

PEMAHAMAN PELUANG DAN TANTANGAN KARIR DI ERA DIGITAL BAGI GENERASI Z DI SMA NEGERI 1 NATAR

Lia Febria Lina^{*1}, Nicky Dwi Puspaningtyas², Fera Lestari³, Irna Masturiyah⁴, M Aditya N⁵, Intan Maulya⁶, Rahma Novita Tirani⁷

Universitas Teknokrat Indonesia¹²³⁴⁵⁶⁷

*e-mail: liafebrialina@teknokrat.ac.id

Abstract

This activity aims to provide understanding for Generation Z in dealing with problems and using social media to build a career in the digital era. This activity was carried out at SMA 1 Natar, South Lampung. The results of this service are students who enter Generation Z, understand the use of social media and also the career challenges faced in the digital era. Generation Z has also understood that they need to learn how to be creative, innovative, think critically, be able to solve problems and be able to make decisions. This can be achieved by participating in various trainings and organizations within the school.

Keywords: Community Services, Digital Era, career

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk dapat memberikan pemahaman bagi generasi Z dalam menghadapi permasalahan dan pemanfaatan sosial media untuk membangun karir di era digital. Kegiatan ini dilakukan di SMA 1 Natar, Lampung selatan. Hasil pengabdian ini para siswa-siswi yang masuk kedalam generasi Z, telah memiliki pemahaman tentang pemanfaatan media sosial dan juga tantangan karir yang dihadapi di era digital. Generasi Z juga telah memahami bahwa mereka perlu belajar bagaimana menjadi kreativitas, inovatif, berpikir kritis, mampu memecahkan masalah dan mampu mengambil keputusan. Hal ini dapat dicapai dengan mengikuti berbagai pelatihan dan organisasi di dalam sekolah.

Kata kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat, Era Digital, Karir

1. PENDAHULUAN

Hasil Survey Badan Pusat Statistik mencatat bahwa mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z yaitu masyarakat yang lahir pada tahun (1997 – 2012) dan Generasi Milenial lahir pada tahun (1981 – 1996). Proporsi Generasi Z sebanyak 27,94 % dari total populasi dan Generasi Milenial sebanyak 25,87 persen. Berdasarkan hal tersebut, Kedua generasi ini termasuk dalam usia produktif yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Jika dilihat dari berbagai sudut pandang Gen Z tidak hanya dilihat dari angka lahir. Dilansir dari situs Kemendikbudristek, Generasi Z dapat memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai bagian kehidupannya, dengan kata lain segala aktivitasnya sudah bergantung pada internet.

Menurut Investor id (2021) generasi Z secara umum memiliki beberapa permasalahan yaitu:

1. Sebanyak 80% siswa SMK mengambil jurusan dan bidang yang tidak sesuai dengan keinginannya. Serta, ada 45% mahasiswa merasa salah mengambil jurusan,

2. siswa kurang mendapat bimbingan secara menyeluruh terkait perencanaan kuliah dan karier.
3. Ketidak sesuaian antara supply dan demand, yaitu bidang-bidang yang diambil oleh siswa dan apa yang dibutuhkan industri saat ini.
4. Lulusan baru tidak mempunyai skill dan kompetensi sesuai seperti yang dibutuhkan saat ini.

Berdasarkan beberapa data yang diperoleh, generasi Z memiliki beberapa kendala namun juga terdapat peluang. Salah satu peluang yang menjadi kekuatan generasi Z adalah pemanfaatan internet dan media social. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat familiar dengan internet dan sosial media. Kelebihan ini dapat dimanfaatkan oleh generasi Z untuk memulai bisnis dengan memanfaatkan internet dan media sosial. Pemasaran media sosial diartikan sebagai pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media sosial untuk mencapai organisasi dengan menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan (Felix et al., 2016).

Media sosial memengaruhi cara pemasar dalam menghubungkan antara konsumen dengan merek dan produk serta media sosial akan memiliki dampak besar pada budaya konsumsi masyarakat (Sheth, 2018). Sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk melalui media tersebut. Bagaimana pemasar dapat meningkatkan jumlah pengikut pada media sosial, karena terdapat hubungan yang positif antara jumlah follower dan penjualan, walaupun secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan, tetapi dengan banyaknya jumlah pengikut dapat meningkatkan pengambilan sampel karakteristik pelanggan dan komentar pada produk yang dipromosikan dan pada akhirnya memengaruhi penjualan (Saboo et al., 2015). Ketika generasi Z mampu mengoptimalkan penggunaan internet dan media sosial, maka akan memberikan keuntungan bagi generasi Z. Selain kemampuan mengoptimalkan peran internet dan media sosial generasi Z juga memahami peluang karir yang ada pada era saat ini, sehingga tim PKM mengusulkan dilaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Karir di era digital: Peluang dan Tantangan bagi Generasi Z di SMA 1 NATAR”. Kegiatan ini diharapkan dapat memberi bekal bagi generasi Z dalam menghadapi permasalahan dan pemanfaatan sosial media untuk membangun karir di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Tabel 2. Uraian Kegiatan

NO	NAMA KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN	GAMBARAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN
1	Carier Talk	Mei 2022	Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan wawasan kepada siswa/siswi SMA 1 Natar tentang peluang karir saat ini dan hal yang perlu dipersiapkan untuk menunjang karir.
2	Optimisasi Sosial Media		Kegiatan ini dilaksanakan untuk melatih siswa/siswi dalam optimalisasi penggunaan sosial media yang akan meningkatkan produktivitasnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan produktivitas para siswa/siswi SMA1 Natar melalui pemanfaatan media sosial.



Gambar 1. Pemaparan tentang tantangan dan peluang karir di Era Digital

Perkembangan internet saat ini membuka peluang karir dan tantangan bagi generasi Z. Banyak pekerjaan yang hilang dan hadir karena adanya teknologi. Kegiatan ini memberikan pemahaman bahwa untuk menghadapi era saat ini dibutuhkan banyak kemampuan yaitu kemampuan teknologi, kreatif dan juga kemampuan bersosial. Berbagai jenis pekerjaan yang hadir dan berbagai pekerjaan yang hilang karena teknologi harus menjadi pendorong mahasiswa untuk menyiapkan dan meningkatkan kemampuan yang dimiliki. Berdasarkan kebutuhan yang ada saat ini (Tandi, 2020) membuat kategori kemampuan, kategori pertama, "Cara Berpikir" mencakup tiga keterampilan seperti kreativitas dan Inovasi, berpikir Kritis, mampu memecahkan masalah, pengambilan keputusan dan belajar untuk belajar. Selanjutnya, kategori "Cara Kerja" termasuk komunikasi dan kolaborasi atau kerjasama tim, sedangkan kategori "*Tools for Working*" mencakup literasi informasi dan literasi Teknologi Informasi dan

Komunikasi (TIK). Kategori keempat, yang dikenal sebagai “cara hidup di dunia” terdiri dari kewarganegaraan (lokal dan global), kehidupan dan karier, serta tanggung jawab pribadi dan sosial.



Gambar 2. Pemanfaatan Media Sosial untuk Bisnis

Materi selanjutnya adalah terkait salah satu karir yang dapat berkembang saat era digital ini adalah menjadi *entrepreneur*. Saat ini berbagai strategi dapat kita gunakan dengan bantuan internet seperti menjangkau konsumen, mempromosikan produk sampai membentuk gambar merek dibenak konsumen. Pemahaman ini diberikan untuk memberikan gambaran bahwa era internet saat ini dapat memberikan keuntungan dan manfaat positif jika digunakan dengan baik dan maksimal. Materi yang disampaikan juga meliputi pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Media sosial memiliki keunggulan yaitu lebih murah daripada meluncurkan kampanye pemasaran offline. Selain itu, strategi pemasaran konten, melakukan branding melalui video, blog, dan pos media sosial. Hal ini bertujuan untuk menarik pelanggan potensial dan memberi mereka informasi tentang produk atau layanan (Ibrahim, 2021)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Karir di era digital: Peluang dan Tantangan bagi Generasi Z di SMA 1 NATAR”. Kegiatan ini bertujuan untuk dapat memberi bekal bagi generasi Z dalam menghadapi permasalahan dan pemanfaatan sosial media untuk membangun karir di era digital. Hasil pengabdian ini para siswa-siswi yang masuk

kedalam generasi Z, telah memiliki pemahaman tentang pemanfaatan media sosial dan juga tantangan karir yang akan dihadapi di era digital. Generasi Z juga telah memahami bahwa mereka perlu belajar bagaimana menjadi kreativitas, inovatif, berpikir kritis, mampu memecahkan masalah dan mampu mengambil keputusan. Hal ini dapat dicapai dengan mengikuti berbagai pelatihan dan organisasi di dalam sekolah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada yayasan Pendidikan Teknokrat yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kami.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2019). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. *Apjii*, 51. www.apjii.or.id
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2016). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Saboo, A. R., Kumar, V., & Ramani, G. (2015). Evaluating the impact of social media activities on human brand sales. *International Journal of Research in Marketing*, 33(3), 524–541. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.02.007>
- Sheth, J. N. (2018). How social media will impact marketing media. *Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications*, 3–18. https://doi.org/10.1007/978-981-10-5323-8_1