

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MANAJEMEN STRATEGI BAGI GEN Z

Siti Almukiani¹, Wahyu Hidayah², Hikmatul Fadilah³, Nur Rahmawati⁴, Noni Julianingsih⁵,
Agustina Mutia⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email: almukianisiti@gmail.com¹, hidayahwahyu@gmail.com², hikmatulf782@gmail.com³,
watinurrahma6@gmail.com⁴, nonijulianingsih2@gmail.com⁵, agustinamutia69@uinjambi.ac.id⁶

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has had a significant impact on various aspects of life, including the field of strategic management. Generation Z, as the generation born and raised in the digital era, possesses high proficiency in utilizing various technological devices and platforms in both daily life and managerial activities. This study aims to examine how the utilization of digital technology can support the strategic management process by Generation Z, as well as to identify the challenges they face, particularly related to digital dependency and distraction. The method used in this research is a literature review by analyzing various relevant sources to provide conceptual and theoretical understanding regarding the integration of digital technology in strategic management practices. The results of the study show that Generation Z utilizes digital technologies such as big data analytics, artificial intelligence (AI), cloud computing, and social media to accelerate the process of decision-making, planning, implementation, and evaluation of business strategies. However, behind these technological adaptation advantages, Generation Z also faces risks such as digital distraction, information overload, digital anxiety, and a gap in digital skills among individuals. Therefore, it is necessary to develop digital literacy, time management, and a balance between online and offline activities to maximize the potential of digital technology in optimally supporting strategic management. This research is expected to serve as a reference for the development of more adaptive, innovative, and sustainable digital technology-based business strategies in the future.

Keywords: Generation Z, Digital Technology, Strategic Management.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah memberikan dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang manajemen strategi. Generasi Z sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era digital, memiliki kecakapan tinggi dalam memanfaatkan berbagai perangkat dan platform teknologi dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan manajerial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan teknologi digital dapat menunjang proses manajemen strategi oleh Generasi Z, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, terutama terkait ketergantungan dan distraksi digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dengan menelaah berbagai sumber literatur

yang relevan untuk memberikan pemahaman konseptual dan teoritis mengenai integrasi teknologi digital dalam praktik manajemen strategi. Hasil kajian menunjukkan bahwa Generasi Z memanfaatkan teknologi digital seperti big data analytics, artificial intelligence (AI), cloud computing, dan media sosial untuk mempercepat proses pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi strategi bisnis. Namun, di balik keunggulan adaptasi teknologi tersebut, Generasi Z juga menghadapi risiko distraksi digital, overload informasi, kecemasan digital, serta kesenjangan keterampilan digital antar individu. Oleh karena itu, dibutuhkan pengembangan literasi digital, manajemen waktu, serta keseimbangan antara dunia daring dan luring guna memaksimalkan potensi teknologi digital dalam mendukung manajemen strategi secara optimal. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk pengembangan strategi bisnis berbasis teknologi digital yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan di masa depan.

Kata Kunci: Generasi Z, Teknologi Digital, Manajemen Strategi.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era sekarang telah membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan. Transformasi ini tidak hanya terjadi secara lokal, tetapi juga berdampak pada berbagai sektor di seluruh dunia, termasuk pendidikan, ekonomi, sosial, hingga manajemen. Perubahan pada perkembangan teknologi digital ini di tandai adanya kemampuan komputasional yang luar biasa dan dapat meningkatkan potensi efisiensi, efektivitas, dan meningkatnya pemanfaatan teknologi yang baik bagi individu ataupun kelompok. Perkembangan teknologi digital ini juga secara pesat membawa perubahan dalam konteks khususnya bidang manajemen strategi. Dalam bidang manajemen strategi, teknologi digital telah memberikan peluang besar bagi generasi – Z.¹

Generasi – Z merupakan generasi yang hidup berdampingan dengan kemajuan teknologi yang berkembang dengan sangat

pesat. Generasi ini kerap disebut sebagai digital negative, karena terbiasa menggunakan media sosial dan platform daring. Selain itu, mereka juga dikenal sebagai kelompok yang memiliki kemampuan tinggi dalam beradaptasi dengan dunia digital. sebagaimana diketahui, teknologi mencakup segala hal yang berfungsi sebagai alat untuk mendukung keberlangsungan hidup manusia. Generasi – Z lahir pada masa Ketika teknologi sedang berkembang, dengan perangkat digital yang mudah di jangkau dan di akses, oleh karena itu, generasi ini memiliki pengetahuan yang baik tentang teknologi digital. dimana mereka dengan cepat mempelajari dan menguasai penggunaan perangkat digital untuk berbagai banyak hal, contohnya dengan kemajuan teknologi ini memberikan dampak yang signifikan bagi generasi – Z dengan membawa pendekatan yang lebih dinamis terhadap implementasi dan perencanaan strategi manajemen.²

¹ Nasywa Naifah Hilman and others, 'Peran Serta Aksi Gen-Z Dalam Era Serba Teknologi', *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu*

Komunikasi, 3.2 (2025), 182–89 <<https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2596>>.

² Oktavia Ramadhani, *Generasi Z Dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z Di Era Digital*,

Dalam konteks manajemen strategi, pemanfaatan teknologi digital oleh Generasi Z menciptakan paradigma baru dalam pengambilan keputusan, perencanaan, dan pelaksanaan strategi. Generasi ini cenderung memanfaatkan berbagai tools digital seperti big data analytics, artificial intelligence (AI), hingga cloud computing dalam menyusun strategi yang lebih responsif dan adaptif terhadap perubahan pasar yang cepat. Mereka tidak hanya melihat teknologi sebagai alat bantu, tetapi sebagai bagian integral dari proses manajerial. Hal ini memungkinkan mereka untuk melakukan analisis data secara real-time, membuat prediksi yang lebih akurat, serta mengelola risiko dengan lebih efektif. Selain itu, kolaborasi daring juga menjadi kekuatan utama, di mana mereka dapat bekerja dalam tim lintas wilayah geografis melalui platform digital, sehingga mempercepat proses inovasi dan pengambilan keputusan.³

Pemanfaatan media sosial dan platform komunikasi digital juga berperan penting dalam strategi pemasaran dan pengembangan merek. Generasi Z memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun jejaring profesional, mengamati tren pasar, hingga menciptakan kampanye strategis yang lebih terukur dan tepat sasaran. Mereka cenderung mengutamakan pendekatan berbasis data dan insight yang diambil dari perilaku

konsumen daring untuk menyusun strategi yang relevan dan kompetitif.

Lebih lanjut, kemampuan Generasi Z dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam setiap aspek manajemen memberikan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Mereka mampu menciptakan model bisnis baru yang lebih fleksibel dan inovatif, serta menyesuaikan diri dengan perubahan pasar secara cepat. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen strategi bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga merupakan keunggulan strategis bagi Generasi Z dalam menghadapi tantangan global.⁴

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap kehidupan global di berbagai bidang, termasuk dalam aspek manajemen strategi. Generasi Z, sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah arus teknologi yang berkembang, memiliki kemampuan tinggi dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan perangkat digital. Mereka menjadikan teknologi bukan sekadar alat bantu, melainkan sebagai bagian penting dari proses perencanaan, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan strategi manajerial.

Namun, di balik keunggulan adaptasi digital tersebut, muncul pula tantangan yang signifikan. Ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi digital kerap kali

Jurnal: <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>, Vol.3, No.1, (2025), hal - 323

³ Tiara Rua Moulina and others, 'Peran Pola Komunikasi Dalam Human Relations Mahasiswa Terhadap Toxic Relationship', 1, 2024, 13–24 <<https://doi.org/10.62383/kajian.v1i4.55>>.

⁴ Mishelia Kartika Puspitasari and Muhammad Reihan Manalu, 'Strategi Komunikasi Korporasi PT Mayora Indah Tbk Dalam Upaya Membangun Citra Positif', *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 3.2 (2025), 83–91 <<https://doi.org/10.59246/aladalah.v3i2.1236>>.

membuat Generasi Z terjebak dalam distraksi digital yang sulit dikendalikan. Keberadaan media sosial, aplikasi daring, dan berbagai platform hiburan lainnya berpotensi menimbulkan gangguan dalam produktivitas, fokus kerja, hingga perencanaan strategis jangka panjang. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana kemampuan Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi secara optimal tanpa terjebak dalam ketergantungan yang merugikan.

Selain itu, kemampuan Generasi Z dalam menggunakan tools digital seperti big data analytics, artificial intelligence (AI), dan cloud computing memang membuka peluang besar dalam strategi bisnis yang lebih efektif dan inovatif. Akan tetapi, di sisi lain, tidak semua individu dalam generasi ini mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi tersebut secara seimbang. Sebagian besar dari mereka masih berhadapan dengan persoalan overload informasi, kecemasan digital (digital anxiety), bahkan burnout akibat interaksi teknologi yang berlebihan. Hal ini berdampak langsung terhadap kemampuan mereka dalam merancang strategi manajemen yang tepat, terukur, dan berkelanjutan di tengah perubahan pasar yang cepat.

Ketergantungan terhadap media sosial juga menjadi sorotan penting. Media sosial, yang semula digunakan sebagai alat komunikasi dan promosi strategis, dalam beberapa kasus justru menjadi sumber tekanan psikologis akibat budaya perbandingan diri (social comparison) dan ekspektasi pencitraan diri (self-branding) yang berlebihan. Dampak ini dapat

mempengaruhi ketahanan mental serta kemampuan berpikir kritis dan inovatif yang seharusnya menjadi keunggulan utama Generasi Z dalam menyusun strategi bisnis.

Permasalahan lainnya adalah ketimpangan keterampilan digital di antara anggota Generasi Z itu sendiri. Meskipun secara umum mereka dianggap sebagai digital native, namun tingkat penguasaan dan pemanfaatan teknologi canggih untuk kepentingan manajerial masih bervariasi. Tidak semua individu Generasi Z memiliki literasi data, kemampuan analisis big data, ataupun pemahaman tentang AI dan cloud computing secara mendalam. Hal ini dapat menghambat penerapan strategi manajemen digital yang efektif dan menyebabkan ketergantungan pada informasi dangkal yang tersebar di media sosial, bukan pada data yang valid dan relevan untuk pengambilan keputusan strategis.

Dengan demikian, di tengah potensi besar yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi digital, Generasi Z masih menghadapi sejumlah permasalahan mendasar terkait dengan ketergantungan dan distraksi digital, pengelolaan informasi, tekanan sosial di media daring, serta kesenjangan kemampuan teknologi dalam pengelolaan manajemen strategi. Permasalahan ini menjadi tantangan penting yang perlu dipecahkan agar Generasi Z mampu memaksimalkan keunggulan digital mereka secara produktif, seimbang, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka (literature review) sebagai pendekatan utama untuk mengkaji

pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen strategi oleh Generasi Z. Metode ini dilakukan dengan menelaah berbagai sumber ilmiah, artikel jurnal, buku, laporan penelitian, serta dokumen relevan lainnya yang membahas tentang teknologi digital, manajemen strategi, dan karakteristik Generasi Z. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman konseptual dan teoritis secara mendalam mengenai topik yang diteliti, tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung.⁵

Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang relevan dengan topik. Proses pencarian dilakukan melalui basis data akademik seperti Google Scholar, ResearchGate, dan ProQuest dengan kata kunci seperti “digital technology”, “strategic management”, “Generation Z”, dan “digital transformation”. Kriteria inklusi meliputi literatur yang diterbitkan dalam sepuluh tahun terakhir untuk menjaga relevansi dan kekinian informasi.

Selanjutnya, literatur yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi tema-tema utama, teori yang mendasari, serta temuan-temuan yang berhubungan dengan pemanfaatan teknologi digital oleh Generasi Z dalam konteks manajemen strategi. Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk menguraikan hubungan antara

perkembangan teknologi digital dan strategi manajemen yang diterapkan oleh generasi tersebut.

Dengan metode ini, penelitian bertujuan untuk menyusun pemahaman teoretis yang kuat mengenai bagaimana Generasi Z memanfaatkan teknologi digital dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi bisnis atau organisasi. Hasil dari tinjauan pustaka ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Adaptasi Digital dalam Pengambilan Keputusan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam proses pengambilan keputusan di dunia manajemen. Adaptasi terhadap teknologi digital menjadi hal yang sangat penting, terutama bagi generasi muda seperti Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di era serba digital. Generasi ini memiliki karakteristik unik, yakni kemampuan tinggi dalam memahami, mengakses, dan memanfaatkan berbagai perangkat digital. Dalam konteks manajemen strategi, kemampuan ini memberikan keuntungan besar, terutama dalam mempercepat dan memperbaiki kualitas pengambilan keputusan.⁶

⁵ Elok Kemala Motik and others, ‘Pengaruh Komunikasi Efektif Dalam Human Relation Terhadap Kinerja Karyawan Serta Pembentukan Lingkungan Kerja Yang Positif Dan Produktif’, *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 68–79 <<https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.451>>.

⁶ April Laksana and others, ‘Peran Komunikasi Asertif Dalam Hubungan Kerja Yang Positif Dan Produktif’, *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 60–67 <<https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.448>>.

Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan informasi yang akurat, cepat, dan relevan. Teknologi digital memungkinkan akses terhadap data secara real-time, sehingga keputusan yang diambil dapat disesuaikan dengan kondisi dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Misalnya, melalui teknologi big data dan artificial intelligence (AI), Generasi Z dapat menganalisis pola, tren, dan perilaku konsumen dengan lebih cepat dan akurat. Dengan begitu, keputusan yang dibuat bukan hanya berdasarkan intuisi atau pengalaman semata, melainkan juga didasarkan pada bukti data yang kuat dan mendalam.

Selain itu, adaptasi digital juga mencakup penggunaan berbagai platform digital yang mendukung proses pengambilan keputusan, seperti perangkat lunak manajemen proyek, aplikasi analitik, hingga sistem informasi manajemen. Generasi Z cenderung nyaman menggunakan tools digital ini untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, dan membagikan informasi secara kolaboratif. Penggunaan platform digital ini juga memungkinkan terciptanya transparansi dan akuntabilitas dalam setiap proses pengambilan keputusan.

Dalam organisasi modern, keputusan tidak lagi diambil secara hierarkis dan lambat, melainkan bersifat lebih partisipatif dan cepat. Teknologi digital mendukung pola ini dengan memungkinkan komunikasi lintas tim dan divisi secara real-time. Generasi Z, yang terbiasa dengan kecepatan dan fleksibilitas komunikasi digital, dapat memanfaatkan hal ini untuk mempercepat proses diskusi, evaluasi, dan penyusunan

alternatif keputusan. Bahkan, dalam banyak kasus, mereka mampu melakukan simulasi skenario atau prediksi hasil keputusan menggunakan perangkat lunak berbasis AI atau machine learning.

Namun, adaptasi terhadap teknologi digital juga memerlukan pemahaman yang baik tentang etika penggunaan data, keamanan informasi, dan kemampuan berpikir kritis. Generasi Z dituntut untuk tidak hanya mahir dalam menggunakan teknologi, tetapi juga bijak dalam menganalisis data serta mempertimbangkan dampak sosial dan etis dari setiap keputusan yang dibuat. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan digital yang holistik menjadi penting untuk memastikan bahwa adaptasi teknologi digital benar-benar memberikan manfaat maksimal dalam proses pengambilan keputusan strategis.

B. Inovasi Strategis Melalui Teknologi Digital

Inovasi strategis merupakan suatu pendekatan dalam manajemen yang bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui penciptaan nilai baru, pemikiran kreatif, serta pemanfaatan teknologi untuk menjawab tantangan pasar. Di era digital saat ini, inovasi strategis mengalami transformasi yang signifikan dengan hadirnya teknologi digital. Teknologi tidak hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam menciptakan strategi yang lebih adaptif, efisien, dan inovatif. Bagi Generasi Z yang tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, hal ini menjadi peluang besar untuk berperan aktif dalam

pengembangan strategi organisasi maupun pribadi.⁷

Teknologi digital memungkinkan terjadinya akselerasi dalam proses inovasi melalui berbagai platform dan perangkat yang mendukung kreativitas serta kolaborasi. Salah satu contohnya adalah pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning (ML) dalam menganalisis data konsumen, tren pasar, serta perilaku kompetitor. Dengan informasi yang diolah secara real-time, generasi Z dapat merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran dan berbasis data. Keputusan strategis tidak lagi diambil berdasarkan intuisi semata, melainkan pada informasi konkret dan akurat yang diperoleh dari pemrosesan data digital.

Selain itu, teknologi digital juga memfasilitasi munculnya model bisnis baru seperti platform berbasis langganan, e-commerce, dan sistem layanan berbasis aplikasi. Generasi Z, dengan kemampuannya yang tinggi dalam menjelajahi dunia digital, mampu menciptakan dan mengembangkan model bisnis yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini. Mereka memanfaatkan media sosial sebagai wadah pemasaran strategis, membangun merek pribadi, serta menciptakan pendekatan komunikasi yang lebih personal dan interaktif. Semua ini merupakan bentuk nyata dari inovasi strategis yang lahir dari pemanfaatan teknologi digital.

Kolaborasi digital juga menjadi bagian penting dalam inovasi strategis. Dengan berbagai platform seperti Google Workspace, Microsoft Teams, Slack, dan lainnya, generasi Z dapat bekerja sama lintas wilayah, waktu, bahkan negara tanpa hambatan berarti. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan strategi yang lebih kaya perspektif dan inovatif karena melibatkan lebih banyak pihak yang beragam. Kecepatan pertukaran informasi dan fleksibilitas kerja yang ditawarkan teknologi digital memperkuat efektivitas strategi yang dijalankan.

Lebih jauh, teknologi digital mendorong budaya inovatif dalam organisasi. Generasi Z dikenal sebagai individu yang kritis, kreatif, dan tidak takut mencoba hal-hal baru. Dengan memanfaatkan teknologi, mereka mampu membawa ide-ide segar yang mendukung perubahan strategis secara berkelanjutan. Inovasi tidak lagi menjadi aktivitas yang eksklusif bagi divisi tertentu, tetapi menjadi tanggung jawab bersama yang dapat dilakukan siapa saja dengan bantuan teknologi.⁸

C. Optimalisasi Data untuk Manajemen Efektif

Optimalisasi data untuk manajemen efektif merupakan salah satu aspek penting dalam pemanfaatan teknologi digital, terutama bagi Generasi Z yang sangat terbiasa dengan penggunaan teknologi

⁷ Intan Nabila Azhar And April Laksana, Strategi Komunikasi Korporat Membangun LoyalitasK', *Media Dan Komunikasi*, 01 (2025), 72–75.

⁸ Dewi Ilma Agustin and others, 'Strategi Pemasaran Guardian Ramayana Kota Serang Dalam

Meningkatkan Penjualan Produk Wardah', *Jurnal Mahasiswa*, 6.1 (2024), 45–54 <<https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i1.818>>.

canggih. Dalam konteks manajemen strategi, data bukan hanya sekadar kumpulan angka atau informasi, melainkan sumber daya strategis yang dapat memberikan wawasan mendalam untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat dan efisien.

Generasi Z memiliki keunggulan dalam mengakses dan mengolah data secara cepat dan akurat. Mereka terbiasa dengan berbagai aplikasi dan platform digital yang mampu mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis data dalam jumlah besar (big data). Penggunaan teknologi seperti data analytics, machine learning, dan artificial intelligence (AI) memungkinkan mereka untuk mengekstrak pola dan tren dari data tersebut yang sebelumnya sulit teridentifikasi secara manual. Dengan cara ini, mereka dapat memperoleh informasi yang relevan dan berguna untuk merumuskan strategi bisnis yang efektif dan responsif terhadap perubahan pasar.⁹

Salah satu bentuk optimalisasi data adalah kemampuan dalam melakukan analisis prediktif. Melalui analisis ini, manajer muda dari Generasi Z dapat memproyeksikan kemungkinan tren pasar, perilaku konsumen, serta potensi risiko yang mungkin muncul. Dengan data yang teroptimasi, strategi yang disusun tidak hanya berdasarkan intuisi atau pengalaman semata, melainkan didukung oleh bukti empiris yang kuat. Hal ini meningkatkan kemungkinan keberhasilan dalam implementasi strategi serta meminimalkan

kesalahan yang berpotensi merugikan organisasi.

Optimalisasi data juga berarti memperbaiki kualitas dan akurasi data yang digunakan. Generasi Z menyadari bahwa data yang tidak valid atau tidak lengkap dapat menyesatkan proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, mereka cenderung menggunakan teknologi untuk membersihkan data, menghilangkan duplikasi, serta memperbaharui informasi secara berkala. Data yang berkualitas tinggi ini menjadi fondasi utama bagi manajemen yang efektif dan efisien.

Selain itu, pemanfaatan data dalam manajemen efektif juga berkaitan dengan kemampuan untuk mengintegrasikan data dari berbagai sumber. Generasi Z mampu menggabungkan data internal perusahaan dengan data eksternal seperti tren industri, data pasar global, dan feedback pelanggan dari media sosial. Integrasi data ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan menyeluruh, sehingga strategi yang dihasilkan mampu menjawab kebutuhan pasar dan menghadapi persaingan dengan lebih baik.

Teknologi digital juga memudahkan penyebaran informasi dan data secara real-time ke seluruh anggota tim manajemen. Generasi Z menggunakan dashboard digital, aplikasi manajemen proyek, dan sistem komunikasi yang terintegrasi untuk memastikan bahwa setiap keputusan didasarkan pada data terkini dan dapat segera direspons. Hal ini mendukung pengambilan keputusan yang cepat dan tepat

⁹ Dhiyandra Prasetya Gusti and others, 'Peran Human Relations Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Inklusif', *Studi Administrasi Publik Dan*

Ilmu Komunikasi, 1.4 (2024), 36–43
<<https://doi.org/10.62383/studi.v1i4.51>>.

sasaran dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis.

Di sisi lain, optimalisasi data juga menuntut kesadaran akan aspek keamanan dan privasi data. Generasi Z perlu memastikan bahwa pengelolaan data dilakukan dengan mematuhi regulasi yang berlaku serta menjaga kerahasiaan informasi penting perusahaan dan pelanggan. Penggunaan teknologi enkripsi dan sistem keamanan siber menjadi bagian dari strategi pengelolaan data yang efektif.

Optimalisasi data untuk manajemen efektif adalah sebuah proses yang melibatkan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyebaran data secara tepat guna dan akurat. Bagi Generasi Z, kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam mengelola data ini menjadi keunggulan strategis yang sangat berharga. Dengan data yang optimal, mereka dapat merancang strategi manajemen yang lebih responsif, inovatif, dan kompetitif di tengah cepatnya perubahan dunia bisnis saat ini.¹⁰

D. Kolaborasi Virtual dalam Tim Strategis

Kolaborasi virtual dalam tim strategis merupakan salah satu aspek penting yang semakin berkembang seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi digital, khususnya bagi Generasi Z yang sangat akrab dengan berbagai platform digital dan komunikasi daring. Kolaborasi virtual mengacu pada proses kerja sama antara

anggota tim yang terpisah secara geografis namun tetap dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan menyelesaikan tugas bersama secara efektif menggunakan teknologi digital.¹¹

Dalam konteks manajemen strategi, kolaborasi virtual memungkinkan tim strategis untuk berkomunikasi secara real-time tanpa harus berada dalam satu lokasi fisik yang sama. Hal ini menjadi sangat krusial mengingat dinamika bisnis saat ini yang menuntut respon cepat dan fleksibilitas tinggi. Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi digital secara alami menguasai berbagai aplikasi komunikasi dan kolaborasi seperti video conference, chat group, project management tools, hingga cloud storage yang memudahkan koordinasi tugas dan pengelolaan dokumen bersama.

Salah satu keuntungan utama dari kolaborasi virtual adalah efisiensi waktu dan biaya. Dengan memanfaatkan teknologi seperti Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, dan platform kolaborasi lainnya, tim strategis dapat mengadakan rapat kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengeluarkan biaya perjalanan atau menunggu waktu yang lama untuk berkumpul. Ini sangat menguntungkan dalam situasi globalisasi bisnis di mana anggota tim mungkin tersebar di berbagai kota atau bahkan negara.

¹⁰Zahrah Mahfudzah Firdaus, Galuh Febriyanti, and April Laksana, 'Peran Komunikasi Asertif Dalam Hubungan Kerja Yang Positif Dan Produktif', (*Education And Social Science Journal*), 1.2 (2024) <<https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>>.

¹¹ Muhammad Adnan Faidh and others, 'Peran Media Sosial X Dalam Perkembangan Komunikasi Di Era Digital', *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 43–51 <<https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>>.

Selain itu, kolaborasi virtual mendukung pengumpulan dan pengolahan data yang lebih cepat dan terintegrasi. Dalam proses perencanaan strategi, tim bisa langsung mengakses data dan dokumen yang diperlukan melalui cloud, serta memberikan feedback secara real-time. Hal ini mempercepat proses pengambilan keputusan dan meminimalisir kesalahan komunikasi yang sering terjadi dalam komunikasi tradisional. Dengan begitu, strategi yang disusun pun menjadi lebih akurat dan relevan dengan kondisi pasar yang terus berubah.

Generasi Z juga memanfaatkan kolaborasi virtual untuk mengembangkan ide-ide kreatif secara bersama-sama. Fitur-fitur seperti brainstorming digital, whiteboard online, dan dokumen bersama memungkinkan anggota tim berkontribusi ide tanpa harus menunggu giliran secara fisik, sehingga proses inovasi berjalan lebih lancar dan inklusif. Pendekatan ini mendukung terciptanya strategi yang inovatif dan berorientasi pada solusi, yang penting untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat.

Namun, kolaborasi virtual juga menghadirkan tantangan, seperti kurangnya interaksi tatap muka yang bisa mempengaruhi kedekatan emosional dan pemahaman antar anggota tim. Untuk itu, manajemen strategis perlu memastikan adanya komunikasi yang terbuka dan penggunaan teknologi yang tepat agar kolaborasi tetap produktif dan harmonis. Pelatihan dan budaya kerja yang

mendukung juga diperlukan untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan bekerja secara daring.

E. Media Sosial sebagai Alat Strategi

Media sosial sebagai alat strategi telah menjadi salah satu aspek terpenting dalam manajemen strategi khususnya bagi generasi Z yang sangat familiar dengan platform digital. Generasi Z, yang tumbuh dengan akses mudah ke internet dan berbagai aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan LinkedIn, memanfaatkan media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan atau komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam dunia bisnis dan manajemen.¹²

Media sosial memberikan peluang besar untuk mengumpulkan data konsumen secara langsung dan real-time. Melalui interaksi pengguna di berbagai platform, Generasi Z dapat memahami perilaku konsumen, tren pasar, hingga preferensi target audiens dengan lebih akurat. Informasi ini kemudian digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih personal dan tepat sasaran. Dengan kemampuan analitik yang ada di platform media sosial, data-data tersebut dapat diolah untuk menghasilkan insight yang mendalam tentang pasar, sehingga keputusan strategis yang diambil dapat lebih berbasis data dan relevan dengan kebutuhan konsumen.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan Generasi Z untuk membangun merek dan meningkatkan awareness produk secara efektif dan efisien.

¹² Hana Apriyanti and others, 'Keterlibatan Penggunaan Media Sosial Pada Interaksi Sosial Di Kalangan Gen Z', *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi*

Ilmu Sosial Dan Politik, 1.4 (2024), 229–37 <<https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>>.

Kampanye pemasaran digital yang dirancang dengan strategi yang matang dapat menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode konvensional. Generasi Z memahami cara membuat konten yang menarik dan engaging, seperti video pendek, live streaming, atau challenge yang viral, yang dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna dengan merek. Hal ini menjadi salah satu keunggulan dalam strategi pemasaran yang mengutamakan keterlibatan aktif konsumen.

Media sosial juga menjadi alat untuk membangun jejaring profesional dan kolaborasi. Dengan fitur-fitur seperti grup diskusi, komunitas, atau forum online, Generasi Z dapat berinteraksi dengan para profesional dan pelaku industri lain untuk berbagi pengetahuan, mencari peluang bisnis, atau berkolaborasi dalam proyek strategis. Konektivitas ini sangat mendukung proses inovasi dan pengembangan strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar.

Lebih jauh, media sosial memungkinkan monitoring dan pengelolaan reputasi secara cepat dan transparan. Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif dan cepat berubah, respon cepat terhadap feedback konsumen atau isu yang muncul di media sosial dapat menjadi kunci keberhasilan strategi manajemen. Generasi Z yang terlatih menggunakan media sosial dapat dengan mudah melakukan monitoring, menangani keluhan, dan membangun hubungan positif dengan pelanggan,

sehingga menjaga citra dan reputasi perusahaan tetap baik di mata publik.¹³

KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen strategi memberikan dampak signifikan bagi generasi Z yang tumbuh berdampingan dengan kemajuan teknologi. Generasi ini memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan digital, sehingga mereka mampu mengintegrasikan teknologi secara efektif dalam proses perencanaan dan pelaksanaan strategi. Salah satu aspek paling menonjol adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat strategi yang sangat potensial.

Media sosial tidak lagi sekadar platform hiburan, tetapi telah menjadi instrumen penting dalam mengumpulkan data konsumen secara real-time, membangun merek, serta meningkatkan engagement dengan target audiens. Generasi Z mampu menggunakan media sosial untuk mengidentifikasi tren pasar, memahami preferensi konsumen, dan merancang kampanye pemasaran yang lebih personal dan tepat sasaran. Dengan demikian, keputusan strategis yang diambil menjadi lebih berbasis data dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, media sosial juga memfasilitasi kolaborasi dan jejaring profesional yang mendukung inovasi dan pengembangan strategi yang responsif terhadap dinamika pasar. Monitoring reputasi dan pengelolaan feedback konsumen secara cepat melalui media sosial

¹³ Olivia Putri Andini and others, 'Peran Human Relation Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Harmonis Dan Produktif', *Konsensus*:

Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi, 1.6 (2024), 140–48 <<https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.476>>.

juga menjadi keunggulan tersendiri yang dimanfaatkan oleh generasi Z untuk menjaga citra dan kepercayaan publik terhadap bisnis yang mereka jalankan.

Meski memiliki banyak keunggulan, pemanfaatan media sosial sebagai alat strategi juga menghadirkan tantangan seperti risiko penyebaran informasi negatif dan kebutuhan untuk selalu mengikuti perubahan algoritma platform. Oleh karena itu, generasi Z harus mengembangkan kemampuan manajemen risiko digital serta etika dalam menggunakan media sosial agar strategi yang diterapkan tetap efektif dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- April Laksana, Deden Deden, Ilham Arifin, Rifqi Hibatullah, and Muhammad Salim Albana, 'Peran Komunikasi Asertif Dalam Hubungan Kerja Yang Positif Dan Produktif', *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 60–67 <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.448>
- Dhiyandra Prasetya Gusti, Fauzan Azima, Refky Genta Saputra, Rhizqi Dwiputra Ramadhan, and April Laksana, 'Peran Human Relations Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Inklusif', *Studi Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 1.4 (2024), 36–43 <https://doi.org/10.62383/studi.v1i4.51>
- Elok Kemala Motik, Risma Yanti, Nova Nazwa, Intan Widiyanti, and April Laksana, 'Pengaruh Komunikasi Efektif Dalam Human Relation Terhadap Kinerja Karyawan Serta Pembentukan Lingkungan Kerja Yang Positif Dan Produktif', *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 68–79 <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.451>
- Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, and Lika Mulki Latief, 'Keterlibatan Penggunaan Media Sosial Pada Interaksi Sosial Di Kalangan Gen Z', *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1.4 (2024), 229–37 <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>
- Ilma Agustin, Dewi, Uswatun Hasanah, Ani Gusliyani, and April Laksana, 'Strategi Pemasaran Guardian Ramayana Kota Serang Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Wardah', *Jurnal Mahasiswa*, 6.1 (2024), 45–54 <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i1.818>
- Intan Nabila Azhar, And April Laksana, 'Strategi Komunikasi Korporat Membangun Loyalitas K', *Media Dan Komunikasi*, 01 (2025), 72–75.
- Mahfudzah Firdaus, Zahrah, Galuh Febriyanti, and April Laksana, 'Peran Komunikasi Asertif Dalam Hubungan Kerja Yang Positif Dan Produktif', *(Education And Social Science Journal)*, 1.2 (2024) <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Mishelia Kartika Puspitasari, and Muhammad Reihan Manalu, 'Strategi Komunikasi Korporasi PT Mayora

- Indah Tbk Dalam Upaya Membangun Citra Positif’, *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 3.2 (2025), 83–91
<https://doi.org/10.59246/aladalah.v3i2.1236>
- Moulina, Tiara Rua, Hesa Agus Pratiwi, Azizatun Nafsyiah, and April Laksana, ‘Peran Pola Komunikasi Dalam Human Relations Mahasiswa Terhadap Toxic Relationship’, 1, 2024, 13–24
<https://doi.org/10.62383/kajian.v1i4.55>
- Muhammad Adnan Faidh, Muhamad Esa Maulana, Ninda Ela Putri, Siti Indriyani Putri, Thasya Azhari Munir, and April Laksana, ‘Peran Media Sosial X Dalam Perkembangan Komunikasi Di Era Digital’, *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 43–51
<https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Nasywa Naifah Hilman, Lulu Budiani Hardiana, Gita Indah Cahyani, Nurul Hikmah Mayleni, and Rahmah Syakinah, ‘Peran Serta Aksi Gen-Z Dalam Era Serba Teknologi’, *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 3.2 (2025), 182–89
<https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2596>
- Olivia Putri Andini, Sefia Darmayanti, Indah Fitria Sari, and April Laksana, ‘Peran Human Relation Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Harmonis Dan Produktif’, *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan,*
- Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.6 (2024), 140–48
<<https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.476>>