT Skena Wahana Kreatif Makassar telah berjalan cukup baik. Meskipun terdapat perbedaan dalam gaya komunikasi, penggunaan teknologi, dan pengalaman kerja, perusahaan mampu mengelola keberagaman tersebut menjadi kekuatan yang mendukung kolaborasi, inovasi, dan peningkatan produktivitas karyawan. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi yang efektif merupakan faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja multigenerasi yang harmonis dan produktif.

j. Pembahasan

Bab ini akan mengulas hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah yang telah dibahas dalam tinjauan pustaka. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki peranan penting untuk mengevaluasi data yang diperoleh dari berbagai informan selama penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menguraikan temuan-temuan dari penelitian dan memastikan keakuratan hasil penelitian. Berdasarkan paparan data sebelumnya, penelitian ini menghasilkan temuan yang akan diuraikan sesuai dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Analisis data mencakup sistematisasi informasi atau data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa PT Skena Wahana Kreatif merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif komunikasi dan pemasaran.

Hasil penelitian mencakup data lapangan yang bersifat deskriptif, yang diperoleh melalui metode penelitian kualitatif. Pentingnya data ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang pola komunikasi antargenerasi di PT Skena Wahana Kreatif, serta mengidentifikasi tantangan dan solusi dalam meningkatkan komunikasi dan produktivitas karyawan.

Terletak pada pertimbangan antara temuan lapangan dan teori yang relevan dengan pembahasan penelitian. Setelah menyajikan data di bab sebelumnya, khususnya pada subbab penyajian data, beberapa temuan terkait komunikasi antargenerasi antara atasan dan karyawan di PT Skena Wahana Kreatif mulai muncul. Hasil wawancara dengan informan dari Generasi X, Y, dan Z memberikan wawasan tentang bagaimana pola komunikasi diterapkan di perusahaan.

Penulis menyusun beberapa poin utama dari hasil wawancara dengan berbagai generasi. Poin-poin ini akan diuraikan untuk menjawab tiga pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan dalam latar belakang. Berikut adalah poin-poin utama yang diperoleh dari wawancara dengan informan dari berbagai generasi:

- 1) Bagaimana Pola komunikasi antargenerasi di Lingkungan Kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar memengaruhi komunikasi?

Dalam penelitian ini, rumusan masalah untuk menjawab pertanyaan ini, analisis difokuskan pada pola-pola komunikasi yang terjadi antara generasi yang berbeda di perusahaan, seperti Generasi X, Milenial, dan Gen Z.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa perbedaan dalam preferensi komunikasi dan gaya interaksi antar-generasi memengaruhi cara informasi disampaikan dan dipahami. Pola komunikasi ini berperan penting dalam menentukan produktivitas kolaborasi tim, penyampaian instruksi, serta pengambilan keputusan.

Berikut ini disajikan analisis mengenai perbedaan komunikasi antar generasi di lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar.

Tabel 7. Perbandingan Gaya Komunikasi Antar Generasi di Lingkungan Kerja PT Skena Wahana Kreatif

Aspek	Generasi X	Generasi Y (Millennials)	Generasi Z
Gaya Komunikasi	Langsung dan pragmatis	Kolaboratif dan terbuka	Cepat dan adaptif
Preferensi Media	Email dan pesan teks	Media sosial dan aplikasi pesan	Aplikasi digital dan platform sosial
Respons terhadap Feedback	Menginginkan umpan balik yang jelas	Mencari umpan balik yang konstruktif dan cepat	Mengharapkan umpan balik instan
Keterbukaan terhadap Teknologi	Mengadaptasi teknologi dengan perlahan	Sangat terbuka terhadap teknologi	Sangat fasih dengan teknologi
Motivasi Kerja	Keseimbangan kerja-hidup	Pengakuan dan imbalan	Keberagaman dan inovasi
Pendekatan terhadap Konflik	Mencari jalan tengah	Menghindari konfrontasi	Memanfaatkan platform digital untuk penyelesaian
Waktu Respons	Memprioritaskan efisiensi	Mempercepat proses	Instant dan multi-tasking
Ekspektasi dalam Komunikasi	Menginginkan komunikasi yang jelas	Fleksibilitas dan kecepatan	Keterhubungan dan transparansi

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dalam lingkungan kerja yang semakin beragam, khususnya di PT Skena Wahana Kreatif Makassar, interaksi antar-generasi menjadi aspek yang semakin menonjol. Fenomena ini menarik untuk ditelaah lebih dalam, terutama mengingat perbedaan karakteristik yang ada di antara berbagai kelompok generasi yang bekerja di perusahaan tersebut.

Tabel 8. Perbandingan Karakteristik Antar Generasi dan Pola Komunikasi di PT Skena Wahana Kreatif

Generasi	Penggerak Karier	Gaya Kerja	Pola Komunikasi Dominan	Proporsi Angkatan Kerja Saat Ini
Gen X	Posisi Kepemimpinan, Work-Life Balance	Independen, Inovatif, Pekerja Keras	Langsung, Efektif, Berorientasi pada Tugas	4 %
Gen Y	Fleksibilitas, Pekerjaan Bermakna, Pengembangan Diri	Kolaboratif, Fleksibel, Berorientasi pada Tim	Informal, Digital, Multitasking	32%
Gen Z	Keamanan dan Finansial, Pragmatis	Butuh Arahan, Komunikasi Tatap Muka	Visual, Singkat, Langsung ke Poin	30%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Tabel tersebut menampilkan faktor-faktor pendorong karier, gaya kerja, serta persentase masing-masing generasi yang aktif bekerja di PT Skena Wahana Kreatif Makassar pada tahun 2020. Tabel ini juga memproyeksikan persentase untuk tahun 2025, menunjukkan adanya pergeseran yang signifikan, terutama pada generasi tertua dan termuda, yang turut memengaruhi pola komunikasi di perusahaan tersebut.

a. Generasi X di PT Skena Wahana Kreatif

Generasi X sering kali disebut sebagai generasi "*sandwich*," terjepit di antara generasi sebelumnya dan sesudahnya. Meski kadang mendapat stigma sebagai generasi yang kurang disiplin, mereka justru dikenal

sebagai pionir dalam mempromosikan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi, berbeda dengan orang tua mereka dari Generasi Boomer yang lebih berfokus pada karier. Lahir dalam periode penurunan pertumbuhan populasi, Generasi X di PT Skena Wahana Kreatif dikenal memiliki keterampilan teknis yang kuat dan cenderung lebih mandiri. Mereka menekankan pada produktivitas dan efisiensi kerja, meski kadang menyebabkan generasi manajer yang lebih tua mempertanyakan dedikasi mereka.

Generasi X tetap mengikuti aturan, berinovasi, dan terdorong untuk mengembangkan keterampilan khusus yang memungkinkan mereka mengatasi berbagai tantangan. Di perusahaan ini, mereka cenderung mudah beradaptasi dan kurang mementingkan stabilitas pekerjaan jangka panjang, serta lebih terbuka untuk berpindah pekerjaan bila diperlukan. Pada tahun 2020, Generasi X menyumbang sekitar 4% dari angkatan kerja di perusahaan ini.

b. Generasi Milenial/Gen Y di PT Skena Wahana Kreatif

Generasi Milenial atau Gen Y merupakan generasi yang pertama kali tumbuh dalam era globalisasi yang sesungguhnya, di mana internet berkembang pesat dan isu-isu global semakin terasa. Di PT Skena Wahana Kreatif, mereka dikenal sebagai generasi yang cepat beradaptasi dengan perubahan dan sangat menghargai keberagaman serta inklusivitas di tempat kerja. Berkat kemajuan teknologi selama masa pertumbuhan mereka, generasi ini menikmati akses yang lebih baik terhadap pendidikan, yang berdampak pada keterampilan dan pengetahuan mereka.

Generasi Milenial di perusahaan sering kali dianggap sebagai generasi yang paling kolaboratif, hasil dari pola asuhan yang terstruktur dan penuh kegiatan oleh orang tua mereka yang berfokus pada karier. Mereka optimis dan sangat menghargai kerjasama tim, yang membuat mereka menjadi tulang punggung dalam berbagai proyek tim di perusahaan. Persentase mereka di tempat kerja tetap stabil di kisaran 30-35%

c. Generasi Z di PT Skena Wahana Kreatif

Generasi Z sebagai karyawan termuda di PT Skena Wahana Kreatif, perlahan mulai menggantikan generasi yang lebih tua yang mendekati masa pensiun. Pada tahun 2020, mereka hanya mencakup sekitar 30% dari angkatan kerja, diperkirakan akan meningkat menjadi lebih dari 20% pada tahun 2025. Generasi ini sangat peduli dengan keamanan finansial dan lebih pragmatis dibandingkan Generasi Milenial. Mereka berkembang dalam lingkungan yang menawarkan arahan jelas, pembinaan langkah demi langkah, serta komunikasi tatap muka yang sering dengan atasan mereka.

Generasi Z akan menjadi bagian terbesar dari angkatan kerja pada tahun 2025, memperhatikan kebutuhan dan preferensi komunikasi mereka menjadi penting bagi perusahaan yang ingin terus berkembang.

Memahami bagaimana interaksi antar-generasi memengaruhi komunikasi di lingkungan kerja memerlukan kajian terhadap model-model pola komunikasi yang diterapkan dalam organisasi.

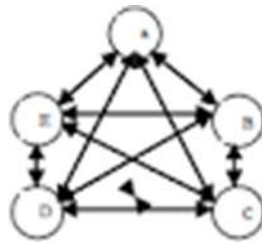
Model-model pola komunikasi yang digunakan dalam organisasi terdapat lima yaitu :

- a) Pola komunikasi roda
- b) Pola komunikasi rantai
- c) Pola komunikasi lingkaran
- d) Pola komunikasi y
- e) Pola komunikasi bintang atau semua arah.

Setiap pola menawarkan cara yang berbeda dalam mengalirkan informasi di antara anggota organisasi, yang memengaruhi bagaimana kolaborasi dan koordinasi terjadi.

PT Skena Wahana Kreatif menggunakan pola komunikasi bintang atau semua arah, di mana setiap anggota memiliki akses langsung untuk berkomunikasi dengan anggota lainnya tanpa adanya batasan hierarki. Gambar berikut menjelaskan pola komunikasi bintang atau semua arah (*All-Channel Network*)

Gambar 2. Pola Komunikasi Semua Saluran 2021



Sumber : Gitosudarmo dan Mulyono, 2021

Pola komunikasi semua arah (*All-Channel Network*) memfasilitasi aliran informasi yang cepat dan kolaborasi yang lebih intensif, sebab semua pihak dapat terlibat dalam pertukaran ide dan keputusan. Dengan demikian, pola komunikasi ini menciptakan struktur komunikasi yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan tim yang beragam.

Setiap individu dapat berinteraksi langsung dengan seluruh anggota tim tanpa melalui jalur komunikasi yang kaku. Pola ini sangat efektif untuk organisasi yang menekankan keterbukaan dan inovasi, seperti PT Skena Wahana Kreatif, yang berhasil memfasilitasi interaksi antar-generasi secara optimal.

Pendekatan tersebut sejalan dengan teori Tapscott, yang menekankan pentingnya pola komunikasi terbuka dan inklusif dalam mengatasi tantangan era digital. Menurut Tapscott, organisasi yang menerapkan pola komunikasi terbuka, seperti pola komunikasi bintang atau komunikasi semua arah (*All-Channel Network*), pola ini memiliki kapabilitas lebih baik dalam mengintegrasikan berbagai generasi di lingkungan kerja, sehingga mendorong kolaborasi yang lebih produktif dan mendukung inovasi yang berkelanjutan.

Beberapa kemampuan kunci yang diperlukan untuk mendukung komunikasi yang efektif, yaitu kemampuan mendengarkan yang memungkinkan individu untuk lebih memahami apa yang diucapkan orang lain dan lebih peka terhadap perasaan mereka, kemudian kemampuan ber-komunikasi non-verbal untuk memperjelas maksud pesan yang disampaikan dan menghindari miskomunikasi, serta komunikasi asertif yang memungkinkan individu menyampaikan maksud dengan jelas sambil tetap menghormati orang lain.

Dengan mengadopsi Pola Komunikasi Terbuka, PT Skena Wahana Kreatif berhasil menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan responsif dengan mengintegrasikan kemampuan kunci terhadap kebutuhan komunikasi di berbagai generasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kinerja karyawan di tempat kerja tetapi juga memperkuat hubungan antar-generasi, mengurangi kesenjangan komunikasi, dan mendorong inovasi serta kolaborasi di seluruh organisasi.

2) Apakah terdapat kesenjangan dalam pola komunikasi antargenerasi di lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar?

Menurut Tapscott (2009), kesenjangan komunikasi antargenerasi dapat muncul akibat perbedaan dalam adopsi teknologi dan gaya komunikasi antara Multigenerasi. Generasi Z, yang dibesarkan dalam era teknologi, cenderung lebih nyaman dengan komunikasi yang cepat dan fleksibel melalui alat digital. Sebaliknya, Generasi X lebih cenderung mengandalkan metode komunikasi yang formal dan terstruktur. Perbedaan ini dapat menimbulkan tantangan dalam lingkungan kerja yang terdiri dari berbagai generasi, terutama dalam hal kolaborasi dan pertukaran informasi.

Tabel 9. Kesenjangan di Lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar

Generasi	Kesenjangan	Argumen
Generasi X	Kesenjangan Teknologi dan Komunikasi	Akbar Zakaria (43 Tahun, Direktur): "Terkadang saya merasa sulit mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang digunakan oleh rekan-rekan kerja yang lebih muda. Cara mereka berkomunikasi yang serba cepat melalui aplikasi juga kadang membuat saya kewalahan."
	Perbedaan Gaya Kerja dan Nilai	Inna Hamdi (54 Tahun, Marketing): "Generasi yang lebih muda cenderung lebih fleksibel dalam cara mereka bekerja, sedangkan saya lebih menyukai pendekatan yang lebih terstruktur dan tradisional. Ini kadang-kadang menyebabkan perbedaan dalam cara kita menyelesaikan tugas."
Generasi Y/Millennial	Pengalaman dan Keahlian	Inna Hamdi (54 Tahun, Marketing): "Generasi yang lebih muda cenderung lebih fleksibel dalam cara mereka bekerja, sedangkan saya lebih menyukai pendekatan yang lebih terstruktur dan tradisional. Ini kadang-kadang menyebabkan perbedaan dalam cara kita menyelesaikan tugas."
	Perbedaan Ekspektasi terhadap Waktu Kerja	Iksan (27 Tahun, Copywriter): "Kami menghargai fleksibilitas dalam bekerja dan sering kali merasa bahwa generasi yang lebih tua tidak memahami pentingnya keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi bagi kami."

Sumber Olahan peneliti 2024

Tabel ini menggambarkan beberapa kesenjangan yang dirasakan oleh berbagai generasi di PT Skena Wahana Kreatif Makassar serta argumen yang diungkapkan oleh masing-masing informan selama wawancara.

Gambar 3. Kesenjangan di Lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar



Sumber Olahan peneliti 2024

Berdasarkan bagan di atas, Kesenjangan ini dapat dilihat dalam beberapa aspek yaitu:

a. Perbedaan Gaya Kerja dan Nilai

Setiap generasi cenderung memiliki gaya kerja dan nilai yang berbeda. Generasi yang lebih tua, seperti Generasi X, mungkin lebih menghargai ketepatan waktu dan cara kerja yang konvensional, sementara Generasi Y dan Z lebih cenderung mengutamakan fleksibilitas dan inovasi. Perbedaan ini dapat menyebabkan konflik dalam pendekatan terhadap tugas dan proyek.

b. Pengalaman dan Keahlian

Pengalaman dan keahlian yang berbeda antar generasi dapat menciptakan kesenjangan. Misalnya, Generasi X mungkin memiliki lebih banyak pengalaman dalam bidang tertentu dibandingkan dengan Generasi Z, yang lebih terampil dalam penggunaan teknologi terkini. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpahaman dalam kolaborasi tim dan pemanfaatan sumber daya.

c. Perbedaan Ekspektasi terhadap Waktu Kerja

Kesenjangan ini juga terlihat dalam ekspektasi terhadap waktu kerja. Generasi yang lebih tua sering kali memiliki pandangan tradisional tentang jam kerja yang tetap, sementara generasi muda mungkin lebih menyukai kerja jarak jauh atau jam kerja yang fleksibel. Perbedaan ini dapat mempengaruhi produktivitas dan kepuasan kerja.

d. Kesenjangan dalam Cara Komunikasi

Berbagai generasi menggunakan metode komunikasi yang berbeda. Generasi X cenderung lebih nyaman dengan komunikasi tatap muka atau melalui email, sedangkan Generasi Y dan Z lebih suka menggunakan aplikasi pesan instan dan media sosial. Perbedaan dalam preferensi ini dapat mengakibatkan miskomunikasi dan menghambat kolaborasi.

e. Perbedaan dalam Penggunaan Teknologi

Tingkat kenyamanan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi juga berbeda di antara generasi. Generasi Y dan Z biasanya lebih akrab dengan teknologi baru dan aplikasi digital, sedangkan Generasi X mungkin lebih lambat dalam mengadopsi alat-alat tersebut. Hal ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam penggunaan teknologi di tempat kerja.

Di PT Skena Wahana Kreatif Makassar, perusahaan secara aktif mengadopsi pola komunikasi bintang atau semua arah sebagai salah satu strategi utama untuk mengatasi kesenjangan antargenerasi. Berdasarkan hasil wawancara, pola komunikasi ini diimplementasikan untuk menjembatani perbedaan komunikasi antar generasi dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif. Dalam konteks ini, komunikasi terbuka menjadi elemen krusial, di mana semua anggota tim diberikan kesempatan untuk menyampaikan ide, umpan balik, dan kekhawatiran mereka secara langsung, tanpa adanya hambatan struktural atau birokrasi yang membatasi aliran informasi. Hal ini berpotensi meningkatkan produktivitas komunikasi dan kolaborasi di antara individu dengan latar belakang generasi yang berbeda.

Langkah tersebut mencakup beberapa inisiatif, seperti forum diskusi reguler yang melibatkan seluruh tim, sesi umpan balik dua arah, dan penerapan platform komunikasi yang mendukung transparansi

Penerapan pola komunikasi terbuka sejalan dengan argumen Tapscott mengenai perlunya adaptasi dalam metode komunikasi untuk mengatasi kesenjangan antargenerasi. Tapscott menekankan bahwa penggunaan pola komunikasi model bintang atau semua arah (*all-channel*) dapat meningkatkan produktivitas interaksi di antara anggota tim yang berbeda generasi. Dengan menciptakan ruang yang mendukung keterbukaan dan transparansi, PT Skena Wahana Kreatif berusaha mengurangi ketidakselarasan yang mungkin timbul dari perbedaan dalam gaya komunikasi.

Tak hanya memfasilitasi kolaborasi yang lebih efektif, tetapi juga membantu memanfaatkan kekuatan dari berbagai generasi untuk mencapai tujuan bersama.

Dengan langkah-langkah ini, perusahaan dapat mengatasi tantangan komunikasi yang dihadapi dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan produktif. Pola komunikasi terbuka yang diterapkan di PT Skena Wahana Kreatif menunjukkan bagaimana adaptasi terhadap perbedaan generasi dalam komunikasi dapat mendukung kolaborasi yang lebih baik dan memajukan kinerja tim secara keseluruhan di suatu perusahaan.

- 3) Bagaimana pola komunikasi antargenerasi di lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar dapat meningkatkan produktivitas karyawan?

Tabel 10. Faktor Peningkatan Produktivitas

Generasi	Faktor Peningkatan Produktivitas	Argumen
Generasi X	Monitoring dan Berbagi Pengalaman	Akbar Zakaria (43 Tahun, Direktur): <i>"Dengan berbagi pengalaman kami, generasi muda bisa belajar dari kesalahan yang pernah kami buat dan lebih cepat dalam mengambil keputusan. Ini tentu mempercepat proses kerja dan meningkatkan efisiensi."</i>
	Stabilitas dalam Pengambilan Keputusan	Inna Hamdi (54 Tahun, Marketing): <i>"Generasi yang lebih tua cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan, yang membantu menjaga stabilitas dan mencegah kesalahan besar yang bisa merugikan produktivitas tim."</i>
Generasi Y/Millennial	Kolaborasi Ide dan Inovasi	Yulfita Muni (26 Tahun, HRD): <i>"Dengan menggabungkan ide-ide kreatif dari generasi muda dan pengalaman dari generasi yang lebih tua, kita bisa menciptakan solusi inovatif yang meningkatkan produktivitas secara keseluruhan."</i>
	Adaptasi terhadap Teknologi dan Fleksibel	Iksan (27 Tahun, Copywriter): <i>"Kami cenderung cepat beradaptasi dengan teknologi baru dan bekerja dengan lebih fleksibel, yang memungkinkan pekerjaan dilakukan lebih cepat dan efisien, terutama dalam proyek-proyek yang membutuhkan pekerjaan cepat"</i>
Generasi Z	Efisiensi dalam Komunikasi dan Penggunaan Teknologi	Andi Diva (22 Tahun, Social Media Specialist): <i>"Kami menggunakan teknologi terbaru untuk komunikasi, yang mempercepat alur kerja dan mengurangi waktu yang dihabiskan untuk pertemuan atau diskusi yang bisa dilakukan secara online."</i>
	Kreativitas dalam Pendekatan Pekerjaan	Fahmi Huwaidy (23 Tahun, Desain Grafis): <i>"Dengan pendekatan kreatif dan penggunaan alat digital, kami dapat menyelesaikan tugas dengan cara yang lebih inovatif dan efisien, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas secara keseluruhan."</i>

Sumber Olahan peneliti 2024

Tabel ini menggambarkan bagaimana pola komunikasi antargenerasi di lingkungan kerja PT Skena Wahana Kreatif Makassar dapat mendukung peningkatan produktivitas karyawan melalui berbagai faktor, seperti mentoring, kolaborasi, adaptasi teknologi, dan efisiensi dalam komunikasi. Argumen yang disampaikan oleh

setiap generasi menunjukkan peran penting komunikasi antargenerasi dalam mencapai produktivitas yang lebih tinggi di tempat kerja.

Di PT Skena Wahana Kreatif Makassar, perusahaan telah mengadopsi pola komunikasi terbuka sebagai strategi utama untuk mengatasi kesenjangan ini dan meningkatkan produktivitas karyawan.

Teori Tapscott mengenai penggunaan pola komunikasi bintang atau semua arah yang menekankan pentingnya keterbukaan dalam interaksi antar karyawan. Berikut adalah bagaimana pola komunikasi terbuka dapat meningkatkan produktivitas karyawan (Tapscott, 2009) :

a) Meningkatkan Keterlibatan dan Motivasi Karyawan

Tapscott berargumen bahwa keterlibatan karyawan meningkat ketika mereka merasa didengar dan dihargai. Pola komunikasi terbuka dengan model pola komunikasi bintang atau semua arah di PT Skena Wahana Kreatif memberikan kesempatan bagi semua karyawan, baik Generasi X, Y, maupun Z, untuk menyampaikan ide, umpan balik, dan masukan mereka secara langsung. Ini menciptakan rasa keterlibatan yang lebih tinggi, yang dapat meningkatkan motivasi. Karyawan yang merasa dihargai lebih cenderung untuk berkontribusi secara aktif dan bekerja dengan lebih antusias, berujung pada peningkatan produktivitas

b) Memfasilitasi Kolaborasi Lintas Generasi

Tapscott menekankan bahwa kolaborasi antara generasi yang berbeda dapat memanfaatkan kekuatan masing-masing generasi untuk menciptakan solusi yang lebih inovatif. Dengan pola komunikasi terbuka dengan model pola komunikasi bintang atau semua arah, PT Skena Wahana Kreatif memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan antara Generasi X yang berpengalaman, Generasi Y yang terampil dalam teknologi, dan Generasi Z yang inovatif. Kolaborasi ini meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan proyek dengan lebih efisien dan inovatif, sehingga meningkatkan produktivitas

c) Meningkatkan Kecepatan dan Kualitas Pengambilan Keputusan

Menurut Tapscott, komunikasi yang terbuka dan transparan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berkualitas. Di PT Skena Wahana Kreatif, dialog terbuka melalui forum diskusi dan sesi umpan balik membantu mempercepat proses pengidentifikasian masalah dan pencarian solusi. Dengan melibatkan perspektif dari berbagai generasi—Generasi X, Y, dan Z—keputusan yang diambil menjadi lebih matang dan efektif. Ini berkontribusi pada peningkatan produktivitas karena tim dapat bergerak lebih cepat dan lebih terarah dalam mencapai tujuan di lingkungan kerja.

d) Mengurangi Konflik dan Kesalahpahaman

Tapscott mengemukakan bahwa kesalahpahaman dan konflik sering timbul dari perbedaan gaya komunikasi. Di PT Skena Wahana Kreatif, penerapan pola komunikasi dengan model semua saluran membantu mengurangi konflik dengan menciptakan saluran bagi semua pihak untuk menyampaikan klarifikasi dan umpan balik secara langsung. Dalam model ini, informasi dapat mengalir bebas di antara semua anggota tim, yang memungkinkan setiap individu untuk berpartisipasi dalam diskusi. Lingkungan yang terbuka dan transparan ini mengurangi kemungkinan terjadinya miscommunication, sehingga berdampak positif pada suasana kerja dan produktivitas karyawan.

e) Meningkatkan Adaptabilitas dan Fleksibilitas

Tapscott juga mencatat bahwa organisasi harus fleksibel dalam metode komunikasi untuk menghadapi perubahan dan tantangan. PT Skena Wahana Kreatif menerapkan berbagai alat komunikasi yang mendukung berbagai gaya komunikasi, sehingga memfasilitasi adaptasi terhadap kebutuhan yang berubah. Dengan menerapkan pola komunikasi terbuka, perusahaan dapat lebih cepat menanggapi perubahan dan tuntutan pasar, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas.

Dengan mengadopsi pola komunikasi terbuka dan menyesuaikan metode komunikasi sesuai dengan teori Tapscott mengenai pola komunikasi semua arah, PT Skena Wahana Kreatif berhasil menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan produktif. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan berbagai generasi—Generasi X, Y, dan Z—dalam meningkatkan keterlibatan, kolaborasi, dan efisiensi, serta mengurangi konflik, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktivitas karyawan secara keseluruhan.

4. Kesimpulan

Dalam lingkungan kerja yang terdiri dari berbagai generasi seperti di PT Skena Wahana Kreatif Makassar, memahami dan mengelola pola komunikasi antargenerasi menjadi hal yang sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana pola komunikasi antargenerasi memengaruhi komunikasi di tempat kerja, mengidentifikasi adanya kesenjangan dalam pola komunikasi tersebut, dan mengeksplorasi bagaimana pola komunikasi ini dapat meningkatkan produktivitas karyawan. Melalui analisis data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh tentang komunikasi antara Generasi X, Y, dan Z di perusahaan. Berdasarkan temuan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi komunikasi yang efektif di lingkungan kerja sangat penting untuk meningkatkan kolaborasi antar generasi. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini memberikan pemahaman tentang dampak komunikasi antargenerasi terhadap produktivitas karyawan di PT Skena Wahana Kreatif.

Referensi

1. Abdoellah, N. (2019). Pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 123-134.
2. Afrizal. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
3. Ahuja, M., & Galvin, J. (2023). Socialization in virtual groups. *Journal of Management*, 29(2), 161-185. <https://journals.sagepub.com/home/jom>
4. Aini, N. (2019, April 24). Socialization in virtual groups. *Journal of Management*, 29(2), 161-185. <https://doi.org/10.1177/014920630302900203>
5. Al Hakim, M. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
6. Andriyani, N., Darmawan, D., & Hidayati, H. (2019). Pola komunikasi antar generasi di tempat kerja. *Jurnal Ilmiah*, 10(1), 56-70.
7. Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya)*. Banyumas: CV Pena Persada.
8. Brown, K. (2021). *Intergenerational Communication in the Workplace: Challenges and Strategies*. Cambridge University Press.
9. Buchanan, D., & Huczynski, A. (2022). *Organizational Behaviour*. Pearson. Burhan, Bungin. (2022). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
10. Clappitt, P. G. (2023). *Communicating for Managerial Effectiveness*. Sage Publications. Corrie, L. (2019). *Psychological Approaches to Communication*. Routledge.
11. Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
12. Davis, L. (2023). *Bridging the Gap: Effective Communication Across Generations*. Routledge.
13. Dewanto, N. R., & Aseanty, D. (2023). Pengaruh strategic orientation, work motivation, work value dan work environment terhadap job performance pada karyawan bank syariah Indonesia di Jakarta Utara. *Jurnal Ekonomi*
14. Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2020). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. McGraw-Hill.
15. Gitosudarmo, I., & Mulyono. (2021). *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
16. Green, P. (2021). *The Dynamics of Multigenerational Workplaces: Insights and Innovations*. Harvard Business Review Press.
17. Gudykunst, W. B. (2023). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. Sage Publications.
18. Gursoy, D., Chi, C. G., & Karadag, E. (2022). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 40-48.
19. Harwood, T. G., & Garry, T. (2021). An overview of content analysis. *The Marketing Review*, 7(4), 353-373.
20. Hidayat, H. (2023). Komunikasi dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikasi*, 5(2), 50-60.
21. Humairoh, H., & Annas, M. (2023). TAM Model: What Affects Gen Z Interest in the Use of e-Wallets? *DINASTI INTERNATIONAL JOURNAL OF DIGITAL BUSINESS MANAGEMENT*. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
22. Johnson, N. (2023). *Generational Diversity and Communication in the Workplace*. McGraw-Hill Education.
23. Jones, R. (2023). *Navigating Generational Differences in Corporate Communication*. Wiley.
24. Kopperschmidt, B. R. (2020). Multi-Generation Employees: Strategies for Effective Management. *The Health Care Manager*. <https://doi.org/10.1097/00126450-200019010-00011>
25. Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2022). *When Generations Collide: Who They Are*. HarperCollins.
26. Lee, E. (2024). *Communication Strategies for a Multigenerational Workforce*. Palgrave Macmillan.
27. Lojeski, K. S., Reilly, R., & Dominick, P. (2019). The role of virtual distance in innovation and success. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1. <https://doi.org/10.1109/hicss.2006.484>
28. Mardiana. (2022). *Manajemen Produksi*. Jakarta: Penerbit Badan Penerbit IPWI. Mhoban, S. (2022). Asynchronous working: The ultimate guide for managers. <https://peoplemanagingpeople.com/strategy-operations/remote-hybrid/asynchronous-working/>
29. Moleong, L. J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Jakarta: Remaja Rosda Karya.
30. Muhammad Mclean, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: UGM Press.
31. Muthe, A. K., et al. (2022). *Educandumedia (Jurnal Pendidikan dan Kependidikan) Peran Masyarakat dalam Menciptakan Generasi Milenial yang Good Citizenship di Desa Cinta Rakyat (Vol. 1, Nomor 1)*.

33. Nitisemito dalam Nuraini, 2019. Kinerja Karyawan dalam Organisasi. Jurnal Manajemen, 8(3), 200-215.
34. Nursyifa, P., & Suben, N. A. (2024). Pengaruh keberagaman generasi dalam organisasi terhadap pola komunikasi di perusahaan. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 22-33. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
35. Nurudin, M. (2019). Etika dan Moral dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 45-55. Prasetyo, T. Y., & Trisyanti, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
36. Reggina, Wike Anjani. (2023). Implementasi digital marketing dalam mengembangkan strategi bisnis digital di era transformasi digital. *Interdisiplin: Journal of Qualitative and Quantitative Research*.
<https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>
37. Robbins, S. P. (2021). *Organizational Behavior*. Pearson Prentice Hall.
38. Safitri, D. E. (2019). Pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan. *Dimensi*, 8(2), 240–248.
39. Sedarmayanti. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
40. Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan sistem informasi manajemen daerah (SIMDA) dengan menggunakan model UTAUT 2. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
41. Shockley-Zalabak, P. S. (2022). *Fundamentals of Organizational Communication* Pearson.
42. Smith, J. (2022). *Effective Communication Across Generations in the Workplace*. SAGE Publications.
43. Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Harper Perennial.
44. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
45. Sumadiria, Haris. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
46. Suryono, A. (2019). *Teori dan strategi perubahan sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
47. Syifa, A. C. M., & Setyanto, Y. (2019). Komunikasi internal generasi x dan z di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. *Jurnal Manajemen*, 9(3), 199-210.
48. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Brooks/Cole.
49. Tapscott, D. (2018). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York, USA: McGraw Hill.
50. Taylor, M. (2022). *Generational Cohorts and Workplace Communication: A Guide for Managers*. Pearson. Terapan, 3(1), 1-14.
<https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16180>
51. Tinggi, S. (2023). Dita Julieta Wirda Yulita Putri. *Caraka: Indonesia Journal of Communication*, 4(2), 55–68. <https://doi.org/>
52. Wike, T. (2023). *Intergenerational Communication: Theory and Practice in the Modern Workplace*. Oxford University Press.
53. Zaky, M., Sunan, U., & Djati Bandung, G. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja tim kerja: sebuah kajian teoritis dan empiris. *Dalam Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 4, Nomor 1).