

Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Karakter Dan Etika Pada Generasi Z Pada Organisasi Ekstrakurikuler Kampus Universitas Yudharta Pasuruan

Syarif Hidayatulloh, Siti Muyasaroh

¹²Universitas Yudharta Pasuruan

Email: Syarifasix666@gmail.com, muyasaroh@yudharta.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the role of organizational communication in developing the character and ethics of Generation Z students through their involvement in extracurricular organizations at Yudharta University, Pasuruan. Generation Z is known as a digital generation that grew up in the midst of information technology, thus facing challenges in communication skills, ethical development, and character building. This study used a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observations, and documentation of members and administrators of student organizations such as PMII, GMNI, MATAN, and PKPT IPNU-IPPNU. The results show that organizational communication plays a significant role in instilling important values, including responsibility, integrity, empathy, tolerance, leadership, and ethical communication. The communication process is two-way and open, both in formal forums such as meetings and in everyday informal interactions, thus facilitating the internalization of moral values. This communication pattern has proven effective in shaping students' character to be more adaptive, communicative, and ethical. This study concludes that extracurricular organizations are not only a forum for developing interests and talents, but also a strategic arena for preparing Generation Z students to face the demands of the digital era with strong character and good ethics. With targeted organizational communication, students can develop into individuals with integrity, leadership skills, and communication skills relevant to the needs of modern society.

Keywords: Communication, Organization, Character, Ethics, Generation Z

Abstrak

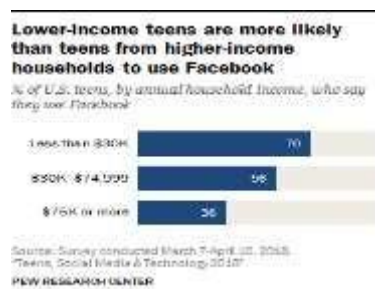
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi organisasi dalam membangun karakter dan etika mahasiswa Generasi Z melalui keterlibatan mereka dalam organisasi ekstrakurikuler di Universitas Yudharta Pasuruan. Generasi Z dikenal sebagai generasi digital yang tumbuh dalam arus teknologi informasi, sehingga menghadapi tantangan dalam hal keterampilan komunikasi, pembentukan etika, dan penguatan karakter. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi terhadap anggota maupun pengurus organisasi mahasiswa seperti PMII, GMNI, MATAN, dan PKPT IPNU-IPPNU. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran signifikan dalam menanamkan nilai-nilai penting, antara lain tanggung jawab, integritas, empati, toleransi, kepemimpinan, dan etika komunikasi. Proses komunikasi yang dibangun bersifat dua arah dan terbuka, baik dalam forum formal seperti rapat maupun dalam interaksi informal sehari-hari, sehingga memudahkan internalisasi nilai moral. Pola komunikasi yang demikian terbukti efektif dalam membentuk karakter mahasiswa agar lebih adaptif, komunikatif, dan beretika. Penelitian ini menyimpulkan bahwa organisasi ekstrakurikuler bukan hanya wadah pengembangan minat dan bakat, tetapi juga arena strategis untuk menyiapkan mahasiswa Generasi Z menghadapi tuntutan era digital dengan karakter yang kuat dan etika yang baik. Dengan komunikasi organisasi yang terarah,

mahasiswa dapat berkembang menjadi pribadi yang berintegritas, mampu memimpin, serta memiliki keterampilan komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Kata kunci: Komunikasi, Organisasi, Karakter, Etika, Generasi Z

Pendahuluan

Generasi Z merupakan makhluk individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan berkembang dalam lingkungan yang berbeda dari Generasi sebelumnya, menciptakan kesenjangan dalam berbagai aspek kehidupan.¹ Transformasi digital yang masuk ke dalam kehidupan sehari-hari membentuk karakter dan nilai etika mereka yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kesenjangan yang jelas terlihat pada pola komunikasi, dimana Generasi Z lebih memilih berkomunikasi melalui media digital daripada tatap muka secara langsung. Perubahan ini mengubah cara berinteraksi dalam masyarakat secara menyeluruh.²



Gambar 1.1 Data remaja (Generasi Z) pengguna sosial media Sumber:
(Anderson, *et al.*, 2018)

Berdasarkan data pada Gambar 1.1, menunjukkan 70% Generasi Z khususnya mahasiswa melakukan komunikasi menggunakan perangkat digital. Hal ini mengidentifikasi bahwa fenomena ini melahirkan cara berkomunikasi baru yang sering tidak dipahami oleh generasi yang lebih tua. Banyak mahasiswa masih mengalami keterbatasan dalam mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif. Hal ini menciptakan hambatan komunikasi antar-generasi yang signifikan dan berdampak pada dinamika sosial dalam berbagai konteks seperti pendidikan, keluarga, dan lingkungan kerja.³ Jadi, berdasarkan data tersebut diketahui terdapat hambatan komunikasi pada Generasi Z dalam struktur sosial menciptakan kesenjangan pemahaman nilai etika dan karakter. Kesenjangan itulah yang sering kali menjadi kesalahpahaman pada Generasi Z sehingga seringkali mengalami krisis kepercayaan. Krisis kepercayaan yang dimaksud ialah kurang percaya terhadap nilai-nilai budaya lokal juga membawa pengaruh budaya dan ideologi asing, yang menyebabkan Generasi Z mempertanyakan keabsahan nilai-nilai yang telah lama dianut oleh masyarakat.⁴

¹ Marianus Subandowo, "Teknologi Pendidikan Di Era Society 5.0," *Sagacious Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Sosial* 9, no. 1 (2022): 24–35.

² Andini Pramudita, "Pengembangan Inovasi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kemudahan Akses Layanan Nasabah Di Pt. Pegadaian," *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 3 (2025): 65–71.

³ Sirajul Fuad Zis, Rahmi Surya Dewi, and Zainal Efendi, "Model Perilaku Komunikasi Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Digital Memasuki Era 4.0 Dan 5.0 Di Kecamatan Kuranji," *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 1 (2021): 66–87, <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3624>.

⁴ Subandowo, "Teknologi Pendidikan Di Era Society 5.0."

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengembangan kemampuan komunikasi mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, dengan fokus membangun nilai etika dan karakter Generasi Z dalam interaksi sosial. Generasi Z yang sering dianggap terlalu individualis, dijuluki "generasi stroberi" karena mudah patah di bawah tekanan, seperti stroberi yang rapuh meskipun indah.⁵ Karakteristik ini berkontribusi pada rendahnya solidaritas dan semangat gotong royong dalam masyarakat modern, terutama di perkotaan. Komunikasi dan organisasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Kemampuan berkomunikasi yang baik sangat penting bagi pihak yang terlibat dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi bersifat timbal balik dan bertujuan untuk mencapai pemahaman yang sama di antara semua pihak. Menurut beberapa ahli, komunikasi dalam organisasi dapat didefinisikan sebagai transmisi dan pertukaran pesan, seperti fakta, ide, gagasan, dan data.⁶ Selain itu, komunikasi organisasi juga dapat dipandang sebagai pernyataan pengetahuan teoritis tentang praktik komunikasi yang mendalam bagi organisasi. Dalam konteks ini, organisasi dianggap sebagai suatu sistem informasi yang memungkinkan anggota organisasi memperoleh informasi tentang proses dan keberadaan organisasi.⁷

Komunikasi dalam organisasi memiliki beberapa fungsi dan manfaat, antara lain meningkatkan kerjasama yang baik dalam mencapai tujuan organisasi. Ketika komunikasi berjalan lancar, kerjasama yang baik dapat terjalin dalam kelompok kerja, sehingga target atau tujuan yang ditetapkan dapat tercapai.⁸ Selain itu, memahami teori-teori komunikasi organisasi juga memungkinkan anggota organisasi mengetahui dan memahami posisi mereka dalam organisasi tersebut. Dengan demikian, komunikasi yang efektif sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi dan meningkatkan kinerja anggota organisasi. Organisasi kemahasiswaan merupakan wadah penting untuk pengembangan diri mahasiswa, yang tersedia di setiap perguruan tinggi di Indonesia, termasuk Universitas Yudharta Pasuruan. Keikutsertaan dalam organisasi kemahasiswaan, baik intra maupun ekstrakurikuler, dapat menjadi peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan berkomunikasi. Organisasi kemahasiswaan, terutama yang ekstra kampus, seringkali memiliki program kaderisasi yang terstruktur, meliputi proses penerimaan anggota baru dan pelatihan yang dirancang untuk mendukung perkembangan anggota-anggotanya.⁹

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keikutsertaan dalam organisasi mahasiswa dapat mempengaruhi keterampilan komunikasi mahasiswa, salah satunya Permenristekdikti Nomor 55

⁵ Hikma Riskina Tjg et al., "Degradasi Identitas Nasional: Munculnya Individualisme Dikalangan Generasi Z," *Jiic: Jurnal Intelpek Insan Cendekia* 1, no. 9 (2024): 4772–80.

⁶ Dita Puspitasari and Bayu Putra, "PENTINGNYA PERANAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI : LISAN , NON VERBAL , DAN TERTULIS (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN)," *Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 3 (2022): 257–68, <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3>.

⁷ Tora Akadira, "Komunikasi Manajemen Dalam Peningkatan Nilai Sakip Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset Dan Teknologi," *Medium* 10, no. 1 (2022): 235–52, [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9914](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9914).

⁸ Briegel I.J. Pesiwari and Leonard Adrie Manafe, "Economics and Digital Business Review Komunikasi Interpersonal Atasan Dan Bawahan Dalam Membangun Efektivitas Kerja Pegawai," *Jurnal Economics and Digital Business Review* 5, no. 2 (2024): 543–55.

⁹ Muhyidin Abdillah and Sophia Laila Nugraha, "Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Pendidikan Literasi: Studi Di Pesantren Baitul Kilmah Bantul," *Jurnal MD* 5, no. 1 (2019): 73–86, <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.51-05>.

Tahun 2018 menyebutkan bahwa organisasi mahasiswa ekstrakurikuler diizinkan untuk beraktivitas di lingkungan internal kampus karena dinilai mampu menangkal penyebaran paham radikalisme. Organisasi ekstrakurikuler yang terdapat di Universitas Yudharta Pasuruan di antaranya, Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI), Mahasiswa Ahlith Thoriqoh al-Mu'tabaroh an-Nahdliyyah (MATAN) dan Pimpinan Komisariat Perguruan Tinggi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama-Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PKPT IPNU-IPPNU), yang berkontribusi dalam membangun karakter dan etika mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan kajian ilmiah untuk menganalisis dampak dan pengaruh organisasi ekstrakurikuler terhadap pembangunan karakter mahasiswa di universitas tersebut. Uraian di atas memberikan gambaran terhadap peranan penting organisasi ekstrakurikuler kampus dalam upaya membangun karakter dan etika mahasiswa. Sehingga ketika terlibat dalam kegiatan organisasi, mahasiswa seharusnya mampu menjadi teladan yang baik di lingkungan Universitas Yudharta Pasuruan.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam peran komunikasi organisasi dalam membangun karakter dan etika mahasiswa Generasi Z melalui aktivitas organisasi ekstrakurikuler di Universitas Yudharta Pasuruan.¹⁰ Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali makna, pengalaman, serta praktik komunikasi yang berlangsung di dalam organisasi mahasiswa. Subjek penelitian adalah pengurus dan anggota organisasi ekstrakurikuler seperti PMII, GMNI, MATAN, dan PKPT IPNU-IPPNU yang secara aktif terlibat dalam kegiatan organisasi. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yakni memilih individu yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung dalam proses komunikasi organisasi. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama.¹¹

Pertama, observasi partisipatif yang bertujuan untuk mengamati secara langsung pola komunikasi, interaksi, serta dinamika organisasi dalam kegiatan formal maupun informal. Kedua, wawancara mendalam dengan pengurus dan anggota organisasi untuk memperoleh informasi terkait strategi komunikasi, nilai yang diinternalisasikan, serta dampaknya terhadap karakter dan etika mahasiswa. Ketiga, dokumentasi berupa notulen rapat, arsip kegiatan, serta media komunikasi internal yang digunakan organisasi.¹² Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar diperoleh data yang valid dan dapat dipercaya. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif tentang peran komunikasi organisasi dalam membentuk karakter dan etika mahasiswa Generasi Z.¹³

¹⁰ Frans Pantan et al., "Resiliensi Spiritual Menghadapi Disruption Religious Value Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Lembaga Keagamaan," *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 7, no. 2 (2021): 372–80.

¹¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2018).

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011).

¹³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan RD* (Bandung: Alfabeta, 2017).

Hasil dan Pembahasan

A. Komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi, gagasan, atau pesan antara individu atau kelompok. Istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris "*communication*" yang memiliki akar kata dari bahasa Latin "*communicare*".¹⁴ Menurut beberapa ahli, komunikasi dapat didefinisikan sebagai perwujudan atau persamaan makna antara komunikator dan komunikan. Komunikasi juga dapat dipandang sebagai proses terciptanya dialog dua arah dan pertukaran informasi yang relatif seimbang. Pengertian komunikasi dalam buku "Dinamika Komunikasi" dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Pengertian secara umum dapat dibagi menjadi dua segi, yaitu pengertian etimologis dan pengertian terminologis.¹⁵

Komunikasi berlangsung ketika orang-orang yang terlibat memiliki kesamaan makna terkait suatu hal yang sedang dikomunikasikan. Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat saling memahami apa yang sedang dikomunikasikan, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Sementara itu, pengertian komunikasi secara paradigmatis adalah proses penyampaian suatu pesan kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media. Komunikasi bisa disebut efektif apabila penerima bisa memahami apa yang disampaikan oleh pengirim. Sumber utama kesalahpahaman dalam proses komunikasi adalah cara penerima menangkap makna suatu pesan berbeda dengan apa yang dimaksud pengirim, karena pengirim gagal mengkomunikasikan maksudnya dengan tepat.¹⁶

B. Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi Komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan dalam suatu organisasi, baik formal maupun informal. Komunikasi ini berperan penting dalam mengkoordinasikan sumber daya manusia dan material untuk mencapai tujuan organisasi. Fokus utama komunikasi organisasi adalah pada interaksi antar manusia dalam organisasi, termasuk bentuk komunikasi, metode, teknik, dan media yang digunakan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi proses komunikasi tersebut.¹⁷ Lebih jelasnya, Komunikasi dalam organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara anggota organisasi, baik melalui jalur formal maupun informal. Komunikasi formal mengikuti struktur organisasi yang resmi, sedangkan komunikasi informal terjadi di luar struktur resmi namun tetap relevan dengan organisasi. Komunikasi organisasi memiliki tujuan penting, seperti memfasilitasi sosialisasi antar individu, mengontrol perilaku individu, dan menyelesaikan masalah yang timbul dalam organisasi, termasuk masalah yang

¹⁴ Jom Visip Volume, "Key Word : Communication Planning, Socialization, Smart City" 4, no. 2 (2017): 1–13.

¹⁵ Rizka Maulidina, "Pola Perilaku Pengguna Internet Dalam Mengonsumsi Dan Menyebarkan Berita Dan Informasi Pada Generasi X, Y, Dan Z, 2020" (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2020).

¹⁶ Baroqah Desa and Sukamarga Kecamatan, "Respon Orang Tua Terhadap Perilaku Bermain Tik-Tok Santri Di Taman Pendidikan Al-Qur'an Al Baroqah Desa Sukamarga Kecamatan Abung Kunang Kabupaten Lampung Utara" (Universitas islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023).

¹⁷ Evi Zahara, "Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi," *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi* 1829–7463, no. April (2018): 8.

dihadapi karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.¹⁸

Dalam suatu organisasi pastinya komunikasi organisasi memiliki fungsi dalam proses berjalannya program-program, bahwa fungsi komunikasi organisasi sebagai berikut: informatif, maksud dari informatif ialah seorang anggota didalam suatu organis berharap mendapatkan informasi yang lebih tepat. Melalui informasi yang diperoleh, setiap anggota diharapkan bisa melaksanakan tugas secara pasti. Regulatif, hal ini berkaitan dengan berbagai peraturan yang perlu di ikuti dan ditaati dalam organisasi. Persuasif, dalam mengatur suatu organisasi tidak cukup dengan hanya mengandalkan kekuasaan dan kewenangan. Adanya kenyataan ini banyak pemimpin yang lebih suka untuk mempersuasi pegawainya dari pada memberi perintah. Fungsi Integritas, Ada dua saluran komunikasi formal yang terjadi dalam setiap organisasi, seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut dan laporan kemajuan organisasi. Efendi dalam (Muspawi *et al.*, 2023) mencatat bahwa komunikasi dalam suatu organisasi sangat membantu, juga banyak memberikan manfaat yaitu memudahkan pekerjaan anggota yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan petunjuk melalui penyampaian informasi dari adanya proses komunikasi. Manfaat lain dari komunikasi organisasi adalah memungkinkan karyawan untuk menyampaikan kritik, saran, keluhan kepada atasan mereka.¹⁹

Dengan demikian, organisasi dapat menjadi lebih terbuka dan memahami satu sama lain, sehingga dapat melakukan perbaikan dan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan dan kinerja organisasi. Komunikasi yang baik dapat membantu membangun hubungan harmonis dan efektif dalam organisasi. Komunikasi organisasi memiliki peran penting dalam proses pengembangan karakter di universitas yudharta, diantaranya membantu para anggotanya menerapkan nilai dan norma organisasi, membangun karakter melalui interaksi sosial, mengatasi tantangan etika dan karakter di era digital. Komunikasi organisasi lebih menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terdapat dalam batasan-batasan yang ada didalam organisasi (Pace, 2006). Penanganan yang dimaksud ialah bagaimana pesan itu dibuat, bagaimana proses penyampaian pesan, dan bagaimana pesan itu dapat diterima.

C. Karakter

Istilah karakter berasal dari bahasa inggris "*character*" yang berartikan watak, karakter atau sifat. Dalam KBBI watak diartikan sebagai sifat batin manusia yang mempengaruhi segenap pikiran dan perbuatannya. Karakter adalah tabiat, yang sifat-sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Karakter adalah "*distinctive trait, distinctive quality, moral strength, the pattern of behavior found in an individual of grup.*" "*Character determines someone's perfect done. Good character is the inward motivation to do what is right, according to the highest standart of behavior in every situation.*" "*Character is the sum of all the qualities that make is you who you are. It's your values, your thoughts, your words, and your action.*" Karakter merupakan serangkaian sikap, perilaku, motivasi, dan keterampilan untuk melakukan hak yang terbaik. Karakter adalah keseluruhan nilai-nilai, pemikiran, perkataan, dan perilaku atau perbuatan yang telah membentuk diri seseorang. Karakter merupakan jati diri, kepribadian, dan watak yang melekat pada diri seseorang. Sebagai aspek kepribadian

¹⁸ Zamzami and Wili Sahana, "Strategi Komunikasi Organisasi," *Journal Educational Research and Social Studies* Volume 2 N (2021): 27.

¹⁹ Fauzan Ahmad Siregar and Lailatul Usriyah, "Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Manajemen Konflik," *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)* 5, no. 2 (2021): 163–74, <https://doi.org/10.47766/idarrah.v5i2.147>.

secara utuh dari mentalitas, sikap, dan perilaku seorang (Annur *et al.*, 2021). Menurut Ki Hajar Dewantara, implementasi karakter dalam bentuk perilaku merupakan hasil dari interaksi dengan lingkungan.²⁰

Secara etimologi Etika berasal dari bahasa Yunani adalah "*Ethos*", yang biasanya berkaitan erat dengan perkataan moral yang merupakan istilah dari bahasa Latin, yaitu "*Mos*" dan dalam bentuk jamaknya "*Mores*", yang berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik (kesusilaan), dan menghindari dari hal-hal tindakan yang buruk. Etika dan moral lebih kurang sama pengertiannya, tetapi dalam kegiatan sehari-hari terdapat perbedaan, yaitu moral atau moralitas untuk penilaian perbuatan yang dilakukan, sedangkan etika adalah untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang berlaku". Dan pada praktiknya, pendidikan moral cenderung memiliki cakupan lebih sempit, yaitu hanya pada perkembangan keilmuan kognitif, sedangkan pendidikan karakter memiliki cakupan lebih luas dan komprehensif.²¹

Sedang secara terminologis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata "Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral. Kumpulan asas/nilai yang berkenaan dengan akhlak, nilai mengenai yang benar dan salah yang dianut masyarakat." Dari asal usul kata, "Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti adat istiadat/kebiasaan yang baik. Menurut Tanyid 2014 "etika tidak hanya sekadar sebuah ilmu tentang yang baik dan buruk ataupun bukan hanya sekadar sebuah nilai, tetapi lebih dari itu bahwa etika adalah sebuah kebiasaan yang baik dan sebuah kesepakatan yang diambil berdasarkan suatu yang baik dan benar Etika mempersoalkan bagaimana manusia bertindak. Sedangkan moral mempersoalkan bagaimana semestinya tindakan manusia."²²

D. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Pengasuhan mereka bahkan banyak dibantu oleh teknologi dan internet. Terlahir antara tahun 1995-2012. Karakter Generasi Z berbeda dengan Generasi-Generasi sebelumnya. Generasi Z lahir di era serba digital yang mengharuskan mereka untuk melek teknologi. Meski demikian, lahir di era serba digital juga memberikan kemudahan untuk mencari tahu berbagai informasi di internet. Semudah mengetikkan kata kunci yang ingin mereka cari di google atau youtube, maka akan langsung bermunculan ratusan bahkan ribuan video atau artikel yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, mereka bisa mengeksplor kreativitasnya melalui internet. Hal inilah yang menumbuhkan sikap kemandirian pada Generasi Z.²³

Penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Emerging Issues*, menyebutkan bahwa Generasi Z adalah Generasi yang paling unik dan Generasi yang beragam dan canggih secara teknologi. Generasi ini memiliki cara komunikasi dan media sosial yang informal, individual, dan sangat lurus dalam kehidupan mereka. Mereka adalah Generasi *Do-It-Yourself*. Sedangkan berdasarkan

²⁰ Sagaf S. Pettalongi, "Islam Dan Pendidikan Humanis Dalam Resolusi Konflik Sosial," *Cakrawala Pendidikan* 32, no. 2 (2013): 172–82.

²¹ Abdul Aziz and Supratman Zakir, "Indonesian Research Journal on Education : Jurnal Ilmu Pendidikan," *On Education Indonesian Research Journal on Education* 2, no. 3 (2022): 1030–37.

²² Kusroni Kusroni, "Mengenal Ragam Pendekatan, Metode, Dan Corak Dalam Penafsiran Al-Qur'an," *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin* 9, no. 1 (2019): 91, <https://doi.org/10.36781/kaca.v9i1.2988>.

²³ Yuli Kristyowati and MTh Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, "Generasi 'Z' Dan Strategi Melayaninya" 02, no. 1 (2021): 23–34, <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>.

temuan Generational White Paper, Generasi Z cenderung lebih tidak sabar, berpikiran instan, kurang ambisi dibanding Generasi sebelumnya, mengalami gangguan defisit perhatian dengan ketergantungan yang tinggi pada teknologi dan rentang perhatian yang rendah, individualistik, mandiri, lebih banyak menuntut, serakah, materialistik dan merasa menjadi Generasi yang paling berhak. Generasi Z seringkali dianggap lebih individualistik dan kurang peduli terhadap lingkungan. Individualisme ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antara lain: globalisasi dan perkembangan zaman dengan sedikit keselarasan dengan nilai-nilai lokal seperti gotong royong. Khususnya di daerah perkantoran, kepentingan individu lebih diutamakan daripada kepentingan umum.²⁴

Banyak pendapat para ahli tentang sifat Generasi Z, Angelina Ika Rahutami mengatakan karakter yang paling menonjol pada Gen Z yaitu ketertarikan dan kemahiran terhadap teknologi, hal ini memudahkan Generasi Z dalam mendapatkan informasi. Ia juga mengatakan bahwa Generasi Z tidak menyukai Proses. “Karakter yang tidak menyukai proses dan hanya berorientasi pada hasil menyebabkan generasi “instan”, yang akan cepat mengeluh jika mendapatkan tugas berat, dan cenderung mengambil jalan pintas jika menemui kebutuhan. Membuat mereka berwawasan lebar dan tidak dalam.”²⁵

E. Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Karakter Dan Etika Pada Generasi Z Pada Organisasi Ekstrakurikuler Kampus Universitas Yudharta Pasuruan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan yang dilakukan terhadap para pengurus organisasi ekstra kampus di Universitas Yudharta Pasuruan, dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa generasi Z menunjukkan karakteristik khas yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya dalam konteks kehidupan berorganisasi. Karakteristik ini mencakup kecenderungan untuk mudah merasa jenuh, preferensi terhadap komunikasi yang ringkas, serta kebutuhan tinggi akan fleksibilitas dalam menjalankan peran organisasi. Mereka juga menunjukkan tingkat kesadaran sosial yang tinggi, namun cenderung selektif dalam memilih aktivitas yang mereka anggap bermakna atau relevan secara personal. Fenomena ini mencerminkan perubahan paradigma dalam pola komunikasi dan pengelolaan organisasi mahasiswa.²⁶

Generasi Z, yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital serta teknologi informasi yang cepat dan responsif, cenderung tidak merespons dengan baik bentuk komunikasi yang terlalu formal, panjang, dan birokratis. Sebaliknya, mereka lebih menyukai pendekatan komunikasi yang dialogis, partisipatif, dan bersifat langsung ke inti persoalan. Pendekatan komunikasi semacam ini memungkinkan keterlibatan emosional yang lebih besar dan menciptakan rasa memiliki yang lebih kuat terhadap organisasi. Hal ini sesuai dengan temuan (Seemiller *et al.*, 2016.), yang mengungkapkan bahwa generasi Z mengapresiasi komunikasi yang terbuka dan kolaboratif, serta cenderung merespons positif terhadap sistem yang memberikan ruang partisipasi aktif. Dalam konteks organisasi, komunikasi bukan sekadar alat tukar informasi, melainkan juga instrumen

²⁴ Nasution Putra Kurnia Awal, “Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z,” *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan* Volume 13, no. 277 (2020).

²⁵ Nasution Putra Kurnia Awal.

²⁶ Yusri Fajri Annur, Ririn Yuriska, and Shofia Tamara Arditasari, “Pendidikan Karakter Dan Etika Dalam Pendidikan,” *Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang 15-16 Januari 2021* Vol 2 (2021): 330–35.

pembentukan karakter individu.²⁷

Proses mentoring dan kaderisasi yang dilakukan dalam organisasi kemahasiswaan, misalnya, sarat akan pesan-pesan moral, nilai ideologis, serta pembelajaran kepemimpinan. Selama proses tersebut berlangsung, terjadi proses internalisasi nilai, seperti tanggung jawab, kedisiplinan, kejujuran, dan integritas. Komunikasi yang efektif dan konsisten menjadi media utama dalam menyampaikan dan merefleksikan nilai-nilai tersebut kepada anggota, khususnya generasi Z yang cenderung membutuhkan alasan yang jelas dan kontekstual dalam setiap tindakan mereka (Twenge, 2017). Etika dalam organisasi juga tidak terlepas dari pola komunikasi yang dibangun antaranggota. Nilai-nilai etis seperti penggunaan bahasa yang sopan, penghargaan terhadap perbedaan pendapat, serta keterbukaan terhadap kritik menjadi bagian integral dari proses pembelajaran kolektif. Dengan kata lain, komunikasi menjadi ruang sosial tempat bersemainya etika kolektif yang mencerminkan identitas dan nilai organisasi. Rahman, salah satu pengurus kaderisasi yang diwawancarai, menyebutkan pentingnya memberikan teladan dalam komunikasi, baik secara lisan maupun digital, sebagai bentuk implementasi nyata dari nilai-nilai etika organisasi.²⁸

Di sisi lain, hasil penelitian juga mengungkapkan sejumlah tantangan yang dihadapi dalam proses komunikasi organisasi. Salah satunya adalah keberagaman latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan anggota organisasi. Perbedaan ini berimplikasi pada kompleksitas dalam menyamakan persepsi dan pendekatan komunikasi yang digunakan. Proses negosiasi makna, interpretasi terhadap kebijakan internal, dan penerimaan terhadap kritik menjadi lebih menantang karena masing-masing individu membawa referensi nilai yang berbeda. Menurut Nuraeni, perbedaan nilai budaya dan latar belakang sosial sangat memengaruhi cara individu dalam berkomunikasi, menerima pesan, dan merespons instruksi dalam suatu kelompok. Namun demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi dalam lingkungan organisasi ekstra kampus memainkan peran yang sangat signifikan dalam proses pembentukan karakter dan etika mahasiswa generasi Z. Peran ini tidak hanya terbatas pada dimensi formal, seperti dalam rapat atau diskusi struktural, tetapi juga mencakup interaksi sehari-hari yang membentuk kultur organisasi. Efektivitas komunikasi tersebut sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, yakni: pertama, kualitas dan kontinuitas komunikasi yang terjalin antara pengurus dan anggota; kedua, peran aktif para pengurus dalam memberikan keteladanan sikap dan perilaku komunikatif; dan ketiga, keselarasan antara nilai-nilai organisasi dengan metode komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik generasi Z.²⁹

Penyesuaian metode komunikasi menjadi aspek krusial yang tidak bisa diabaikan. Organisasi yang masih terpaku pada model komunikasi konvensional cenderung mengalami kesenjangan komunikasi yang menghambat transfer nilai dan informasi. Oleh karena itu, organisasi mahasiswa perlu bertransformasi secara adaptif, baik dalam aspek konten, media, maupun gaya komunikasi.

²⁷ Afrixson Leonard Alexander, Djauharotun Nafisah, and Calvin Alfiansyah, "AL-ALLAM : JUNAL PENDIDIKAN Pendidikan Karakter Dan Dekadensi Moral Kaum Milenial," *Al-Allam: Jurnal Pendidikan* 3, no. 1 (2022): 26–33.

²⁸ Dingot Hamonangan Ismail and Joko Nugroho, "Kompetensi Kerja Gen Z Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0," *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 4 (2022): 1300–1307, <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i4.566>.

²⁹ Antonia Santosa and I Gede Adiputra, "Terhadap Motivasi Kerja Generasi Z Di Jakarta," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 05, no. 01 (2023): 122–31.

Penerapan teknologi komunikasi digital seperti grup WhatsApp, Zoom meeting, dan media sosial lainnya, jika digunakan secara bijak, dapat menjadi sarana efektif dalam menjembatani komunikasi lintas generasi dan menyampaikan nilai organisasi dengan cara yang lebih kontekstual dan relevan.³⁰ Dengan demikian, komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai jembatan penghubung antarindividu dalam organisasi, tetapi juga sebagai mekanisme strategis dalam membentuk pola pikir, perilaku etis, dan integritas generasi muda. Dalam konteks mahasiswa generasi Z, komunikasi organisasi yang efektif akan mampu membentuk karakter yang kuat dan adaptif, serta mempersiapkan mereka menjadi pemimpin masa depan yang beretika dan berwawasan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap pengurus organisasi ekstra kampus di Universitas Yudharta Pasuruan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran strategis dalam proses pembentukan karakter dan etika mahasiswa generasi Z. Komunikasi dalam lingkup organisasi tidak hanya dimaknai sebagai sarana penyampaian dan pertukaran informasi, melainkan juga sebagai instrumen penting dalam internalisasi nilai-nilai ideologis, moral, serta kepemimpinan. Melalui pola komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan dialogis, organisasi mahasiswa mampu menghadirkan ruang interaksi yang sehat antara pengurus dan anggota. Hal ini tercermin dalam berbagai aktivitas seperti rapat rutin, kegiatan mentoring, hingga diskusi informal yang mendorong tumbuhnya budaya saling menghargai, keterbukaan, dan kerja sama. Dalam proses tersebut, nilai-nilai seperti kedisiplinan, tanggung jawab, kejujuran, dan penghargaan terhadap perbedaan dapat ditanamkan secara efektif kepada mahasiswa. Efektivitas komunikasi organisasi dalam membentuk karakter generasi Z juga sangat ditentukan oleh kesesuaian metode komunikasi yang digunakan. Generasi ini cenderung responsif terhadap pendekatan komunikasi yang interaktif, kreatif, dan berbasis teknologi digital. Selain itu, keteladanan para pengurus dalam berkomunikasi secara etis menjadi faktor kunci yang memperkuat proses internalisasi nilai. Dengan demikian, organisasi ekstra kampus berfungsi bukan hanya sebagai wadah kegiatan, tetapi juga sebagai arena pembelajaran sosial yang membentuk mahasiswa berkarakter kuat, beretika, serta adaptif terhadap dinamika zaman.

Daftar Pustaka

- Abdillah, Muhyidin, and Sopia Laila Nugraha. "Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Pendidikan Literasi: Studi Di Pesantren Baitul Kilmah Bantul." *Jurnal MD* 5, no. 1 (2019): 73–86. <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.51-05>.
- Akadira, Tora. "Komunikasi Manajemen Dalam Peningkatan Nilai Sakip Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset Dan Teknologi." *Medium* 10, no. 1 (2022): 235–52. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9914](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9914).
- Alexander, Afrixson Leonard, Djauharotun Nafisah, and Calvin Alfiansyah. "AL-ALLAM : JUNAL PENDIDIKAN Pendidikan Karakter Dan Dekadensi Moral Kaum Milenial." *Al-Allam: Jurnal Pendidikan* 3, no. 1 (2022): 26–33.
- Andini Pramudita. "Pengembangan Inovasi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kemudahan Akses

³⁰ Annisa Fitriyani et al., "Determinan Persepsi Perilaku Generasi Milenial Dengan Generasi Z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024," *Journal of Education Science (JES)* 10, no. April (2024).

- Layanan Nasabah Di Pt . Pegadaian.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 3 (2025): 65–71.
- Annur, Yusri Fajri, Ririn Yuriska, and Shofia Tamara Arditasari. “Pendidikan Karakter Dan Etika Dalam Pendidikan.” *Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang 15-16 Januari 2021 Vol 2* (2021): 330–35.
- Aziz, Abdul, and Supratman Zakir. “Indonesian Research Journal on Education : Jurnal Ilmu Pendidikan.” *On Education Indonesian Research Journal on Education* 2, no. 3 (2022): 1030–37.
- Desa, Baroqah, and Sukamarga Kecamatan. “Respon Orang Tua Terhadap Perilaku Bermain Tik-Tok Santri Di Taman Pendidikan Al-Qur’an Al Baroqah Desa Sukamarga Kecamatan Abung Kunang Kabupaten Lampung Utara.” Universitas islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023.
- Evi Zahara. “Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi.” *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi* 1829–7463, no. April (2018): 8.
- Fauzan Ahmad Siregar, and Lailatul Usriyah. “Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Manajemen Konflik.” *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)* 5, no. 2 (2021): 163–74. <https://doi.org/10.47766/idadah.v5i2.147>.
- Fitriyani, Annisa, Artanti Dwi Rosadi, Fida Laila, Dewi Puspita, and Ali Imron. “Determinan Persepsi Perilaku Generasi Milenial Dengan Generasi Z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024.” *Journal of Education Science (JES)* 10, no. April (2024).
- Ismail, Dingot Hamonangan, and Joko Nugroho. “Kompetensi Kerja Gen Z Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0.” *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 4 (2022): 1300–1307. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i4.566>.
- Kristyowati, Yuli, and MTh Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado. “Generasi ‘Z’ Dan Strategi Melayaninya” 02, no. 1 (2021): 23–34. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>.
- Kusroni, Kusroni. “Mengenal Ragam Pendekatan, Metode, Dan Corak Dalam Penafsiran Al-Qur’an.” *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin* 9, no. 1 (2019): 91. <https://doi.org/10.36781/kaca.v9i1.2988>.
- Maulidina, Rizka. “Pola Perilaku Pengguna Internet Dalam Mengonsumsi Dan Menyebarkan Berita Dan Informasi Pada Generasi X, Y, Dan Z, 2020.” Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2020.
- Nasution Putra Kurnia Awal. “Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z.” *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan Volume* 13, no. 277 (2020).
- Pantan, Frans, Priskila Issak Benyamin, Johni Handori, Yuel Sumarno, and Sadrakh Sugiono. “Resiliensi Spiritual Menghadapi Disruption Religious Value Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Lembaga Keagamaan.” *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 7, no. 2 (2021): 372–80.
- Pesiwarissa, Briegel I.J., and Leonard Adrie Manafe. “Economics and Digital Business Review Komunikasi Interpersonal Atasan Dan Bawahan Dalam Membangun Efektivitas Kerja Pegawai.” *Jurnal Economics and Digital Business Review* 5, no. 2 (2024): 543–55.
- Puspitasari, Dita, and Bayu Putra. “PENTINGNYA PERANAN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI : LISAN , NON VERBAL , DAN TERTULIS (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN).” *Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 3 (2022): 257–68. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3>.
- Sagaf S. Pettalongi. “Islam Dan Pendidikan Humanis Dalam Resolusi Konflik Sosial.” *Cakrawala Pendidikan* 32, no. 2 (2013): 172–82.
- Santosa, Antonia, and I Gede Adiputra. “Terhadap Motivasi Kerja Generasi Z Di Jakarta.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 05, no. 01 (2023): 122–31.
- Subandowo, Marianus. “Teknologi Pendidikan Di Era Society 5.0.” *Sagacious Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Sosial* 9, no. 1 (2022): 24–35.

- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan RD*. Bandung: AlFabetha, 2017.
- . *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Tjg, Hikma Riskina, Ilham Fauzy Harahap, Khusnul Amanda, Irwan Jebua, Sonang Pandapotan, and Oksari Anastasya Sihaloho. “Degradasi Identitas Nasional: Munculnya Individualisme Dikalangan Generasi Z.” *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 9 (2024): 4772–80.
- Volume, Jom Visip. “Key Word : Communication Planning, Socialization, Smart City” 4, no. 2 (2017): 1–13.
- Zamzami, and Wili Sahana. “Strategi Komunikasi Organisasi.” *Journal Educational Research and Social Studies* Volume 2 N (2021): 27.
- Zis, Sirajul Fuad, Rahmi Surya Dewi, and Zainal Efendi. “Model Perilaku Komunikasi Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Digital Memasuki Era 4.0 Dan 5.0 Di Kecamatan Kuranji.” *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 1 (2021): 66–87. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3624>.