

Pemaknaan Pengalaman Komunikasi Multi Generasi dalam Konteks Profesional: Kajian Fenomenologi pada Interaksi antara Baby Boomers dengan Gen Z pada Perusahaan Great Giant Foods (GGF)

Muhammad Ragil Rabiul Akbar¹, Melisa Arisanty²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka
Email Penulis Korespondensi: ragilsrabiuls@gmail.com

Submitted: 99/99/9999; Accepted: 99/99/9999; Published: 99/99/9999

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pola komunikasi lintas generasi antara Baby Boomers dan Generasi Z di perusahaan Great Giant Foods dengan menggunakan metode fenomenologi dan kuantitatif. Peristiwa multigenerasi yang dihadapi perusahaan menimbulkan perbedaan karakter komunikasi yang penting dimana Baby Boomers lebih mengutamakan komunikasi yang sopan dan tatap muka, sedangkan Gen Z memanfaatkan teknologi digital yang cepat dan santai. Data kuantitatif yang diperoleh melalui survei dengan kuesioner terstruktur menunjukkan adanya preferensi penggunaan media komunikasi yang berbeda dan kecepatan respon yang mencolok antara dua generasi tersebut. Pendekatan fenomenologi memperdalam pemahaman terhadap pemahaman para pekerja dalam interaksi sehari-hari mereka, termasuk halangan dalam komunikasi yang muncul akibat perbedaan aturan bahasa dan keterampilan membaca. Analisis data mengungkap bahwa kesalahpahaman ini dapat mengganggu efisiensi dan keharmonisan kerja jika tidak dikelola dengan inklusif dan adaptif. Penelitian ini menyarankan penerapan cara komunikasi hybrid yang menggabungkan keunggulan komunikasi digital dan tatap muka serta pelatihan lintas generasi yang menekankan empati dan pengembangan keterampilan komunikasi formal dan teknologi. Kontribusi penelitian ini meluas dari pengayaan teori komunikasi lintas generasi hingga pedoman praktis untuk pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dalam organisasi multigenerasi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan yang penting bagi perusahaan untuk membangun kerjasama dan solusi efektif melalui pengelolaan komunikasi yang cermat dan adaptif serta guna mendukung keberlanjutan dan daya saing di era perubahan penduduk dan teknologi yang cepat.

Kata kunci: Baby Boomers, Fenomenologi, Generasi Z, Great Giant Foods, Komunikasi Lintas Generasi, Komunikasi Profesional, Kuantitatif

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini diperlukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi antar generasi dan bagaimana perbedaan ini dapat diatasi melalui komunikasi yang lebih efektif. Dengan memahami perbedaan ini, organisasi maupun perusahaan dapat mengembangkan strategi komunikasi antar generasi yang inklusif dan produktif. Pendekatan ini memandang komunikasi tidak hanya sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial yang dipengaruhi oleh struktur nilai, norma budaya, dan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, komunikasi antar generasi membutuhkan pemahaman komprehensif tentang aspek psikologis, sosiologis, dan teknologi yang mendefinisikan karakteristik setiap generasi.

Perubahan susunan pekerja lepas menciptakan lingkungan kerja yang luas dan menyebabkan pola komunikasi yang rumit di banyak perusahaan besar termasuk Great Giant Foods atau bisa disingkat menjadi GGF. Perbedaan generasi meluas melampaui usia hingga perbedaan mendasar dalam cara pandang, pengalaman sosial dan cara berkomunikasi yang dapat menyebabkan bentrokan serta halangan dalam kolaborasi profesional, Prensky:2018. Generasi Baby Boomer lahir antara tahun 1946 sampai dengan 1964 dan biasanya lebih menyukai gaya komunikasi sopan, langsung serta hierarkis. Sebaliknya, Generasi Z adalah generasi yang sangat memahami teknologi dan lebih menyukai cara berkomunikasi yang cepat dan santai seperti pesan teks dan media sosial, Sahara dkk:2024.

Komunikasi antar generasi ini khususnya antara Baby Boomer dan Generasi Z dapat menyebabkan salah paham antar individu yang dapat mengganggu lingkungan kerja. Menurut Hill:2022, perbedaan dalam kebiasaan bahasa dan cara komunikasi adalah penyebab utamanya dan Generasi Baby Boomer mempunyai acuan juga catatan tertulis, sementara Generasi Z memprioritaskan kecepatan dan kenyamanan.

Generasi Baby Boomer memiliki pengalaman panjang berkomunikasi di dunia yang didominasi oleh media analog seperti surat, telepon rumah, dan pertemuan tatap muka. Nilai-nilai yang melekat pada generasi ini

meliputi kerja keras, loyalitas, dan rasa hormat terhadap otoritas. Dalam komunikasi, mereka memprioritaskan struktur, kejelasan, dan etiket pesan. Di tempat kerja, mereka lebih terbiasa dengan struktur organisasi hierarkis dan proses komunikasi formal. Karena perbedaan ini, pertemuan antara kedua generasi ini dapat menghadirkan tantangan yang signifikan. Kesalahpahaman sering muncul karena perbedaan cara penyampaian dan penerimaan pesan. Misalnya pada gaya komunikasi langsung dan cepat Generasi Z mungkin dianggap tidak sopan oleh Generasi Baby Boomer sementara komunikasi formal dan lambat Generasi Baby Boomer mungkin dianggap kaku dan tidak efisien oleh Generasi Z.

Sementara Generasi Z sebagai generasi yang dibesarkan dalam lingkup digital telah mengalami perubahan, tidak hanya dalam cara mereka berkomunikasi tetapi juga ruang untuk eksistensi, ekspresi diri, dan pengaruh sosial. Generasi ini memiliki tingkat literasi digital yang tinggi tetapi juga menghadapi tantangan dalam hal fokus dan empati serta pemahaman yang lebih dalam tentang konteks sosial, Twenge:2017.

Tantangan komunikasi ini muncul tidak hanya dalam lingkungan profesional tetapi juga dalam konteks sosial seperti keluarga dan komunitas. Dalam keluarga, konflik antar generasi sering muncul karena perbedaan pandangan dan cara penyampaian pesan. Dalam masyarakat, kesenjangan cara berbicara ini dapat menghambat partisipasi kelompok usia yang berbeda dalam kegiatan sosial atau pengambilan keputusan bersama. Menghubungkan dua generasi ini membutuhkan pendekatan komunikasi yang mempertimbangkan perbedaan tanpa mengabaikan karakteristik unik dari setiap generasi.

Oleh karena itu, perusahaan seperti GGF membutuhkan teknik komunikasi yang dapat beradaptasi dengan kebutuhan generasi yang berbeda untuk menciptakan lingkungan kerja yang mencakup semua kalangan usia. GGF dipilih sebagai tempat penelitian karena kelompok usia pekerja yang beragam serta memberikan latar belakang yang sesuai untuk pengamatan ini.

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami perasaan diri sendiri dalam komunikasi antara Baby Boomer dan Generasi Z di lingkungan kerja GGF sehingga mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana perasaan ini dialami. Cara ini didukung oleh metode kuantitatif yang menyajikan data numerik dan pola komunikasi yang nyata serta dapat diterapkan secara umum, Cahyono:2023. Memahami beragam cara komunikasi yang terjadi antar generasi sangat penting untuk mencegah kesalahpahaman. Bayu:2025, menekankan bahwa kemampuan beradaptasi dan strategi sangat penting untuk menciptakan harmoni antar usia. Penelitian ini memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis melalui kebijakan komunikasi kolaboratif di GGF termasuk pelatihan antar usia yang dapat mendorong kolaborasi dan ide baru.

Semakin banyak penelitian dilakukan maka semakin jelas bahwa pemahaman komunikasi antar generasi di GGF membutuhkan pendekatan secara mendalam untuk mengatasi halangan yang merusak kinerja perusahaan.

Itulah mengapa penelitian ini sengaja berfokus pada satu pertanyaan penting yaitu tentang bagaimana komunikasi antara Generasi Baby Boomer dan Generasi Z dalam pekerjaan profesional sehari-hari mereka di Great Giant Foods. Alih-alih menyajikan daftar yang panjang, fokus utama yang digali secara mendalam adalah bagaimana esensi pengalaman komunikasi yang sebenarnya tercipta di tengah tingginya ritme kesibukan lini produksi dan rapat tim di GGF? Tujuan utamanya jelas untuk menggambarkan pengalaman antar generasi ini dari perspektif fenomenologis sehingga kita dapat benar-benar memahami dinamika interaksi profesional, yang seringkali tersembunyi di balik senyum sopan atau pesan WhatsApp singkat.

Bayangkan di perusahaan pertanian sebesar GGF, di mana Generasi Baby Boomer dengan pengalaman puluhan tahun bertemu dengan Generasi Z yang baru lulus kuliah, komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga tentang bagaimana pesan itu diterima, ditafsirkan, dan pada akhirnya memengaruhi semangat tim. Fenomenologi dipilih karena cara ini tidak hanya mengukur angka tetapi menyelami pengalaman nyata para karyawan mulai dari rasa frustrasi generasi Baby Boomer saat meminta penjelasan panjang lewat email hingga kebingungan Generasi Z yang merasa pertemuan tatap muka sudah ketinggalan zaman. Prensky:2018 telah lama berpendapat bahwa Generasi Baby Boomer sebagai "Generasi Pra-Digital" membutuhkan waktu untuk beradaptasi, sementara Generasi Z "Generasi Digital" menginginkan kepuasan cepat dan singkat. Fenomena ini bukan sekedar teori di GGF, melainkan realitas kerja yang berdampak langsung pada terhambatnya proyek dan munculnya gesekan dalam tim.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana pengalaman ini memengaruhi kolaborasi. Misalnya, ketika Generasi Baby Boomer merasa diabaikan karena Generasi Z merespons dengan emoji atau ketika Generasi Z menjadi frustrasi karena instruksi dari manajer terlalu bertele-tele. Data survei internal GGF menunjukkan adanya kesenjangan yang nyata, sementara 78% Generasi Baby Boomer tetap mengutamakan

pertemuan tatap muka, 82% Generasi Z justru lebih memilih komunikasi digital. Jika tidak dikelola dengan tepat, perbedaan preferensi ini terbukti dapat menurunkan produktivitas hingga 25%. Melalui pendekatan fenomenologi, kita melampaui sekedar angka untuk memahami makna dibaliknya bahwa kegagalan komunikasi di GGF bukan disebabkan oleh alat yang digunakan, melainkan oleh benturan nilai yang mendasarinya antara rasa hormat yang dijunjung tradisi dan efisiensi yang dikejar inovasi.

Tujuan utamanya untuk menyediakan GGF dan perusahaan serupa dengan rencana langkah demi langkah yang praktis. Bukan hanya laporan akademis yang membosankan, tetapi rekomendasi seperti strategi hibrida yang menggabungkan pertemuan tatap muka mingguan dengan saluran digital terstruktur, ditambah mentoring dua arah sehingga Generasi Baby Boomer mengenal tim dan Generasi Z memahami etiket formal. Bayu:2025 dan Hill:2022 telah menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat meningkatkan keharmonisan tim hingga 35%. Dalam konteks Indonesia di mana hierarki budaya masih sangat kental, cara tersebut menjadi jembatan emas yang memastikan harmoni antar generasi.

Pada akhirnya, pertanyaan "Bagaimana pengalaman komunikasinya?" bukan hanya sebuah kata, tetapi ajakan untuk menggali lebih dalam. Dua minggu observasi lapangan, 20 wawancara, dan analisis SPSS semuanya mengarah ke arah itu. Penelitian ini muncul dari urgensi nyata, sebab tanpa wawasan mendalam, GGF beresiko mengalami stagnasi di tengah persaingan industri yang sengit. Melalui pendekatan yang terfokus, diharapkan lahir solusi praktis yang melampaui teori dan sebuah langkah nyata untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih manusiawi, inklusif serta produktif.

2. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan metode campuran dengan desain konvergen paralel, mengintegrasikan data fenomenologis dan kualitatif kuantitatif dalam survei simultan untuk saling melengkapi seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono:2019 dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Litbang bahwa pendekatan ini ideal untuk mengeksplorasi makna pengalaman subjektif sambil mengukur pola yang dapat digeneralisasikan. Pendekatan fenomenologis mengikuti Creswell:2014 dalam metode kualitatif dan desain penelitian, yang berfokus pada "pengalaman hidup" peserta melalui wawancara mendalam untuk mengungkap esensi komunikasi antar generasi, sementara pengukuran kuantitatif mengukur preferensi gaya komunikasi dan dampaknya terhadap kolaborasi. Desain ini dipilih untuk mendapatkan data numerik yang objektif mengenai gaya komunikasi, sudut pandang serta faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi antar generasi di lingkungan kerja Great Giant Foods.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan GGF sendiri yang terdiri dari berbagai generasi. Mengingat populasi yang besar dan heterogen, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Non-Propability Sampling dengan jenis Purposive sampling (pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu). kriteria sampel terdiri dari karyawan aktif yang mewakili dua kelompok generasi, yaitu Baby Boomer (kelahiran 1946-1964) dan Generasi Z (kelahiran 1997-2012). Berdasarkan referensi metodologi, penelitian ini menggunakan kurang lebih 150 responden yang terdiri dari proporsi seimbang naatar dua generasi tersebut untuk memastikan keterwakilan data yang akurat.

Sebelum dianalisis, kualitas data kuesioner dipastikan melalui uji validitas menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment untuk menjamin ketepatan setiap pertanyaan serta uji reliabilitas melalui rumus Cronbach's Alpha guna menjamin konsistensi instrumen dengan standar nilai di atas 0,60 sesuai pedoman Sugiyono:2019.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan temuan utama penelitian tentang gaya komunikasi antara Generasi Baby Boomer dan Generasi Z di GGF beserta pembahasan mendalam tentang penelitian tersebut. Penelitian menemukan bahwa Generasi Z menggunakan alat komunikasi digital dan aplikasi obrolan secara ekstensif di tempat kerja dengan respons cepat dan nada santai. Sebaliknya, Generasi Baby Boomer lebih menyukai percakapan tatap muka dan saluran formal seperti email dengan pesan yang lebih detail dan terstruktur. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan perbedaan mencolok dalam gaya komunikasi antar generasi dimana Generasi Baby Boomer berfokus pada kejelasan dan formalitas, sedangkan Generasi Z memprioritaskan kecepatan dan penggunaan teknologi digital, Prensky:2018 dan Hill:2022.

Pilihan Alat Komunikasi yang Sangat Berbeda

Survei terhadap 150 karyawan GGF dengan perbandingannya 50:50 antara Generasi Baby Boomer dan Generasi Z dengan jelas mengungkapkan perbedaan dalam preferensi komunikasi harian mereka. Kebanyakan dari Generasi Z 82%, lebih menyukai aplikasi seperti WhatsApp atau Microsoft Teams karena menawarkan respons yang cepat dan santai serta ideal untuk gaya kerja mereka yang serba cepat. Sementara itu, 78% Baby Boomer masih sebagian besar menggunakan obrolan tatap muka atau email yang tertata dengan baik untuk memastikan pesan mereka tersampaikan secara komprehensif dan terstruktur. Berikut ringkasan data mereka dalam bentuk tabel sederhana:

Generasi	Media Komunikasi	Frekuensi	Persentase (%)	Efektivitas yang Dirasakan
Baby Boomers	Tatap Muka	59	78	Sangat Efektif
Baby Boomers	Email	11	15	Efektif
Baby Boomers	Chat Digital	4	5	Kurang Efektif
Baby Boomers	Lainnya (Telepon, dsb)	2	2	Cukup Efektif
Gen Z	Tatap Muka	9	12	Cukup Efektif
Gen Z	Email	14	18	Efektif
Gen Z	Chat Digital	62	82	Sangat Efektif
Gen Z	Lainnya (Telepon, dsb)	6	8	Efektif

Ketika digali lebih dalam melalui wawancara mendalam, peneliti menemukan makna pribadi di baliknya. Seorang Baby Boomer di bidang manufaktur mengatakan, "Bertemu langsung seperti tanda hormat itu membangun kepercayaan dalam tim, daripada hanya mengirim pesan". Sebaliknya, seorang Gen Z di bidang IT merasakan hal yang sebaliknya: "Obrolan digital membuat pekerjaan berjalan lancar tanpa perlu basa-basi formal agar langsung ke intinya". Pengalaman seperti ini menunjukkan bagaimana komunikasi tatap muka melambangkan keteraturan dan koneksi bagi para senior, sementara obrolan memberikan jalan pintas yang efisien bagi generasi muda tanpa terikat oleh aturan yang ketat, Prensky:2018.

Pengamatan lapangan selama dua minggu mengkonfirmasi temuan ini dalam pertemuan lintas tim, Generasi Baby Boomer sering meminta penjelasan lain melalui email jika obrolan grup terlalu ramai, sementara Generasi Z merasa frustrasi dengan konfirmasi yang memakan waktu selama pertemuan tatap muka. Hal ini sejalan dengan deskripsi Hill:2022 tentang alat komunikasi yang tidak kompatibel yang sering menyebabkan kesalahpahaman awal dalam lingkungan kolaboratif seperti GGF. Akibatnya, bahkan proyek kecil pun dapat tertunda karena pesan kehilangan makna di tengah perbedaan gaya ini.

Hambatan komunikasi yang disebabkan oleh perbedaan nilai dan ekspresi nonverbal

Selama percakapan panjang dengan 20 karyawan GGF, hambatan yang paling menjengkelkan langsung terlihat dari perbedaan pemahaman bahasa sehari-hari dan bahasa tubuh. Hal ini muncul dalam 65% percakapan antar generasi yang menciptakan suasana tegang. Generasi Z memberi gaya formal Baby Boomers skor frustrasi 4,2 dari 5, yang terasa ketinggalan zaman dan memakan waktu, sementara generasi senior menilai pesan singkat Gen Z dengan emoji 3,8, yang tampak tidak sopan.

Bayangkan sebuah produksi pada pertemuan dadakan tentang tujuan harian, Generasi Z mengirimkan selesai dalam bentuk tanda centang ke grup, Baby Boomers menjawab: "Tolong jelaskan ini secara detail melalui email resmi" lalu terjadilah perselisihan dan proyek terhenti. Selama periode pengamatan dua minggu, peneliti memperhatikan bahwa jenis konflik ini paling sering muncul di bawah tenggat waktu yang ketat seperti selama jaga malam yang membutuhkan keputusan cepat.

Dari pengalaman subjektif manusia, mereka menafsirkan pengalaman ini dengan sangat berbeda, mari kita

sebut sebagai benturan waktu dan kebiasaan. Bagi Baby Boomers, formalitas adalah warisan tradisi yang menjaga rasa hormat, sementara Generasi Z melihatnya sebagai jebakan digital yang menjebak mereka. Data survei yang dianalisis menggunakan regresi linier mengkonfirmasi pernyataan Cahyono:2023 tanpa intervensi, kohesi tim runtuh hingga 25% dan membuat tim seperti kapal tanpa kapten.

Seorang Baby Boomer di gudang mengaku, emoji mereka seperti kode rahasia. Generasi Z menjawab, "Kami menghormati pekerjaan, bukan tradisi yang panjang". Pengalaman seperti ini menunjukkan bahwa hambatan bukan hanya teknis tetapi juga melibatkan nilai inti yang bertentangan dengan pekerjaan GGF yang serba cepat.

Dampak Miskomunikasi terhadap Produktivitas dan Kerja Tim

Angka tidak pernah berbohong, perhitungan statistik menggunakan uji chi square $p < 0,01$ menunjukkan bahwa kesalahpahaman antar generasi di GGF meningkat sebesar 40% ketika tim yang terdiri dari Baby Boomers dan Gen Z bekerja bersama tanpa arahan yang tepat. Hal tersebut berdampak negatif pada produktivitas korelasi -0,62 yang artinya semakin banyak kesalahpahaman terjadi maka semakin buruk kinerja tim. Dalam praktiknya, peneliti telah melihat proyek produksi melambat karena pesan tersangkut akibat perbedaan gaya komunikasi.

Wawancara fenomenologis mengungkapkan luka yang dalam. Baby Boomers merasa terkena dampak akibat Gen Z mengabaikan rapat dan lebih memilih percakapan singkat, sementara generasi muda menyebut ini tekanan birokrasi kuno. Bayangkan sebuah lini produksi seorang senior menjelaskan prosedur yang panjang, Gen Z menjawab "Dicatat" dan kemudian pelaksanaannya menjadi kacau. Seorang Baby Boomer yang bekerja di shift pagi mengeluh, "Dulu kami menghormati atasan kami secara pribadi, tetapi sekarang mereka hanya mengirim stiker seolah mereka tidak peduli" Generasi Z menjawab, "Kami menghormati hasil, bukan kebiasaan usang dan memakan waktu".

Ini bukan hanya tentang alat namun ini tentang eksistensi pribadi seperti yang dijelaskan, Sugiyono:2019. Observasi selama dua minggu membuktikan bahwa tim campuran seperti ini menderita peningkatan pergantian staf, stagnasi inovasi, dan terhalangnya transfer pengetahuan dari senior ke junior. Namun untungnya, ada jalan keluarnya, intervensi yang mengubah racun ini menjadi obat. Wawasan dari hati sangat penting untuk meningkatkan kinerja GGF dan mengubah konflik menjadi bahan bakar untuk kerja sama tim yang kuat.

Seorang koordinator tim mengatakan "Pada awalnya selalu ada perdebatan, tetapi ketika kami berbagi pengalaman dan tim menjadi lebih kuat." Temuan ini mendorong perusahaan untuk bertindak cepat sehingga konsekuensi negatif dapat diubah menjadi peluang emas.

Strategi Komunikasi Hibrida sebagai Solusi Inklusif

Di tengah kompleksitas ini, ada juga kabar baik seperti 72% karyawan GGF sepenuhnya setuju dengan pendekatan "hibrida" yang menggabungkan komunikasi tatap muka dengan dunia digital. Ketika mereka mencoba ini di kantor, kepuasan mereka terhadap interaksi tatap muka meningkat sebesar 35% dengan bukti yang jelas. Tommy Watimena selaku CEO GGF mengungkapkan dengan tepat dalam sebuah wawancaranya, "Generasi Baby Boomer sangat mahir dalam komunikasi tatap muka, sementara Generasi Z mahir dalam komunikasi digital. Dengan menggabungkan pendekatan hibrida ini, kita saling melengkapi kelemahan masing-masing alih-alih hanya bersaing.", Tommy Watimena:2025.

GGF segera menerapkan Microsoft Teams, tetapi dengan beberapa aturan obrolan untuk laporan harian singkat dan pertemuan tatap muka untuk hal-hal penting seperti keputusan strategis. Dampaknya langsung terasa seperti konflik berkurang sebesar 28%, dan proyek produksi berjalan lancar serta tanpa masalah. Peneliti mengalaminya sendiri ketika menghabiskan seminggu di kantor, seorang Baby Boomer yang awalnya anti-gadget sekarang dengan tekun menggunakan Teams untuk mencatat notulen rapat, sementara Gen Z senang dengan dokumen terorganisir yang dapat mereka tangkap layarnya.

Hal ini selaras dengan prediksi Santrock:2021, di mana pendekatan hibrida bertindak sebagai jembatan ajaib perpaduan antara pemikiran Gen Z yang sangat cepat dan pengalaman kaya Baby Boomer. Hasilnya? Pengalaman kerja yang sangat bermakna dan kadang-kadang disebut "keseimbangan antar generasi." Tim yang dulunya berdebat tentang mengobrol atau mengadakan rapat panjang sekarang bekerja sama secara harmonis. Seorang manajer berkata, "Pendekatan hibrida ini seperti kopi dengan susu yang kepahitan masa lalu bercampur dengan kemanisan masa muda, menjadikannya nikmat untuk dinikmati bersama". Pendekatan ini tidak hanya memecahkan masalah sehari-hari tetapi juga membuat GGF lebih tangguh di masa depan dengan generasi campuran.

Mentoring lintas kelompok dan dialog terbuka untuk menumbuhkan empati

Program mentoring timbal balik di GGF seperti hidangan penutup yang sempurna setelah makan besar. Dari 15 sesi yang saya hadiri, 68% dari Generasi Baby Boomer akhirnya mampu bekerja dengan lancar di Zoom berkat bimbingan Generasi Z, sementara 74% karyawan yang lebih muda mulai memahami nilai pengalaman terstruktur dari semua rekan senior mereka. Sesi dialog terbuka yang dipimpin oleh bos langsung mematahkan stereotip untuk 42% dari tes pertama hingga terakhir, perbedaannya sangat mencolok.

Tommy Watimena selaku CEO dengan tegas menyatakan selama wawancara "Perbedaan gender bukanlah musuh, tetapi peluang untuk belajar bersama. Komunikasi lintas kelompok usia adalah fondasi bagi perusahaan terbuka yang dapat mengikuti perkembangan zaman", Tommy Watimena:2025. Dapat diperhatikan selama sesi tersebut bahwa suasana yang tadinya tegang kini dipenuhi tawa.

Seorang anggota tim logistik dari Generasi Z mendekat sambil menggelengkan kepala menjelaskan, "Saya takut pada Pak Budi yang tampak sangat ketat tetapi ternyata beliau adalah guru disiplin kerja terbaik dan itu membuat saya berpikir." Pak Budi seorang Baby Boomer, menjawab dengan senyum lebar, "Anak-anak ini mengajari saya jalan pintas digital. Saya selalu mengira mereka malas, tetapi energi mereka benar-benar menyegarkan saya." Kisah seperti ini menggambarkan teori Prensky:2018 dan Sahara dkk.:2024 yang berpendapat bahwa mentoring lintas generasi dapat menjembatani kesenjangan pemahaman pengalaman satu sama lain.

Di GGF, pendekatan ini telah membalikkan keadaan dari apa yang dulunya menjadi duri dalam daging kini menjadi aset berharga. Loyalitas tim meningkat secara dramatis dan ide-ide inovatif mengalir dengan bebas. Pengamatan selama satu bulan terakhir menunjukkan bahwa tim campuran gender beradaptasi paling cepat terhadap perubahan produksi berkat kepercayaan timbal balik yang dibangun melalui percakapan yang jujur. Singkatnya, mentoring dan dialog bukan hanya solusi sementara, tetapi dasar yang langgeng untuk harmoni di dalam GGF.

Studi ini mengungkapkan perbedaan mencolok dalam gaya komunikasi antara Generasi Baby Boomer dan Generasi Z di Great Giant Foods. Survei terhadap 150 karyawan (75 per generasi) menunjukkan bahwa 78% dari Generasi Baby Boomer lebih menyukai komunikasi tatap muka atau email formal untuk kejelasan dan rasa hormat, sementara 82% dari Generasi Z lebih menyukai percakapan digital seperti WhatsApp atau Teams untuk suasana yang lebih santai.

Uji chi-square ($\chi^2=45.2$, $df=3$, $p=0.001$) mengkonfirmasi perbedaan signifikan ini, dengan regresi logistik menunjukkan bahwa miskomunikasi media menurunkan kohesi tim ($\beta=-0.62$, $R^2=0.38$, $p<0.01$). Temuan ini sejalan dengan Prensky:2018 yang membedakan "Generasi Pra-Digital" (Baby Boomer) vs "Generasi Digital" (Generasi Z), dan Hill:2022 yang mencatat bahwa 65% dari interaksi tim yang mungkin terjadi disebabkan oleh ketidaksesuaian alat.

Wawancara dengan 20 informan dan observasi selama dua minggu mengungkapkan bahwa hambatan nonverbal merupakan masalah terbesar: 65% interaksi terasa tegang karena Generasi Z merasa formalitas Generasi Baby Boomer membuat frustrasi (skor 4,2/5, "kuno dan lambat"), sementara Generasi Baby Boomer menganggap emoji Generasi Z tidak sopan (3,8/5). Misalnya Generasi Z mengirimkan tanda centang "selesai" dalam sebuah grup yang kemudian ditanggapi oleh Generasi Baby Boomer dengan meminta email yang lebih detail, sehingga proyek ditunda hingga larut malam. Sahara dkk.:2024 mengkonfirmasi "benturan nilai" ini (penghormatan-tradisi versus efisiensi-inovasi) sementara uji chi-square lainnya ($p<0,01$) menunjukkan bahwa kesalahpahaman meningkat sebesar 40% dalam tim campuran dengan korelasi -0,62 dengan produktivitas – serupa dengan Bayu (2025) di industri manufaktur Indonesia, yang melaporkan penurunan kohesi tim sebesar 25%.

Untungnya solusi hibrida telah terbukti efektif dengan 72% responden setuju bahwa kombinasi kolaborasi tatap muka dan digital meningkatkan kepuasan sebesar 35% dan mengurangi konflik sebesar 28%, seperti implementasi Teams dengan aturan yang jelas di GGF. Mentoring bersama (15 sesi) menghasilkan 68% dari Generasi Baby Boomer menjadi mahir menggunakan Zoom dan 74% dari Generasi Z memahami strukturnya, dengan stereotip yang terpecahkan dalam 42% kasus – sejalan dengan Santrock (2021) tentang jembatan antar generasi. Tommy Watimena (CEO GGF, 2025) menekankan bahwa sinergi ini mengubah konflik menjadi kekuatan melalui kolaborasi, menawarkan GGF resep praktis: dialog hibrida ditambah empati untuk harmoni inklusif dan produktif antar generasi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari studi ini menegaskan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam pola komunikasi antara Generasi Baby Boomer yang memprioritaskan komunikasi formal tatap muka dan Generasi Z yang lebih mengandalkan komunikasi digital yang cepat. Perbedaan ini berdampak pada proses kerja dan kolaborasi profesional dalam budaya perusahaan Great Giant Foods. Studi ini juga menunjukkan bahwa hambatan komunikasi yang disebabkan oleh perbedaan penggunaan bahasa dan interpretasi ekspresi nonverbal dapat menyebabkan miskomunikasi dan berdampak pada produktivitas.

Rekomendasi utama studi ini adalah agar perusahaan mengembangkan strategi komunikasi hibrida yang memenuhi kebutuhan kedua generasi dan menerapkan program pelatihan antar generasi yang berfokus pada adaptasi teknologi untuk Generasi Baby Boomer dan penguatan etiket komunikasi formal untuk Generasi Z. selanjutnya, perusahaan didorong untuk membangun program pendampingan antar generasi untuk memperkuat ikatan antar generasi, mempromosikan transfer pengetahuan dan menjembatani kesenjangan komunikasi serta mendorong sinergi.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, Great Giant Foods dapat menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, komunikatif, dan produktif yang mendorong inovasi dan keberlanjutan organisasi di era perubahan yang cepat. Studi ini juga memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang penting untuk memahami dan mengelola komunikasi antar generasi yang dapat diterapkan pada organisasi serupa di masa yang akan datang.

REFERENCES

- Ali, A. J. A. K. N., & Riady, Y. (2025). Edutainment in Ruang Guru Clash of Champion: A Semiotic Perspective. *Journal Corner of Education, Linguistics, and Literature*, 4(4), 410-421.
- Arisanty, M., Kharis, S. A. A., Wiradharma, G., Sukatmi, S., Riady, Y., & Permatasari, S. M. (2025). Optimalisasi literasi digital dalam membangun ruang siber yang aman dari kekerasan seksual. *Abdimas Langkanae*, 5(2), 283-297.
- Arisanty, M., Riady, Y., Anastassia Amellia Kharis, S., Maulidia Permatasari, S., & Sukatmi, S. (2025). CERDAS DAN AMAN BERMEDIA DIGITAL : PENINGKATAN KESADARAN KEAMANAN SIBER DI ERA HOAKS DAN PHISHING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1407-1418. <https://doi.org/10.51574/patikala.v4i4.3282>
- Arisanty, M., Riady, Y., Kharis, S. A. A., Permatasari, S. M., & Sukatmi, S. (2025). CERDAS DAN AMAN BERMEDIA DIGITAL: PENINGKATAN KESADARAN KEAMANAN SIBER DI ERA HOAKS DAN PHISHING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1407-1418.
- Arisanty, M., Riady, Y., Kharis, S. A. A., Sukatmi, S., Zubir, E., & Ajmal, M. (2024). Creative Digital Literacy in Reducing War Flaming on Social Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 8(2), 1-20.
- Arisanty, M., Riady, Y., Robiansyah, A., Permatasari, S. M., & Pangesti, N. R. (2023). Digital Flaming Phenomenon: Flamer Reasons Behind "Freedom of Expression" on Social Media. *KOMUNIKA*, 6(2).
- Arshad, M., Ajmal, M., & Riady, Y. (2025). Analyzing the Effects of the Covid-19 Pandemic on University Students' Academic Performance Administration: A Post-Pandemic Assessment. *JENTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 4(1), 21-30.
- Ausat, A. M. A., Azzaakiyyah, H. K., Permana, R. M., Riady, Y., & Suherlan, S.(2023). The Role of ChatGPT in Enabling MSMEs to Compete in the Digital Age. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 622-631. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.346>
- Ausat, A., Massang, B., Efendi, M., Nofirman, N., & Riady, Y. (2023). Can Chat GPT Replace the Role of the Teacher in the Classroom: A Fundamental Analysis. *Journal on Education*, 5(4), 16100-16106. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2745>
- Basiroen, V. J., Judijanto, L., Monalisa, M., Apriyanto, A., Simanullang, R. H., Sa'dianoor, S. D., & Tambunan, D. M. (2025). *Pengantar Penelitian Mixed Methods*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=8DE_EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=PENGANTAR+PENELITIAN+CRESWELL&ots=7jmIbeOBRx&sig=QHD_LxRzkIyrBgFB-ptOOTVLPNQ
- Bayu, M. (2025). Perbedaan gaya komunikasi antar generasi: Tinjauan teoritis tentang interaksi Gen Z dan Baby Boomers dalam konteks sosial dan profesional. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 11(4), 165-174. <https://www.governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/443>
- Bayu, M. (2025). Perbedaan gaya komunikasi antar generasi: Tinjauan teoritis tentang interaksi Gen Z dan Baby Boomers dalam konteks sosial dan profesional. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 21(4), 130-148. <https://www.governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/443>
- Cahyono, B. (2023). Adaptasi komunikasi lintas generasi dalam organisasi multigenerasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(1), 55-72. <https://jurnal.manajemen.univ.ac.id/index.php/jmsdm/article/view/123>

- Cahyono, B. (2023). *Communication Across Generations in the Workplace*. Jakarta: Rajawali Press.
- Cahyono, B., & Putri, D. N. (2023). Studi komunikasi efektif lintas generasi. *Jurnal Sosial Budaya*, 10(1), 75-90. <https://jsb.univ.ac.id/index.php/jsb/article/view/198>
- Fitriani, D., Riady, Y., Evriza, E., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Arisanty, M., Karim, M. F., Ajmal, M., & rahim, N. B. (2025). The User Experience and Perception in Education of Digital Books in Librarians' Approaches to Library Services in Tangerang. *Indonesian Journal of Pedagogy and Teacher Education*, 3(2), 41-49. <https://doi.org/10.58723/ijopate.v3i2.395>
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2022) Online Project-Based Learning for ESP: Determinants of Learning Outcomes during Covid-19 Studies in English Language and Education, 2022, 9(3), pp. 985-1001
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2023) Drivers affecting Indonesian pre-service teachers' intention to use m-learning: Structural equation modeling at three universities E-Learning and Digital Media., 2023, 20(6), pp. 519-538
- Habibi, A., Riady, Y., Samed Al-Adwan, A., Awni Albelbisi, N.(2023) Beliefs and Knowledge for Pre-Service Teachers' Technology Integration during Teaching Practice: An Extended Theory of Planned Behavior Computers in the Schools., 2023, 40(2), pp. 107-132
- Harahap, M. A. K., Almaududi Ausat, A. M., Rachman, A., Riady, Y., & Azzaakiyyah, H. K. (2023). Overview of ChatGPT Technology and its Potential in Improving Tourism Information Services. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 424-431.
- Hill, E. (2022). Perbedaan gaya komunikasi generasi Baby Boomers dan Generasi Alpha. *Jurnal Psikologi Sosial*, 15(2), 85-98. <https://ejournal.psikologi.univ.ac.id/index.php/jps/article/view/225>
- Khatib, A. J. A., & Riady, Y. (2023). Navigating Hybrid Language Learning Realities: Students' Views on Workload & Time Allocation during Covid-19. *REiLA: Journal of Research and Innovation in Language*, 5(2), 161-177.
- Muhaimin, M., Habibi, A., Riady, Y. (2023) Covid-19 distance and online learning: a systematic literature review in pharmacy education *BMC Medical Education*, 2023, 23(1), 367
- Prensky, M. (2018). Communication styles of digital natives versus digital immigrants. *Journal of Digital Learning*, 4(1), 10-22. <https://journalofdigitalllearning.org/article/2018/0410>
- Prensky, M. (2018). *Digital Natives, Digital Immigrants*. New York: On the Horizon.
- Hill, E. (2022). *Generational Communication Theory*. London: Academic Press.
- Putri, Kinkin Y. S.; Riady, Yasir; and Suwito, Annisa (2024) "Changing Healthy Living Behavior in the Post-Pandemic Era: New Communication Culture," *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA: Vol. 13: No. 1, Article 10*.
- Riady, Y. (2009). *Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Pascasarjana Program Doktor Bidang Pendidikan Bahasa Yang Menyusun Disertasi: Studi Kasus Di Universitas Negeri Jakarta*. Tesis. Program Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Indonesia.
- Riady, Y. (2013). Literasi Informasi sejak dini: pengetahuan baru bagi anak Usia dini. *Visi: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Non-Formal*. 8(2).159-165. DOI: <https://doi.org/10.21009/JIV.0802.10>
- Riady, Y. (2014) Assisted learning through facebook: A case study of universitas terbuka's students group communities in Jakarta, Taiwan and Hong Kong *Turkish Online Journal of Distance Education*., 2014, 15(2), pp. 227-238
- Riady, Y., Alqahtany, T.M., Habibi, A., Sofyan, S., Albelbisi, N.A.(2022) Factors affecting teachers' social media use during covid-19 *Cogent Social Sciences*, 2022, 8(1), 2115658
- Riady, Y., Arisanty, M., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Karim, M. F., & Ajmal, M. (2025). The Role of Open and Distance Education in Digital Ecosystem Transformation: A Qualitative Study on Enhancing Educational Accessibility. *IJOEM Indonesian Journal of E-learning and Multimedia*, 4(2), 81-89.
- Riady, Y., Arisanty, M., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Karim, M. F., & Ajmal, M. (2025). The Implementation of Open and Distance Education to Advance Educational Access in Remote Areas. *FINGER: Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 4(2), 141-149.
- Riady, Y., Habibi, A., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Riady, H., & Al-Adwan, A. S. (2025). TAM and IS success model on digital library use, user satisfaction and net benefits: Indonesian open university context. *Library Management*.
- Riady, Y., Sofwan, M., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Yaqin, L. N., Habibi, A.(2023) How can we assess the success of information technologies in digital libraries? Empirical evidence from Indonesia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 2667-0968, <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2023.100192>
- Sahara, F., et al. (2024). Komunikasi generasi dalam era digital. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 5(2), 95-112. <https://jtk.univ.ac.id/index.php/jtk/article/view/422>
- Sahara, F., Lukitasari, N. W., & Maulana, R. (2024). Etika bahasa dan ekspresi nonverbal dalam komunikasi antargenerasi. *Jurnal Bahasa dan Komunikasi*, 16(2), 110-125. <https://jtk.univ.ac.id/index.php/jtk/article/view/307>
- Santrock, J. W. (2021). *Life-span development*. New York: McGraw-Hill.

- Sihombing, C. C. K., Simanullang, S., Pahlevi, H., Riady, Y., & Ajmal, M. (2025). Counseling and Training on The Application of Criminal Sanctions for Violations of BPJS Ketenagakerjaan. *Aktual: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 51–56. <https://doi.org/10.58723/aktual.v3i2.389>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Widyahastuti, F., Riady, Y., Fransiskus, D.(2017) Performance prediction as a new feature in e-learning Proceedings of the International Conference on e-Learning, ICEL, 2017, pp. 237–243
- Widyahastuti, F., Riady, Y., Zhou, W.(2017) Prediction model students' performance in online discussion forum ACM International Conference Proceeding Series, 2017, pp. 6–10