

**BAHASA INDONESIA DALAM MANAJEMEN KANTOR :
MERANGKUL ESETIKA GENERASI Z UNTUK MENINGKATKAN
KREATIVITAS DAN KINERJA**

Audri Nathania¹, Hamid Rohim Bayhaqi², Vinie Albila Putri³, Mochamad Whilky Rizkyanfi⁴
Universitas Pendidikan Indonesia

Article Info

Article history:

Published June 1, 2024

Keywords:

Bahasa Indonesia, Manajemen Kantor, Generasi Z, Estetika, Kreativitas, Kinerja.

Keywords:

Indonesian Language, Office Management, Generation Z, Aesthetics, Creativity, Performance.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran Bahasa Indonesia dalam manajemen kantor dengan fokus pada merangkul estetika Generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan kinerja. Generasi Z, yang merupakan kelompok yang semakin dominan di tempat kerja, memiliki preferensi komunikasi dan penggunaan bahasa yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dengan memahami karakteristik bahasa dan preferensi generasi ini, manajer kantor dapat mengoptimalkan komunikasi internal dan eksternal serta menciptakan lingkungan kerja yang mendorong kreativitas dan kinerja yang tinggi. Penelitian ini mengeksplorasi strategi dan teknik penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif dalam konteks manajemen kantor untuk merespon kebutuhan dan preferensi Generasi Z.

Abstract

This research discusses the role of Indonesian in office management with a focus on embracing Generation Z aesthetics to increase creativity and performance. Generation Z, which is an increasingly dominant group in the workplace, has different communication and language use preferences than previous generations. By understanding the language characteristics and preferences of this generation, office managers can optimize internal and external communications and create a work environment that encourages creativity and high performance. This research explores strategies and techniques for effective use of Indonesian in the context of office management to respond to the needs and preferences of Generation Z.

1. PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia sangat penting untuk manajemen kantor, terutama di era digital saat Generasi Z hadir di tempat kerja. Gen Z terdiri dari individu yang lahir setelah 1995 (Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017). Gen Z juga telah mengalami perubahan paradigma dalam cara mereka berkomunikasi dibandingkan generasi sebelumnya karena kemajuan teknologi informasi dan globalisasi media telah mengubah gaya bahasa mereka. Penggunaan singkatan, akronim, emoji, dan emoticon yang menjadi ciri percakapan di media sosial dan platform digital mencerminkan gaya komunikasi yang santai, cepat, dan kreatif.

Generasi Z (atau Gen Z) mewakili 24% dari populasi Amerika Serikat dan sangat berbeda dari generasi sebelumnya (Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N, 2021). Proporsi Gen Zers yang meraih gelar perguruan tinggi lebih tinggi, dan mereka kini berada di tahap berikutnya di mana mereka akan menjadi mayoritas dominan dalam angkatan kerja yang baru masuk. Pada tahun 2017, Deloitte mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu empat tahun mendatang, Gen Z akan memenuhi lebih dari 20% tenaga kerja dalam organisasi. Gen Z menghadapi serangkaian keadaan yang tidak biasa yang dipacu oleh teknologi saat mereka tumbuh dewasa, dan dengan demikian membawa seperangkat karakteristik yang berbeda ke tempat kerja. Perusahaan menawarkan kerangka kerja baru berbasis penelitian, yang mencakup rekomendasi khusus bagi organisasi tentang keragaman, individualisme dan kerja tim, teknologi, dan dukungan organisasi. Kerangka kerja ini berfungsi sebagai alat bantu yang berguna bagi manajer untuk mengingat cara-cara spesifik dalam mendukung Gen Zers dan memanfaatkan kekuatan mereka untuk keuntungan organisasi dan angkatan kerja. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Zers membawa karakteristik unik ke tempat kerja, seperti lebih terbuka terhadap keragaman, lebih individualistik, dan lebih berorientasi pada teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Sejauh perusahaan menerapkan prinsip-prinsip dari kerangka kerja ini, semakin menarik mereka bagi pekerja Gen Z. Selain itu, prinsip-prinsip ini juga dapat diterapkan pada angkatan kerja yang sudah ada, dengan hasil yang sama efektif, dan seharusnya akan meningkatkan produktivitas serta keunggulan kompetitif perusahaan.

Gen Z dianggap sebagai generasi yang inovatif dan kreatif. Penelitian Harris Poll (2020) menemukan bahwa 63% Gen Z terlibat dalam berbagai aktivitas kreatif setiap hari, dan keterlibatan mereka dalam komunitas dan sosial media merupakan faktor lain yang menyumbang kreativitas mereka. Kepekaan dan hasrat Generasi Z terhadap inovasi dapat membantu perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif yang kuat jika mereka mengelola intuisi dan naluri inovasi mereka dengan baik. Ini dapat membantu perusahaan mengembangkan ide-ide baru dan unik yang berkontribusi pada inovasi dalam pemasaran, pengembangan produk, produksi, dan distribusi. Hal ini sejalan dengan penelitian Beswick (2014) yang menunjukkan bahwa Generasi Z lebih suka berinovasi dan membuat sesuatu bersama (co-creation).

Generasi Z lebih beragam dan terbuka terhadap keragaman dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Deloitte & Network of Executive Women, 2019; Yello, 2019). Oleh karena itu, Generasi Z juga lebih tertarik pada organisasi yang memiliki keragaman yang lebih besar. Hal ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Deloitte & Network of Executive Women pada tahun 2019, serta penelitian oleh Yello pada tahun yang sama. Penggunaan bahasa Indonesia tentunya memegang peran yang sangat penting dalam manajemen kantor, terutama dalam hal berinteraksi dengan Generasi Z. Tentu adanya perbedaan memahami serta menggunakan bahasa bagi tiap generasi, Generasi Z cenderung memahami dan menggunakan bahasa dalam kehidupan sehari-hari dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial, dimana hal tersebut merupakan salah satu ciri khas bagi Generasi Z dalam kehidupan sehari-harinya selalu memerlukan teknologi serta media sosial guna memudahkan kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dari hari ke hari, maka dari itu gaya bahasanya pada Generasi Z biasanya merangkul gaya komunikasi yang santai, cepat, dan kreatif dapat menjadi kunci dalam berinteraksi serta kolaborasi dalam menyampaikan ide atau gagasan di lingkungan pekerjaan.

2. METODOLOGI

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif digunakan untuk menyusun artikel ini. Penelitian ini berfokus pada menganalisis, mencatat, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan informasi yang telah diketahui melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang variabel, gejala, atau keadaan yang sebenarnya tanpa melakukan manipulasi atau rancangan yang diharapkan terjadi pada variabel. Fokus utama dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Manajemen Perkantoran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengembangkan aspek-aspek yang sesuai dengan judul dan dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Perkantoran. Bahwa, Bahasa Indonesia dapat meningkatkan kinerja kantor karena Bahasa Indonesia berperan penting dalam bidang komunikasi dan korespondensi. Komunikasi menjadi pondasi utama agar karyawan dapat saling memahami pendapat atau pemikiran orang lain dari banyak perspektif (Syahfitri, 2023). Dengan penggunaan Bahasa Indonesia yang sudah pasti dimengerti semua orang, dapat menjadikan peluang untuk bekerja sama dengan perusahaan lain, berbagi ide, umpan balik untuk mencapai tujuan bersama, sehingga dapat meningkatkan kinerja kantor tersebut. (Rachmadi, 2010) mengungkapkan bahwa keinginan, keikutsertaan, dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Selain meningkatkan kinerja kantor manfaat yang dapat dirasakan jika perusahaan memperhatikan estetika dalam Bahasa Indonesia adalah memberikan citra positif baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Dalam lingkup eksternal, Bahasa Indonesia dapat membantu perusahaan dalam mengatur citra, karena ia merupakan bahasa resmi negara yang digunakan dalam pelayanan publik di instansi pemerintah, serta lembaga swasta. Perusahaan juga akan mendapatkan kesan yang lebih profesional, komunikasi yang berjalan dengan baik, membangun relasi yang lebih luas, kerjasama yang mungkin akan meningkat dan membuat rekan kerja tersebut merasa puas. Sedangkan dalam lingkup internal penggunaan Bahasa Indonesia dapat mempererat hubungan baik sesama karyawan maupun karyawan dan pimpinan, karena dengan komunikasi yang baik dengan karyawan lain dapat membuat pekerjaan lebih cepat selesai dan tujuan perusahaan akan tercapai.

Kaitannya dengan bahasa Indonesia yang digunakan oleh Gen Z nyatanya hadir dalam kesehariannya, baik di lingkungan sosial maupun pekerjaan. Adapun manfaat penggunaan bahasa Indonesia dalam lingkungan kerja dimana bahasa ini digunakan, bahasa ini sangat penting dalam berbagai bidang. misalnya saja di lingkungan perkantoran, karena kantor merupakan salah satu tempat terjadinya pertukaran informasi dan komunikasi. Komunikasi sangat bergantung pada kemampuan berbahasa Indonesia, karena informasi disampaikan secara internal maupun eksternal. Misalnya saat berkomunikasi dengan atasan sebaiknya menggunakan bahasa Indonesia baku dan sopan. Hal ini akan membuat atasan merasa dihargai dan atasan akan memberikan imbalan kepada bawahannya. Jika menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, otomatis komunikasi yang berlangsung akan berjalan dengan baik. Penggunaan Bahasa Indonesia untuk komunikasi dapat menghindari kesalahpahaman diantara karyawan dan juga meningkatkan citra positif perusahaan. Selanjutnya, bahasa Indonesia merupakan bahasa sehari-hari, bahasa Indonesia merupakan bahasa kesatuan, dan merupakan bahasa nasional. Dalam bidang pengelolaan perkantoran perlu menggunakan bahasa Indonesia, khususnya bahasa Indonesia formal.

Meskipun ruang lingkup persuratan di lingkungan kantor merupakan hal yang penting, namun komunikasi yang dilakukan tentunya tidak hanya komunikasi verbal atau langsung saja, namun komunikasi non verbal atau tidak langsung juga tidak kalah pentingnya. Karena surat menyurat adalah sarana komunikasi tertulis yang dikirimkan oleh perseorangan atau organisasi. Pernyataan ini sesuai dengan (Finoza, 2009: 4). Jadi, kegiatan pengiriman surat dari perorangan atau organisasi lain disebut surat menyurat – atau surat menyurat. Komunikasi suara bahasa Indonesia membuat komunikasi menjadi lebih jelas dan pengambilan keputusan menjadi lebih mudah. Saat mengirim surat, Anda perlu berhati-hati dalam menggunakan bahasa Indonesia dalam surat Anda untuk menghindari kesalahpahaman atau kesalahpahaman di kalangan pembaca Anda.

Globalisasi atau integrasi internasional adalah proses bertahap integrasi dan interaksi antara berbagai aktor, individu, dan negara di seluruh dunia. Globalisasi mengalami percepatan selama dua dekade terakhir karena kemajuan teknologi di bidang komunikasi, teknologi, dan transportasi, serta menjamurnya informasi yang mudah disebarluaskan. Hasil studi yang dilakukan oleh (Bencsik dan Machova, 2016) menunjukkan bahwa Generasi Z secara inheren akan memiliki akses informasi yang lebih cepat dan juga akan menjadi lebih cerdas, seiring perkembangan mereka yang bertepatan dengan digitalisasi. Mampu memanfaatkan teknologi dan berkreasi. Selain itu, faktor terpenting yang membedakan dengan generasi lainnya adalah penguasaan informasi dan teknologi. Dengan fungsionalitas generasi Z, teknologi ini dapat digunakan sebagai media untuk menyebarkan atau membuat konten kreatif tentang bahasa Indonesia, sehingga dengan membuat video dan artikel yang membahas tentang kejadian terkini, Anda dapat menikmati bahasa Indonesia secara berkelompok. Saat ini aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Twitter dan Threads Terbaru banyak digunakan oleh berbagai generasi, sehingga terdapat tantangan dalam menggunakan bahasa Indonesia.

Inisiatif lain yang bisa Anda lakukan untuk menjadikan bahasa Indonesia lebih menarik adalah dengan mengajarkan bahasa Indonesia sejak dini. Bahasa Indonesia merupakan bahasa kesatuan dengan kosa kata indah dan makna yang patut dilestarikan. Pendidikan bahasa Indonesia di lembaga pendidikan formal dimulai pada sekolah dasar. Hal ini terbukti pada sistem pendidikan bahasa Indonesia dimana siswa dari seluruh jenjang pendidikan mempelajari bahasa Indonesia. Faktanya, jumlah kursus bahasa Indonesia mingguan merupakan yang tertinggi dari seluruh jenjang pendidikan yang berjumlah. Siswa menghabiskan setidaknya sekitar jam untuk belajar bahasa Indonesia dari SD hingga SMA, dan mata pelajaran bahasa Indonesia mempunyai fungsi strategis dalam pendidikan dan pembangunan bangsa. Mata pelajaran bahasa Indonesia mempunyai 4 ciri penting, yaitu sebagai berikut:

1. Berfungsi untuk memajukan persatuan dan kesatuan bangsa,
2. Berfungsi untuk memperluas ilmu pengetahuan, dan keterampilan berbahasa Indonesia yang berkaitan dengan pelestarian dan pembangunan, kebudayaan nasional.
3. Perolehan ilmu pengetahuan, dan perlengkapan perluasan ilmu pengetahuan untuk pengembangan dan keterampilan berbahasa Indonesia pengetahuan, teknologi dan seni.
4. Sarana untuk pengembangan berpikir (Suparno, 1998) Pelajaran Bahasa Indonesia bertujuan agar siswa memperoleh kemampuan berbahasa Indonesia yang baik serta kemampuan berpikir dan bernalar yang baik yang disampaikan melalui bahasa yang baik.

Agar bahasa Indonesia lebih menarik, kita perlu mengemasnya ke dalam karya sastra. Sebab seluruh karya sastra ini senantiasa tidak hanya memberikan hiburan dan aktivitas bagi para pengamal bahasa Indonesia, namun juga memberikan hiburan bagi jiwa dan semangat pembacanya. Hiburan yang disediakan sastra berbeda dengan hiburan lainnya. Hiburan termasuk permainan pikiran yang mengasyikkan. Karya sastra juga dapat dipentaskan sebagai pertunjukan hiburan, misalnya melalui musikalisasi puisi, dramatisasi puisi, pembacaan cerpen, dan pementasan novel dan penggalan cerita rakyat. Itu diadaptasi menjadi melodrama atau film. Contoh Novel Terkenal Berbahasa Indonesia Bagus, Cantik itu luka karya penulis Eka Kurniawan, Laut bercerita penulis Leila S. Chudri, Bumi, penulis Tere Liye dan Masih banyak lainnya. Dalam novel banyak terdapat kosa kata yang jarang digunakan, padahal mempunyai arti yang baik dan menarik, namun hanya sedikit orang yang mengetahuinya. Setelah memahami Kosakata dengan kata-kata baru, semua orang akan mengetahui bahwa masih banyak kosakata yang bermakna dengan Kosakata. bagus dan menarik. Selain novel, Anda juga akan menemukan kosakata menarik dari film, puisi, dan cerita pendek.

Perbedaan dalam penggunaan bahasa antargenerasi mencerminkan perubahan dalam nilai-nilai budaya yang terjadi seiring berjalannya waktu. Meskipun Generasi Z dan Generasi Milenial memiliki beberapa kesamaan, namun Generasi Z juga membawa pola perilaku baru yang menonjol, seperti orientasi yang kuat pada pencapaian dan kesejahteraan ekonomi yang lebih besar. Hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan kerja modern harus memperhatikan dinamika perbedaan antargenerasi dalam bahasa untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kolaborasi dan inovasi yang produktif (Schroth, 2019).

Dalam konteks inovasi di tempat kerja, pemahaman yang mendalam terhadap bahasa oleh karyawan memiliki dampak yang signifikan. Kemampuan untuk menyampaikan ide-ide dengan jelas dalam bahasa Indonesia memungkinkan proses komunikasi yang efektif di antara anggota tim dan memfasilitasi pertukaran gagasan yang kreatif. Bahasa Indonesia bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga merupakan wadah untuk mendorong kolaborasi lintas generasi yang akan membantu perusahaan mencapai tujuan dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Selain itu, anggota Generasi Z memiliki tingkat kesejahteraan ekonomi yang lebih tinggi, latar belakang pendidikan yang lebih tinggi, serta keragaman etnis dan ras yang lebih besar dibandingkan generasi sebelumnya. Perubahan demografis mencerminkan perubahan yang lebih luas dalam masyarakat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan meningkatnya globalisasi. Memahami karakteristik demografi ini penting untuk mengembangkan strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif di tempat kerja. Ini memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan kebijakan rekrutmen dan retensi mereka untuk menarik dan mempertahankan talenta Gen Z. Selain itu, mengakui meningkatnya keberagaman generasi ini menekankan pentingnya menciptakan lingkungan inklusif yang tanggap terhadap kebutuhan dan pendapat individu dari berbagai latar belakang (Barna Group, 2018).

Tantangan terbesar terjadi ketika perbedaan kosa kata dan gaya bahasa antar generasi membuat pemahaman dan kolaborasi menjadi sulit di tempat kerja. Namun, individu dan organisasi dapat mengambil langkah untuk mengatasi tantangan ini dengan menyadari pentingnya memahami bahasa dengan baik dan berupaya melestarikan kekayaan bahasa Indonesia di tengah globalisasi. Oleh karena itu, penguatan kemampuan komunikasi dalam bahasa Indonesia merupakan investasi penting bagi kesuksesan dan keberlangsungan perusahaan Anda di era persaingan yang terus berubah. Wawasan dan kemajuan teknologi digital telah merevolusi cara orang berinteraksi dan berkomunikasi

(Ajmain, dkk. 2020). Bahasa Indonesia berperan sangat penting dalam mendorong berbagai proses inovasi, perubahan organisasi dan pengembangan kreativitas di lingkungan kerja. Bahasa ini menjadi pilar komunikasi antar karyawan, memungkinkan mereka mengutarakan pendapat, berdiskusi secara terbuka, dan membangun hubungan yang efektif dalam hierarki perusahaan. Komunikasi yang efektif, khususnya komunikasi yang baik dalam bahasa Indonesia, berperan penting dalam meningkatkan kinerja pegawai dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Selain itu, bahasa Indonesia juga berperan penting dalam mendorong proses kreativitas di tempat kerja. Bahasa Indonesia mudah dipahami oleh semua pihak, sehingga ide-ide baru dan berbeda dapat diungkapkan tanpa kendala bahasa. Ini menunjukkan bahwa Gen Z, yang tumbuh di era interkoneksi dan perkembangan teknologi yang berkelanjutan, dapat memperoleh manfaat dari perkembangan teknologi yang menegaskan kenyataan bahwa menjadi semakin mirip dengan di dunia nyata (Ajmain, dkk 2020). Penggunaan bahasa Indonesia yang baik memungkinkan karyawan untuk mengungkapkan gagasannya dengan jelas dan meyakinkan, yang pada akhirnya memudahkan pengembangan solusi inovatif dan strategis bagi perusahaan.

Pentingnya penggunaan bahasa Indonesia yang baik juga tercermin dalam penyusunan laporan dan proposal. Bahasa formal yang dipilih dengan tepat tidak hanya menjamin pemahaman yang jelas antara pengirim dan penerima pesan, tetapi juga membantu mengurangi risiko kesalahpahaman dan kesalahpahaman. Oleh karena itu, bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, namun juga sebagai landasan kokoh dalam membangun lingkungan kerja yang inklusif, inovatif, dan berkualitas.

Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada keterampilan dan kemampuan masing-masing individu, namun juga kerjasama anggota tim dalam perusahaan. Membangun kolaborasi untuk mencapai tujuan tersebut membutuhkan komunikasi. (Argiris, 1994) mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana satu orang, kelompok, atau organisasi (pengirim) mengirimkan informasi (pesan) kepada orang, kelompok, atau organisasi lain (penerima). Proses komunikasi biasanya terjadi dalam beberapa langkah. Pengirim pesan mengirimkan informasi kepada penerima informasi melalui satu atau lebih alat komunikasi. Proses berlanjut di , dimana penerima mengirimkan respon kembali ke pengirim pesan asli. Dalam beberapa kasus, distorsi yang disebut noise dapat terjadi dan menghambat aliran informasi.

Keterampilan komunikasi bagi individu dalam organisasi diperlukan dalam segala situasi, seperti mempersiapkan presentasi bisnis dan mengkomunikasikan pemikiran dan ide. Diperlukan untuk pertemuan, negosiasi bisnis, pelatihan tim, membangun tim kerja, dan dalam setiap organisasi Kegiatan. Dalam situasi ini, gunakan bahasa Indonesia, gunakan lebih sedikit bahasa gaul, dan gunakan bahasa Inggris. Karena bahasa Indonesia adalah bahasa nasional, kesalahpahaman dalam berkomunikasi dapat diminimalisir. tidak hanya berkomunikasi secara langsung namun juga menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam surat menyurat. Cara ini dinilai cocok untuk meningkatkan efisiensi komunikasi dalam operasional kantor. Mengingat pentingnya komunikasi dalam organisasi, maka efektivitas komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan suatu organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang (Griffith, 2002).

Dalam buku ini (Erni Rernawan, 2011: 15), definisi organisasi Mathis dan Jackson dikutip sebagai berikut: "Organisasi adalah kesatuan sosial dari sekelompok orang yang saling berinteraksi." Sebagai kesatuan yang di dalamnya setiap anggota organisasi mempunyai fungsi dan tugas masing-masing serta mempunyai tujuan tertentu, menurut pola tertentu, memiliki batasan yang jelas dan memungkinkan adanya pemisahan.

Perusahaan tanpa manajer dan karyawan tidak dapat mencapai tujuannya. Pemimpin perusahaan memegang peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan, karena merekalah yang menentukan kebijakan pengelolaan perusahaan. Itu sebabnya sebagai seorang manajer perlu lebih mendengarkan dan memikirkan saran, ide, dan kritik karyawan. Dapat dilakukan dengan menjalankan brainstorming untuk mengumpulkan ide dari para karyawan. Brainstorming merupakan suatu metode berpikir kreatif untuk mendorong karyawan mengungkapkan ide-ide yang muncul sehubungan dengan berbagai permasalahan. Hal ini akan dilakukan pada sesi berikutnya yaitu Evaluasi dan untuk menentukan ide mana yang lebih baik. brainstorming dapat dilakukan dengan menjadwalkan forum diskusi. manfaatkan forum diskusi tersebut untuk mengemukakan ide ataupun kritik. jika forum diskusi dirasa kurang efektif karena kebanyakan karyawan merasa segan dan takut untuk mengemukakan pendapatnya kepada pemimpin mereka, bisa dengan menyediakan kotak saran dan kritik secara anonim, setelah itu diskusikan pendapat pendapat yang ada dalam kotak tersebut di forum diskusi.

4. KESIMPULAN

Bahasa Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja kantor dan memfasilitasi berbagai proses inovasi di lingkungan kerja. Dalam konteks Generasi Z, penggunaan Bahasa Indonesia menjadi semakin penting mengingat kemampuan teknologi dan akses informasi yang cepat yang dimiliki oleh generasi ini. Membangun kesadaran akan pentingnya Bahasa Indonesia sejak dini di sekolah juga merupakan inisiatif yang diperlukan untuk memperkaya kosakata dan memupuk kecintaan terhadap bahasa ini.

Tantangan terbesar dalam penggunaan Bahasa Indonesia di lingkungan kerja adalah perbedaan dalam kosakata dan gaya bahasa antargenerasi. Namun, dengan pemahaman yang baik terhadap bahasa dan upaya untuk mempertahankan kekayaan Bahasa Indonesia di tengah arus globalisasi, individu dan organisasi dapat mengatasi tantangan ini dan memperkuat kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Indonesia, yang pada akhirnya akan menjadi investasi krusial bagi kesuksesan perusahaan di era yang terus berubah dan kompetitif.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Al ghobash, A. (2022). Merekrut Generasi Z: Mengapa Penting Bagi Perusahaan? Algobash Insight. <https://algobash.com/blog/merekrut-generasi-z-mengapa-penting-bagi-perusahaan/>
- Argiris C., 1994. Good communication that block learning. HBR.
- Barna Group, "Is Gen Z the Most Success Oriented Generation?" Research Releases in Begins," Pew Research Center, January 17, 2018, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-where-millennials-end-and-post-millennialsbegin/>.
- Bhakti & Safitri.2017. Peran bimbingan dan konseling untuk menghadapi generasi z dalam perspektif bimbingan dan konseling perkembangan. Jurnal Konseling Gusjigang. Vol. 3. No.1.
- Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017
- Erni Rernawan. 2011. Organization culture, budaya organisasi dalam perspektif ekonomi dan bisnis, Bandung: Alfabeta.
- Gentina, E. (2020). Generation z in Asia: A research agenda. In E. Gentina & E. Parry (Eds.), What the experts tell us about South East Asia: Dynamics, differences, digitalization(pp. 3–19). <https://doi.org/10.1108/978-1->

80043-220-820201002

- Griffith, D.A., 2002. The role of communication competencies in international business relationship development. *Journal of World Business*, 37 (4), 256-265
- Hasan Alwi, "Kamus Besar Bahasa Indonesia," Jakarta: Balai Pustaka 457 (2007). Hal 88
- Kyrousi, A. G., Tzoumaka, E., & Leivadi, S. (2022). Business employability for late millennials: exploring the perceptions of generation Z students and generation X faculty. *Management Research Review*, 45(5), 664-683.
<https://doi.org/10.1108/MRR-04-2021-0328>
- Lega Kurnia Sari, "Bahasa Gaul Melalui Media Sosial Whatsapp Di Kalangan Remaja Desa Talang Karet Kabupaten Kepahiang," repository iainbengkulu, no. 56 (2022): 2003–2005,
<https://www.who.int/newsroom/factsheets/detail/autism-spectrum-disorders>.
- McKinsey Expects Great Growth for Indonesia's E-Commerce Market, (2018). <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/mckinsey-expects-great-growth-for-indonesia-e-commerce-market/item8959?>
- Michael Dimock, "Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Millennials & Generations, June 6, 2018. <https://www.barna.com/research/s-gen-z-the-most-success-oriented-generation/>
- Munandar, SC Utami. 1992. Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah.
- Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2021.02.021>
- Pichler, Shaun & Kohli, Chiranjeev & Granitz, Neil. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*. 64. 10.1016/j.bushor.2021.02.021.
- Rachmadi, M. (2010). Analisis Pengaruh Motivasi, Partisipasi, dan Komunikasi terhadap kinerja Karyawan pada PT Bank Riau di kantor Cabang Pasar Pusat Pekanbaru. Thesis. Fakultas Ekonomi dan sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Suparno. 1998. "Pengajaran Bahasa Indonesia di Sekolah: makalah Kongres Bahasa Indonesia VII, Jakarta.
- Syahtami, N., Puspita, D., Putri, N. S., & Rizkianfi, M. W. Peran Pendidikan Karakter dalam Membangun Fondasi Karyawan Perkantoran. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 163-176.
- The Liang Gie, (1995) *Administrasi Perkantoran Modern*, Yogyakarta: Penerbit Liberty dan Yayasan Studi Ilmu dan Teknologi.