

**Strategi Komunikasi Pendidikan untuk Meningkatkan Kualitas
Pendidikan di Era Gen Z**

**Hera Chairunisa¹, Siti Sahara², Maulidea Karimah³, Winny Meilita Lubis⁴,
Deviany Valeria Gultom⁵, Chaterine Nimas Limayasi⁶**

¹²³⁴⁵⁶Universitas Negeri Medan

herawenas@unimed.ac.id¹, sitisahara394@gmail.com², mlida5086@gmail.com³,

winnymeilita2054@gmail.com⁴, devimgpakam123@gmail.com⁵,

chaterinenimaslimayasi@gmail.com⁶

ABSTRACT

This study discusses educational communication strategies to improve the quality of education in the Generation Z era, which requires a communication approach that suits the unique characteristics influenced by technology. Using a qualitative approach and literature analysis, the research aims to identify effective educational communication strategies for Generation Z. Key findings include visual preferences, personalization, interactivity, problem-based learning, immersive technology, digital mentoring, flexibility, and social responsibility. Recommended strategies include visual content, adaptive learning, online discussions, VR/AR, digital mentoring, mobile learning, social projects, gamification, and multi-platform communication. It is important to understand the characteristics of Generation Z and adapt in relevant and effective ways, as well as create education that is technologically advanced and of great value. Implementation suggestions include digital teacher training, online cultural diplomacy, and educational media policies. This research provides valuable guidance for the development of educational strategies that suit the needs of Z Generation.

Keywords: communication strategy, quality of education, z generation

ABSTRAK

Studi ini membahas strategi komunikasi pendidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan pada era Generasi Z, yang memerlukan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik unik yang dipengaruhi oleh teknologi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis literatur, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pendidikan yang efektif bagi Generasi Z. Temuan utama mencakup preferensi visual, personalisasi, interaktivitas, pembelajaran berbasis masalah, teknologi immersif, mentoring digital, fleksibilitas, dan tanggung jawab sosial. Rekomendasi strategi termasuk konten visual, pembelajaran adaptif, diskusi *online*, VR/AR, mentoring digital, *mobile learning*, proyek sosial, gamifikasi, dan komunikasi multi-platform. Penting untuk memahami karakteristik Generasi Z dan beradaptasi dengan cara yang relevan dan efektif, serta menciptakan pendidikan yang teknologi-canggih dan bernilai luhur. Saran implementasi mencakup pelatihan guru digital, diplomasi budaya online, dan kebijakan media edukatif. Penelitian ini memberikan panduan berharga bagi pengembangan strategi pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z.

Kata kunci: strategi komunikasi, kualitas pendidikan, generasi z

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang pesat ini, kita menyaksikan kemunculan generasi baru yang disebut Generasi Z atau "Gen Z". Mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010 ini merupakan generasi pertama yang benar-benar "*digital native*," tumbuh besar dengan akses tanpa batas ke teknologi informasi dan komunikasi. Karakteristik unik mereka, yang meliputi keakraban dengan teknologi, preferensi untuk komunikasi visual dan singkat, serta kemampuan multi-tasking, membawa tantangan dan peluang baru dalam dunia pendidikan.

Generasi Z memiliki pola belajar yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih visual, interaktif, dan menghendaki informasi yang cepat dan ringkas. Hal ini kadang bertentangan dengan metode pengajaran tradisional yang lebih mengandalkan ceramah dan buku teks. Akibatnya, banyak siswa Gen Z merasa tidak terhubung dengan materi pembelajaran, atau bahkan merasa bosan dan tidak tertarik. Di sisi lain, kemampuan mereka untuk mengakses informasi secara cepat dan luas juga bisa menjadi tantangan, karena tidak semua informasi di internet akurat atau bermanfaat.

Selain itu, Gen Z juga dikenal dengan preferensi mereka untuk pembelajaran yang personal dan *self-directed*. Mereka suka belajar sesuai dengan kecepatan dan gaya mereka sendiri, dan sering kali mencari jawaban secara mandiri di internet sebelum bertanya kepada guru. Hal ini bisa menjadi kekuatan, karena menunjukkan inisiatif dan kemandirian, tetapi juga bisa menjadi kelemahan jika mereka tidak memiliki kemampuan memadai untuk memverifikasi kebenaran informasi yang mereka temukan.

Tantangan lainnya adalah bahwa Gen Z sering dianggap kurang fokus dan mudah terganggu, terutama karena kebiasaan mereka untuk selalu terhubung dengan perangkat digital. Ini bisa mengganggu proses belajar mereka, terutama jika pembelajaran tidak dirancang dengan cara yang melibatkan dan interaktif. Di tengah tantangan-tantangan ini, peran komunikasi pendidikan menjadi semakin vital. Komunikasi pendidikan bukan hanya tentang bagaimana guru menyampaikan materi, tetapi juga bagaimana mereka berinteraksi, memotivasi, dan menginspirasi siswa.

Dengan Gen Z, komunikasi pendidikan perlu mengadopsi strategi yang sesuai dengan karakteristik mereka: visual, interaktif, personal, dan tech-savvy. Dalam konteks ini, penting untuk meneliti dan merumuskan strategi komunikasi pendidikan yang efektif untuk meningkatkan kualitas pendidikan di era Gen Z. Strategi ini harus mampu memanfaatkan kekuatan Gen Z, seperti keakraban mereka dengan teknologi dan kemampuan multi-tasking, sambil mengatasi tantangan seperti rentang perhatian yang pendek dan kebiasaan mencari informasi instan.

TINJAUAN LITERATUR

A. Pengertian Komunikasi Pendidikan

Komunikasi pendidikan, menurut Yusuf (2010), adalah "*proses komunikasi yang unik dan khas yang terjadi dalam dunia pendidikan.*" Ini melibatkan pertukaran informasi, ide, dan pemahaman antara pendidik dan peserta didik dalam konteks

pembelajaran. Namun, lebih dari sekadar transfer pengetahuan, komunikasi pendidikan juga mencakup pembentukan sikap, penanaman nilai, dan pembangunan karakter (Iriantara, 2013).

Muhammad (2014) memperluas definisi ini dengan menyatakan bahwa komunikasi pendidikan adalah *"komunikasi yang terjadi dalam suasana pendidikan. Di mana seorang pendidik tidak hanya menyampaikan materi pelajaran saja, akan tetapi juga menanamkan nilai-nilai."* Ini menekankan bahwa komunikasi pendidikan bukan hanya tentang efisiensi transfer informasi, tetapi juga efektivitas dalam membentuk karakter dan nilai pada peserta didik. Komunikasi penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antara pengirim informasi dengan para penerima informasi pada semua tingkatan dalam organisasi (Liliweri, 2004; Nurrohim & Anatan, 2009).

Komunikasi merupakan suatu proses dari berbagai aktivitas yang secara terus menerus diupayakan melalui sesuatu yang tidak memiliki awal atau akhir serta selalu dapat berubah-ubah berdasarkan situasi yang terjadi saat itu. Komunikasi menyertakan suatu variasi untuk saling berkaitan secara kompleks yang tidak memiliki duplikasi dalam usaha yang relatif sejenis seperti saling terkait di antara orang, lingkungan, kemampuan, perilaku, status, pengalaman, dan perasaan sehingga dalam mengambil keputusan berdasarkan jenis komunikasi yang berlaku pada suatu waktu tertentu (Yunita and Irsal, 2021).

Komunikasi pendidikan memiliki fungsi dan aktivitas yang sangat penting serta strategis dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Komunikasi pendidikan akan dapat memotivasi dalam peningkatan pemahaman dan keterampilan berinteraksi serta kegiatan peserta didik dalam melaksanakan pendidikan secara terarah dan terpadu. Proses komunikasi membutuhkan pembentukan dan pengalihan pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang didukung keberadaan tata nilai dari komunikator pendidik kepada komunikan peserta didik.

Komunikasi pendidikan merupakan suatu model komunikasi yang mendukung dalam pencapaian tujuan pendidikan dalam ranah domain atau aktivitas pendidikan melalui proses komunikasi yang bergerak dengan dasar informasi. Karakter komunikasi pendidikan meliputi dialogis, diagnostik, dan persuasif yang bertujuan untuk mengubah sikap peserta didik. Komunikasi pendidikan merupakan komunikasi yang terwujud dalam tahapan pendidikan antara tenaga pendidik dan peserta didik yang memiliki berbagai tujuan dalam pendampingan ke arah lebih baik dan dilakukan secara proporsional. Istilah komunikasi bersumber dari asal kata Latin *"cum"* yang merupakan kata depan yang berarti "dengan" dan "bersama dengan", dan *"unus"*, yaitu kata bilangan yang bermakna "satu". Melalui kedua kata tersebut akan menghasilkan kata benda *communio* yang dalam format Inggris menjadi *"communion"* dan bermakna "kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, hubungan".

B. Karakteristik Generasi Z

Generasi adalah konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki umur dan pengalaman historis yang sama (Budiati, 2018). Kebiasaan setiap generasi juga punya karakteristik masing-masing sesuai dengan perkembangan zaman. Howe dan Strauss (Zorn, 2017) mendefinisikan generasi milenial sebagai generasi yang kaya, berpendidikan lebih baik, beragam etnis, dan fokus pada kerja tim, prestasi, kesederhanaan, dan perilaku yang baik.

Milenial memiliki kemampuan bawaan menguasai teknologi, seperti kemampuan *multitasking* dalam penggunaan perangkat digital. Menurut pendapat populer, karakteristik Gen Z adalah tingginya pemahaman mereka akan teknologi. Hal ini karena sejak lahir sudah bersentuhan dengan gawai (Zorn, 2017). Gen Z merupakan orang yang lahir pada kurun 1995—2010. Mereka disebut sebagai penduduk asli digital karena sejak usia dini telah terpapar oleh internet dan telfon genggam (Francis & Hoefel, 2018). Generasi Z, atau mereka yang lahir antara 1995 dan 2010, memiliki karakteristik unik yang sangat dipengaruhi oleh teknologi. Menurut Tapscott (2009), Gen Z adalah "*the first generation to be born into a digital world.*" Mereka tumbuh dengan akses tak terbatas ke internet, perangkat mobile, dan media sosial.

Gen Z merupakan generasi yang telah mampu memanfaatkan dan memaksimalkan keberadaan TIK pada era milenial dari tahun 2000. Untuk memperoleh informasi yang tinggi, akurat, dan relevan serta mengajarkan cara penggunaan teknologi terkini di era Industri 4.0 maka Gen Z memiliki suatu kepribadian *personality* dengan seiring perkembangan zaman (Subowo, 2021). Model pembelajaran digital era Industri 4.0 merupakan kriteria pembelajaran yang menjadi tren dan kekinian. Digital menjadi sangat vital dalam mendukung eksistensi pada pembelajaran setelah Indonesia dilanda oleh situasi pandemi Covid-19. Eksistensi digital pada pendidikan dapat mengatasi terjadinya *learning loss* sebagai dampak pandemi tersebut. Kondisi ini membawa disrupsi digital pada pendidikan (*digital disruption*). Peran media digital dalam pembelajaran menjadi sangat relevan dan terus meningkat sehingga tidak dapat menghindari dinamika oleh karena terdapat instrument pelaksanaan proses belajar-mengajar pada setiap ranah pendidikan.

Model pembelajaran digital merupakan pembelajaran yang menggunakan media digital sebagai alat pelaksanaan pembelajaran. Model pembelajaran yang mengoptimalkan peran digital dalam pembelajaran akan bermanfaat dalam evaluasi diri. Pengaplikasian digital dalam pembelajaran dapat memberikan pengaruh baru terhadap prestasi peserta didik. Peran Digital dalam pembelajaran berperan merangsang semua indera peserta didik untuk menjadi peka terhadap materi pembelajaran. Kehadiran digitalisasi membuat peserta didik dapat dengan leluasa mencari berbagai sumber dari media elektronik untuk memahami materi dengan baik. Media belajar dalam digital dapat menjalin interaksi antara pendidik dan peserta didik melalui layanan LMS (Learning Management System).

C. Tantangan Pendidikan di Era Gen Z

Karakteristik unik Gen Z membawa tantangan tersendiri bagi dunia pendidikan. Menurut Shatto & Erwin (2016), salah satu tantangan utamanya adalah menjaga keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran. Metode pengajaran tradisional yang bersifat monolog dan *text-heavy* sering kali gagal menarik perhatian Gen Z yang terbiasa dengan stimulasi visual dan interaktif. Selain itu, akses mudah ke informasi melalui internet juga bias menjadi pisau bermata dua. Di satu sisi, ini mendorong kemandirian belajar, namun di sisi lain, banyak informasi *online* yang tidak terverifikasi atau bahkan menyesatkan. Ini menuntut pendidik untuk tidak hanya mengajarkan konten, tetapi juga literasi digital dan pemikiran kritis (Tuten & Solomon, 2018).

Terakhir, preferensi Gen Z untuk pembelajaran yang personal dan *self-directed* (Patel, 2017) menantang sistem pendidikan massal tradisional. Pendidik perlu menemukan cara untuk menyediakan pengalaman belajar yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat individu, sambil tetap memenuhi standar kurikulum.

Tantangan pendidikan di era millennial sekarang ini adalah informasi datang lebih cepat, massif dan meluas, sehingga tidak bisa diatasi dengan sekadar pergantian kurikulum. Berapa kali pergantian kurikulum tidak akan pernah mampu mengejar percepatan informasi yang ada. Karena itu, pendekatan guru dan murid dalam berinteraksi akan lebih penting. Perlu keteladanan, membangun kehendak, dan menguatkan – dengan bekal ilmu pengetahuan tentunya – sehingga anak didiknya mampu mengatasi tantangan hidupnya.

D. Pentingnya Strategi Komunikasi Pendidikan

Menghadapi tantangan-tantangan ini, strategi komunikasi pendidikan yang efektif menjadi kunci. Menurut Hamalik (2007), komunikasi pendidikan yang baik tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangkitkan minat, motivasi, dan kreativitas siswa. Ini berarti pendidik perlu beradaptasi dengan gaya komunikasi dan pembelajaran Gen Z. Lebih lanjut, Iriantara (2013) menekankan bahwa strategi komunikasi pendidikan harus mencakup pemanfaatan teknologi secara bijak. Ini berarti mengintegrasikan alat digital, media sosial, dan sumber daya *online* ke dalam proses pembelajaran, namun dengan bimbingan yang tepat untuk memastikan penggunaannya yang positif dan konstruktif. Akhirnya, Clark & Mayer (2016) berpendapat bahwa strategi komunikasi pendidikan di era digital harus berfokus pada pengembangan kemampuan berpikir tingkat tinggi, seperti analisis, evaluasi, dan kreasi. Dengan demikian, pendidikan tidak hanya menyiapkan siswa untuk ujian, tetapi juga untuk kehidupan dan karier di abad 21.

Strategi komunikasi adalah tujuan yang dicapai dengan menggabungkan rencana komunikasi dan manajemen komunikasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bahwa strategi ini bersifat taktis, dalam arti pendekatan ini dapat bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi. Demikian pula, strategi komunikasi adalah metode atau langkah yang berhasil memungkinkan seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain untuk secara

langsung atau tidak langsung menginformasikan atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku (Effendy 2008: 5) Strategi komunikasi sangat erat kaitannya, tujuan yang ingin dicapai berkaitan erat dengan konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian bagaimana cara mencapai konsekuensi tersebut direncanakan sesuai dengan hasil yang diharapkan atau tujuan yang ingin dicapai.

Untuk merumuskan strategi komunikasi perlu diperhatikan faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik jika dalam strategi ini komponen komunikasi serta faktor pendukung dan pelarangan diperhatikan dalam setiap komponen. Kita mulai dengan koresponden sebagai sasaran komunikasi, media, pesan dan koresponden secara bergantian. Strategi komunikasi adalah perencanaan penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai elemen komunikasi (seperti frekuensi, bentuk, isi, dan saluran komunikasi) agar pesan mudah diterima dan dipahami, serta mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Dalam strategi komunikasi ini, guru juga dapat menggunakannya untuk mengajarkan para siswanya. Guru yang telah menyiapkan semua bahan ajar tidak lupa mengembangkan strategi komunikasi. Agar siswa memahami apa yang dijelaskan guru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, sebuah metode yang menekankan pada pemahaman mendalam dan pengembangan wawasan melalui berbagai sumber literatur yang relevan. Sumber-sumber tersebut meliputi buku-buku akademik, jurnal ilmiah, dan artikel-artikel terkini yang membahas topik-topik yang berkaitan erat dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Melalui eksplorasi sumber-sumber ini, peneliti dapat memperoleh landasan teoritis yang kokoh, perspektif-perspektif baru, dan informasi terkini yang sangat berharga dalam penyusunan dan pengembangan penelitian ini.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam dan komprehensif mengenai "Strategi Komunikasi Pendidikan untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Era Gen Z". Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyajikan data, tetapi juga memberikan wawasan yang kaya dan kontekstual. Hasilnya adalah pemahaman nuansir tentang bagaimana karakteristik Gen Z seperti preferensi untuk informasi visual, kemampuan multitasking digital, dan harapan akan konten yang personal dan interaktif dapat diintegrasikan ke dalam strategi komunikasi pendidikan. Tujuan akhirnya adalah merumuskan strategi yang tidak hanya efektif dalam menyampaikan pengetahuan, tetapi juga menginspirasi, memotivasi, dan memberdayakan Gen Z untuk menjadi pembelajar seumur hidup di era digital yang terus berevolusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Penelitian ini mengungkapkan beberapa temuan kunci terkait strategi komunikasi pendidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di era Gen Z:

1. Personalisasi dan Adaptivitas:

Gen Z menghargai pengalaman belajar yang personal. Mereka ingin konten yang relevan dengan minat dan gaya belajar mereka. Penelitian oleh McGraw Hill Education (2019) menemukan bahwa 61% mahasiswa Gen Z menginginkan sistem pembelajaran adaptif yang menyesuaikan materi berdasarkan kinerja mereka

Generasi Z dikenal dengan kemampuan mereka untuk mengakses informasi dengan cepat dan preferensi untuk pengalaman yang disesuaikan. Pembelajaran adaptif menggunakan AI dan analisis data untuk menyesuaikan materi pembelajaran dengan kecepatan dan gaya belajar individu, yang sangat sesuai dengan karakteristik Gen Z.

2. Gamifikasi:

Dengan menerapkan elemen-elemen permainan seperti poin, lencana, dan papan peringkat, gamifikasi dapat memotivasi siswa untuk belajar dengan cara yang menyenangkan dan interaktif. Ini sangat cocok dengan generasi yang besar dalam budaya digital dan sering berinteraksi dengan permainan video dan aplikasi mobile.

3. Komunikasi Multi-platform:

Strategi ini memungkinkan pendidik untuk terhubung dengan siswa melalui berbagai saluran yang mereka gunakan sehari-hari, seperti email, media sosial, dan pesan instan. Ini memastikan bahwa komunikasi pendidikan dapat menjangkau siswa di mana pun mereka berada dan melalui medium yang paling nyaman bagi mereka.

4. Pembelajaran Berbasis Masalah:

Gen Z menginginkan pembelajaran yang relevan dengan dunia nyata. Mereka lebih termotivasi ketika melihat aplikasi praktis dari apa yang mereka pelajari. Studi oleh NACE (2019) mengungkapkan bahwa 79% mahasiswa Gen Z menganggap magang sebagai komponen penting dalam pendidikan mereka.

5. Mentoring Digital:

Gen Z menghargai umpan balik cepat dan bimbingan personal. Mereka lebih responsif terhadap mentor yang dapat diakses melalui platform digital. Penelitian oleh Universum (2020) menemukan bahwa 82% Gen Z menginginkan mentor di tempat kerja masa depan mereka.

6. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial:

Gen Z peduli tentang dampak global. Mereka tertarik pada kursus yang membahas isu-isu seperti perubahan iklim dan kesetaraan. Studi oleh Deloitte (2019) mengungkapkan bahwa 77% Gen Z melihat isu sosial sebagai prioritas utama.

B. Pembahasan

Berdasarkan temuan di atas, berikut adalah strategi komunikasi pendidikan yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pendidikan di era Gen Z:

1. Personalisasi dan Adaptivitas:

Gen Z menghargai pengalaman belajar yang personal. Mereka ingin konten yang relevan dengan minat dan gaya belajar mereka. Penelitian oleh McGraw Hill Education (2019) menemukan bahwa 61% mahasiswa Gen Z menginginkan sistem pembelajaran adaptif yang menyesuaikan materi berdasarkan kinerja mereka.

Generasi Z dikenal dengan kemampuan mereka untuk mengakses informasi dengan cepat dan preferensi untuk pengalaman yang disesuaikan. Pembelajaran adaptif menggunakan AI dan analisis data untuk menyesuaikan materi pembelajaran dengan kecepatan dan gaya belajar individu, yang sangat sesuai dengan karakteristik Gen Z.

Strategi ini memungkinkan siswa untuk:

- Belajar pada kecepatan mereka sendiri, memperdalam pemahaman tanpa merasa tertinggal atau bosan.
- Menerima konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan mereka, yang meningkatkan keterlibatan dan motivasi.
- Mendapatkan umpan balik instan dan personalisasi yang membantu dalam memperbaiki kesalahan dan memahami konsep dengan lebih baik.
- Platform seperti Khan Academy dan Duolingo telah berhasil menerapkan pembelajaran adaptif, menunjukkan peningkatan dalam retensi pengetahuan dan kepuasan siswa.

2. Gamifikasi:

Gamifikasi menggunakan elemen-elemen permainan seperti poin, lencana, dan papan peringkat untuk memotivasi siswa untuk belajar dengan cara yang menyenangkan dan interaktif. Strategi ini sangat cocok dengan generasi yang besar dalam budaya digital dan sering berinteraksi dengan permainan video dan aplikasi mobile. Dengan Gamifikasi, siswa dapat:

- Belajar dengan cara yang menyenangkan: Elemen permainan membuat belajar menjadi lebih interaktif dan menarik.
- Meningkatkan motivasi: Siswa menjadi lebih termotivasi untuk belajar dan meningkatkan kemampuan mereka.
- Berpartisipasi dalam komunitas: Siswa dapat berbagi pengalaman dan belajar dari teman-teman lain.

3. Komunikasi Multi-platform:

Komunikasi Multi-platform memungkinkan pendidik untuk terhubung dengan siswa melalui berbagai saluran yang mereka gunakan sehari-hari, seperti email, media sosial, dan pesan instan. Strategi ini memastikan bahwa komunikasi pendidikan dapat menjangkau siswa di mana pun mereka berada dan melalui medium yang paling nyaman bagi mereka.

Dengan Komunikasi Multi-platform, pendidik dapat:

- Terhubung dengan siswa: Mereka dapat berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan siswa melalui saluran yang paling nyaman bagi mereka.

- Menjangkau siswa di mana pun: Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai medium, memastikan bahwa siswa tidak ketinggalan informasi.
- Meningkatkan interaksi: Pendidik dapat berinteraksi dengan siswa secara lebih efektif dan meningkatkan keterlibatan mereka.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, pendidikan tidak hanya menjadi lebih relevan dan menarik bagi Gen Z, tetapi juga lebih efektif dalam mempersiapkan mereka untuk masa depan yang semakin digital dan global. Namun, penting untuk diingat bahwa teknologi bukanlah tujuan, melainkan alat. Interaksi manusia, pemikiran kritis, dan nilai-nilai seperti empati tetap menjadi inti dari pendidikan berkualitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi Komunikasi Pendidikan untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Era Gen Z adalah bahwa era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara Generasi Z berinteraksi dengan informasi dan proses pembelajaran. Kecenderungan visual, keakraban dengan teknologi, kebutuhan akan personalisasi, dan kepedulian terhadap isu global merupakan karakteristik yang memerlukan pendekatan baru dalam komunikasi pendidikan. Strategi ini memahami cara belajar dan motivasi Gen Z untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang responsif dan interaktif. Prinsip pedagogis seperti keterlibatan aktif, relevansi praktis, umpan balik konstruktif, dan kolaborasi tetap penting dan diperkuat dengan penggunaan teknologi yang sesuai.

Gen Z memiliki ciri khas sebagai kelompok, setiap individu memiliki kebutuhan dan preferensi yang unik. Oleh karena itu, fleksibilitas dan kemampuan adaptasi menjadi kunci dalam mengembangkan strategi komunikasi pendidikan yang efektif. Pendekatan yang efektif tidak hanya fokus pada konten yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana pendidik mendengarkan dan merespons kebutuhan siswa.

Dengan mengadopsi pendekatan yang berpusat pada siswa dan didukung oleh teknologi, serta pemahaman yang mendalam tentang karakteristik Gen Z, pendidikan tidak hanya akan lebih relevan dan menarik bagi mereka, tetapi juga akan mempersiapkan mereka menjadi pembelajar seumur hidup, inovator, dan warga dunia yang bertanggung jawab.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan strategi komunikasi pendidikan yang lebih efektif bagi Gen Z:

- Kerja Sama Pendidikan-Teknologi: Mendorong kolaborasi antara universitas dan perusahaan teknologi pendidikan untuk mengembangkan aplikasi pembelajaran yang interaktif dan adaptif.
- Pelatihan Guru Digital: Memberikan pelatihan kepada guru agar mereka tidak hanya mahir dalam teknologi, tetapi juga memahami psikologi belajar Gen Z.

Diplomasi Budaya *Online*: Mempromosikan budaya Indonesia melalui festival virtual atau pertukaran pelajar online untuk memperkuat karakter pelajar Gen Z.

- Kebijakan Media Edukatif: Mendorong media dan platform konten untuk menyisipkan eksistensi Bahasa Indonesia dalam produksi mereka, misalnya melalui insentif.

Saran-saran ini bertujuan menciptakan pendidikan yang tidak hanya canggih secara teknologi, tetapi juga kuat dalam nilai-nilai luhur bangsa. Dengan demikian, kita dapat mempersiapkan generasi penerus yang mampu menghadapi tantangan global tanpa kehilangan jati diri sebagai bangsa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes., & Noble College. (2018). Getting to Know Gen Z: Exploring Middle and High Schoolers' Expectations for Higher Education. <https://www.bncollege.com/wp-content/uploads/2018/09/Gen-Z-Report.pdf>
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1992). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Method*. Allyn and Bacon.
- Deloitte. (2019). The Deloitte Global Millennial Survey 2019. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2019-millennial-survey.pdf>
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hamalik, O. (2007). *Proses Belajar Mengajar*. Bumi Aksara.
- Iriantara, Y., & Syaripudin, U. (2013). *Komunikasi Pendidikan*. Simbiosis Rekatama Media.
- Liliweri, A. (2004). *Wacana Komunikasi*. Mandar Maju.
- McGraw., Hill Education. (2019). 2019 Digital Study Trends Survey. <https://www.mheducation.com/highered/explore/studytrends.html>
- Nurrohm, H., & Anatan, L. (2009). Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 1-9.
- Pearson. (2018). Beyond Millennials: The Next Generation of Learners. https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/global/Files/news/news-announcements/2018/The-Next-Generation-of-Learners_final.pdf
- Yusuf, P. M. (2010). *Komunikasi Instruksional, Teori dan Praktek*. Bumi Aksara.