



MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan
Tantangan di Era Digital



Agges Daryo, M.Si., Psikolog
Agustina, M.Psi., Psikolog
Astri Anggraini, dr. M.Psi., Psikolog
Bianca Marella, S.Psi., M.Sc.
Bonar Hutapea, S.Psi., M.Psi.
Carolus Suharyanto, S.T., M.Si.
Daniel Lie, M.Psi., Psikolog
Debora Basaria, M.Psi., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Erik Wijaya, M.Si.
Franisca Irtani Dewi, Dr.
Heryanto Saryadi, Dr., M.Si., Psikolog
Jessica Chandika, M.Psi., Psikolog

Kiky D.H. Saripwati, M.Psi., Psikolog
Linda Wati, M.Psi., Psikolog
Muhammad Ramadhan, M.Psi., Psikolog
Meika Kurniawati, S.Psi., M.M.
Meylisa Permata Sari, S.Psi., M.Sc.
Meisike Y. Superman, M.Psi., Psikolog
Monika, M.Psi., Psikolog
Monty P. Sattadarma, Dr., MS/AT, MFCC, DOH, Psikolog
P. Tommy YS. Suyasa, Dr., Psikolog
Raja Oloah Tumanggor, Dr., SAg.
Rahmah Hastuti, M.Psi., Psikolog
Naomi Soetikno, Dr., M.Psi., Psikolog
Niken Widi Astuti, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Ninawati, Dra., M.M.
Pamela Hendra Heng, S.Pd., M.PH., M.A., Ph.D.
Reza Fahlevi, S.K.M., M.M., M.Psi., Psikolog
Riana Sahran, Dr., Psikolog
Roswiyanti, Ph.D., Psikolog
Rita Markus Idurilastri, Dr., Ir., M.Psi.T.
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog
Sri Tietri, S.Psi., Psikolog, Ph.D.
Lutung Subroto, M.Psi., Psikolog
Widy Rianawaty, M.Psi., Psikolog
Willy Tasdin, M.Psi., Psikolog
Yohanes Budiarto, Dr.
Zamralita, Dr., M.M., Psikolog

Editor:

Monty P. Sattadarma, Dr., MS/AT, MFCC, DOH, Psikolog | Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog | Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog

MEMAHAMI **GENERASI Z**

Psikologi, Kebutuhan, dan
Tantangan di Era Digital

MEMAHAMI **GENERASI Z**

Psikologi, Kebutuhan, dan
Tantangan di Era Digital

MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan
Tantangan di Era Digital

Agoes Dariyo, M.Si., Psikolog
Agustina, M.Psi., Psikolog
Astri Anggraini, dr. M.Psi., Psikolog
Bianca Marella, S.Psi., M.Sc.
Bonar Hutapea, S.Psi., M.Psi.
Carolus Suharyanto, S.T., M.Si.
Daniel Lie, M.Psi., Psikolog
Debora Basaria, M.Psi., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Erik Wijaya, M.Si.
Fransisca Iriani Dewi, Dr.
Heryanti Satyadi, Dr., M.Si., Psikolog
Jessica Chandika, M.Psi., Psikolog
Kiky D.H. Saraswati, M.Psi., Psikolog
Linda Wati, M.Psi., Psikolog
Muhammad Ramadhan, M.Psi., Psikolog
Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.
Meylisa Permata Sari, S.Psi., M.Sc.
Meiske Y. Suparman, M.Psi., Psikolog
Monika, M.Psi., Psikolog

Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT, MFCC, DCH., Psikolog
P. Tenmy Y.S. Suyasa, Dr., Psikolog
Raja Oloan Tumanggog, Dr., SAg.
Rahmah Hastuti, M.Psi., Psikolog
Naomi Soetikno, Dr., M.Pd., Psikolog
Niken Widi Astuti, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ninawati, Dra. M.M.
Pamela Hendra Heng, S.Pd., M.PH., M.A., Ph.D.
Reza Fahlevi, S.K.M., M.M., M.Psi., Psikolog
Riana Sahrani, Dr., Psikolog
Roswiyani, Ph.D., Psikolog
Rita Markus Idulfilastri, Dr., Ir., M.Psi.T.
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog
Sri Tiatri, S.Psi., Psikolog., Ph.D.
Untung Subroto, M.Psi., Psikolog
Widya Risnawaty, M.Psi., Psikolog
Willy Tasdin, M.Psi., Psikolog
Yohanes Budiarto, Dr.
Zamralita, Dr., M.M., Psikolog

Editor:

Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT, MFCC, DCH., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog



RAJAWALI PERS
Divisi Buku Perguruan Tinggi
PT RajaGrafindo Persada
DEPOK

MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan
Tantangan di Era Digital

Agoes Dariyo, M.Si., Psikolog
Agustina, M.Psi., Psikolog
Astri Anggraini, dr. M.Psi., Psikolog
Bianca Marella, S.Psi., M.Sc.
Bonar Hutapea, S.Psi., M.Psi.
Carolus Suharyanto, S.T., M.Si.
Daniel Lie, M.Psi., Psikolog
Debora Basaria, M.Psi., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Erik Wijaya, M.Si.
Fransisca Iriani Dewi, Dr.
Heryanti Satyadi, Dr., M.Si., Psikolog
Jessica Chandika, M.Psi., Psikolog
Kiky D.H. Saraswati, M.Psi., Psikolog
Linda Wati, M.Psi., Psikolog
Muhammad Ramadhan, M.Psi., Psikolog
Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.
Meylisa Permata Sari, S.Psi., M.Sc.
Meiske Y. Suparman, M.Psi., Psikolog
Monika, M.Psi., Psikolog

Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT, MFCC., DCH., Psikolog
P. Tommy Y.S. Suyasa, Dr., Psikolog
Raja Oloan Tumanggor, Dr., SAg.
Rahmah Hastuti, M.Psi., Psikolog
Naomi Soetikno, Dr., M.Pd., Psikolog
Niken Widi Astuti, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ninawati, Dra. M.M.
Pamela Hendra Heng, S.Pd., M.PH., M.A., Ph.D.
Reza Fahlevi, S.K.M., M.M., M.Psi., Psikolog
Riana Sahrani, Dr., Psikolog
Roswiyani, Ph.D., Psikolog
Rita Markus Idulfilastri, Dr., Ir., M.Psi.T.
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog
Sri Tiatry, S.Psi., Psikolog., Ph.D.
Untung Subroto, M.Psi., Psikolog
Widya Risnawaty, M.Psi., Psikolog
Willy Tasdin, M.Psi., Psikolog
Yohanes Budiarto, Dr.
Zamralita, Dr., M.M., Psikolog

Editor:

Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT, MFCC., DCH., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog



RAJAWALI PERS
Divisi Buku Perguruan Tinggi
PT RajaGrafindo Persada
DEPOK

Hak cipta 2024, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

01.2024.00597.00.02.001

Sri Tiatri, S.Psi., Psikolog., Ph.D., dkk.

MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan Tantangan di Era Digital

xviii, 320 hlm., 23 cm

ISBN 978-623-08-1359-7

Cetakan ke-1, Desember 2024

Buku ini diterbitkan atas kerja sama antara Rajawali Pers dan Universitas Tarumanegara

Hak penerbitan pada Rajawali Pers, Depok

Editor : Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT., MFCC., DCH., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog
Copy Editor : Dhea Apriyanti
Setter : Raziv Gandhi
Desain cover : Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog

Dicetak di Rajawali Printing

RAJAWALI PERS

PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Anggota IKAPI

Kantor Pusat:

Jl. Raya Leuwinanggung, No.112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456

Telepon : (021) 84311162

E-mail : rajapers@rajagrafindo.co.id <http://www.rajagrafindo.co.id>

Perawakilan:

Jakarta-16456 Jl. Raya Leuwinanggung No. 112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162. Bandung-40241, E. H. Rudi Temar No. 8 Komplek Kardi, Telp. 022-5206202. Yogyakarta-Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan, Ngastiharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093. Surabaya-60138, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700819. Palembang-30137, Jl. Macan Kumbang 18 No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062. Pekanbaru-38294, Perum De' Diantha Land Blok C 1 No. 1, J. Kartama Marpoyan Damai, Telp. 0761-65807. Medan-20144, Jl. Eka Rasmi Gg. Eka Rossa No. 3A Blok A Komplek Johor Residence Kec. Medan Johor, Telp. 061-7871546. Makassar-90221, Jl. Sultan Alauddin Komp. Bumi Permata Hijau Bumi 14 Blok A14 No. 3, Telp. 0411-861628. Banjarmasin-70134, Jl. Bali No. 31 Rt 05, Telp. 0511-3952066. Bali, Jl. Imun Banjar Gg 100/V No. 2, Denpasar Telp. (0361) 8607995. Bandar Lampung-35115, Perum. Bilabang Jaya Blok 88 No. 1 Susunan Baru, Langkapura, Hp. 081299047094.

Hak cipta 2024, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

01.2024.00597.00.02.001

Sri Tietri, S.Psi., Psikolog., Ph.D., dkk.

MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan Tantangan di Era Digital

xvii, 320 hlm., 23 cm

ISBN 978-623-08-1359-7

Cetakan ke-1, Desember 2024

Buku ini diterbitkan atas kerja sama antara Rajawali Pers dan Universitas Tarumanegara

Hak penerbitan pada Rajawali Pers, Depok

Editor : Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT., MFCC., DCH., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog
Copy Editor : Dhea Apriyani
Setter : Ruzvi Gandhi
Desain cover : Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog

Dicetak di Rajawali Printing

RAJAWALI PERS

PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Anggota IKAPI

Kantor Pusat

Jl. Raya Leuwisunggang, No 112, Kel. Leuwisunggang, Kec. Tapos, Kota Depok 16456

Telepon (021) 84311162

E-mail rajapers@rajagrafindo.co.id <http://www.rajagrafindo.co.id>

Penerbitan

Jakarta 16116 Jl. Raya Leuwisunggang No. 112, Kel. Leuwisunggang, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162 **Bandung** 40144, J. P. Kardi Lembang No. 8 Komplek Kardi, Telp. 022 5206204 **Yogyakarta** Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, K. Soragan, Ngrombo, Bantul, Telp. 0274 425001 **Surabaya** 60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031 4700838 **Palembang** 30117, Jl. Mayor Rumbeng II No. 30/4610 4/1 78 Kel. Dendam Lembang Daun, Telp. 0711 465062 **Pekalongan** 28294, Perum. Sri Gunung Indah Blok K 3 No. 1, K. Kartasura Mangrove Damai, Telp. 0761 45807 **Medan** 20144, K. Eka Rezeki Iq. Eka Rezeki No. 47 Blok 4 Komplek Aduh Residence Ras. Medan Johor, Telp. 061 7871546 **Makassar** 90271, K. Sultan Alauddin Kota, Bumi Perwata Harapan Bumi 14 Blok A14 No. 3, Telp. 0411 461614 **Banjarbaru** 70118, K. Bahi No. 11 Blok 05, Telp. 0511 431486 **Bali** K. Jember-Bungaya Loka/II No. 2 Denpasar Telp. 0361 8607995 **Bandar Lampung** 35115, Perum. Blambangan Jaya Blok 88 No. 3 Jember-Bali Langkapura, Telp. 081-226647004

Hak cipta 2024, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun,
termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

01.2024.00597.00.02.001

Sri Tiatri, S.Psi., Psikolog., Ph.D., dkk.

MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan Tantangan di Era Digital

xviii, 320 hlm., 23 cm

ISBN 978-623-08-1359-7

Cetakan ke-1, Desember 2024

Buku ini diterbitkan atas kerja sama antara Rajawali Pers dan Universitas Tarumanegara

Hak penerbitan pada Rajawali Pers, Depok

Editor : Monty P. Satiadarma, Dr., MS/AT., MFCC., DCH., Psikolog
Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog
Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog
Copy Editor : Dhea Apriyani
Setter : Raziv Gandhi
Desain cover : Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog

Dicetak di Rajawali Printing

RAJAWALI PERS

PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Anggota IKAPI

Kantor Pusat:

Jl. Raya Leuwinanggung, No.112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456

Telepon : (021) 84311162

E-mail : rajapers@rajagrafindo.co.id <http://www.rajagrafindo.co.id>

Persatuan

Jakarta 16456 Jl. Raya Leuwinanggung No. 112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162 Bandung 40143,
Jl. H. Rudi Temar No. 8 Komplek Rudi, Telp. 022-5200202. Yogyakarta Perum Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan,
Ngatikharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093 Surabaya 60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700619
Palembang 30137, Jl. Medan Kumbang 18 No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062 Pekanbaru 28294,
Perum De. Shandra Land Blok C 3 No. 1, Jl. Kartama Marpoyan Dama, Telp. 0761-65807 Medan 20144, Jl. Eka Rumi Gg. 184
Pusat No. 14 Blok A Komplek Juhor Residence Kec. Abidin Juhor, Telp. 061-7871546 Makassar 90221, Jl. Sultan Alauddin
Kemp. Rumi Permatas Ngaju Bumi 24 Blok A14 No. 3, Telp. 0411-861618 Banjarmasin 70114, Jl. Bul. No. 31 Rt 05, Telp. 0511-
333-7060 Balikpapan 76119 Blok 110/V No. 2, Cempasar Telp. (0561) 8607995 Bandar Lampung 35115, Perum. Blabang Jaya
Blok 04 No. 1 Suman Baru, Langkapura, Hp. 081299087098



KATA PENGANTAR

Sri Tiatri, Ph.D., Psikolog

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara

Sejarah perkembangan manusia menunjukkan bahwa kehidupan manusia mengalami perubahan secara berkelanjutan, seiring perkembangan yang terjadi dalam lingkungan kehidupan. Pada tahun 2024 ini, masyarakat dunia berada di dalam era disruptif. Berdasarkan KBBI daring yang diterbitkan oleh Kemendikbudristek, disruptif berarti "cenderung mengubah atau mengganggu sistem yang sudah ada". Dengan demikian, era disruptif merupakan era perubahan yang dapat mengganggu sistem yang sudah ada. Orang-orang yang mengharapkan keamanan dapat terganggu dengan adanya perubahan-perubahan dalam sistem kemasyarakatan. Setiap bagian dari masyarakat dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang ada.

Penemuan, inovasi, dan perkembangan teknologi, khususnya internet, telah menyebabkan manusia dapat mengakses dunia maya yang tidak mengenal batasan waktu dan tempat. Generasi yang lahir pada masa perkembangan internet ini sering kali disebut Generasi Z. Perkembangan internet inilah salah satu penyebab terjadinya perubahan dalam perilaku, termasuk di dalam pola pikir dan pola hubungan antarmanusia.

Beragam perubahan perilaku manusia yang terjadi dalam era disruptif ini, dapat teramati pada Generasi Z. Ketiadaan pola yang mapan, mungkin menyebabkan kegamangan pada sebagian orang. Para dosen di fakultas psikologi menyadari perlunya penggambaran

kondisi Generasi Z ini untuk memberikan pemahaman kepada khalayak ramai mengenai generasi yang lahir dalam dunia yang berinternet. Tidak sekadar penggambaran, para dosen di fakultas psikologi menyumbangkan pemikiran yang diramu dalam bentuk tulisan populer. Buku ini kami persembahkan kepada masyarakat, sebagai salah satu kontribusi fakultas psikologi dalam ulang tahunnya yang ke-30.

Terima kasih kami ucapkan kepada semua para dosen fakultas psikologi yang telah mengontribusikan tulisannya. Terima kasih kepada Bapak Dr. Monty P. Satiadarma, MS/AT., MFCC., DCH., Psikolog dan ibu Denrich Suryadi, M.Psi., Psikolog yang telah menjadi editor buku ini. Terima kasih kepada Bapak Sandy Kartasasmita, M.Psi., Psikolog yang telah menjadi koordinator penerbitan buku ini. Terima kasih kepada Ibu Niken Widi Astuti, S.Psi., M.Psi., Psikolog, yang telah mengoordinir seluruh kegiatan, termasuk di dalamnya penerbitan buku ini. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penerbitan buku ini. Besar harapan kami, buku ini dapat bermanfaat bagi semua pembacanya.

Jakarta, 18 Juli 2024

Sri Tiatri, Ph.D., Psikolog
Dekan Fakultas Psikologi UNTAR



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

Sri Tiatri, Ph.D., Psikolog

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara

v

DAFTAR ISI

vii

TRI DASAWARSA CAMPUR WARNI EDUKASI PSIKOLOGI TARUMANAGARA

Monty P. Satiadarma

xi

BAGIAN 1 SUDUT PANDANG PENDEKATAN KOGNITIF TERHADAP GENERASI Z

1

*Relevansi Critical Thinking dan Compassion
pada Generasi Z*

Carolus Suharyanto

3

*Masa Depan Kesehatan Gen-Z: Prediksi dan Strategi
dalam Menghadapi Tantangan Baru*

Bianca Marella

8

BAGIAN 2 SUDUT PANDANG PSIKOLOGI SOSIAL TERHADAP GENERASI Z

15

Parasocial Relationship pada Remaja

Erik Wijaya

17

vii

Upaya Gen-Z Tanggulangi Banjir Informasi <i>Fransisca Iriani Dewi</i>	24
Generasi Z dan Inklusivitas <i>Ninawati</i>	30
Masih Adakah Gotong Royong pada Generasi Z? <i>Rita Markus Idulfilastri</i>	38
BAGIAN 3 PENDIDIKAN SEBAGAI KEBUTUHAN GENERASI Z	49
Guru Milenial untuk Generasi Z <i>Niken Widi Astuti</i>	51
Urgensi Pendidikan Karakter Generasi Z <i>Raja Oloan Tumanggor</i>	60
Belajar Hal Baru: Apakah Sudah Menguasai Prasyaratnya? <i>Sri Tiatri</i>	65
Bijaksana dalam Ber-Digital Parenting pada Remaja Generasi Z <i>Riana Sahrani</i>	73
<i>Gen Z Core Values: What You Need to Know</i> <i>Reza Fahlevi</i>	79
BAGIAN 4 KESEHATAN MENTAL GENERASI Z	87
<i>Strawberry Generation</i> dan Kesehatan Mental <i>Willy Tasdin</i>	89
Generasi Z, Generasi <i>Strawberry</i> yang Rentan Bunuh Diri <i>Naomi Soetikno</i>	94
<i>Managing Stress Effectively in the Digital Life</i> <i>Roswiyani</i>	101
Naik Turun Emosi Remaja Gen Z <i>Linda Wati</i>	109
Terapi Bernyanyi untuk Mengatasi Depresi pada Remaja Generasi Z <i>Agoes Dariyo</i>	115

BAGIAN 5	GENERASI Z DAN KESEHATAN FISIK	121
	Seputar Kesehatan Reproduksi pada Gen Z	
	<i>Agustina</i>	123
	<i>Popcorn Brain</i> pada Gen Z: Ada Apa Gerangan?	
	<i>Astri Anggraini H.W.</i>	130
BAGIAN 6	GENERASI Z: KARIER DAN PEKERJAAN	145
	A to Z untuk Betah Bekerja: Bagaimana	
	Perusahaan Memikat Hati Gen Z?	
	<i>Daniel Lie</i>	147
	<i>Strawberry Generation</i> : Apa Betul Tidak Bisa Kerja?	
	<i>Jessica</i>	154
	Penggunaan Teknologi Pintar di Tempat Kerja:	
	Kawan atau Lawan?	
	<i>Kiky D.H. Sarawati</i>	160
	<i>Content Creator</i> sebagai Suatu <i>Career Calling</i>	
	<i>M. Ramadhan</i>	167
	Beberapa Dugaan Mengenai Perilaku Kerja Gen Z	
	<i>P. Tommy Y.S. Suyasa</i>	180
	Tips Bahagia di Tempat Kerja bagi Karyawan Gen Z	
	<i>Zamralita</i>	189
BAGIAN 7	GENERASI Z DENGAN MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI	197
	Media Sosial, <i>Make Believe</i> , dan Delusi	
	<i>Monty P. Satiadarma</i>	199
	Jauh tetapi Dekat, Dekat tetapi Jauh:	
	Pola Komunikasi Generasi Z	
	<i>Denrich Suryadi</i>	207
BAGIAN 8	GENERASI Z DAN TEKNOLOGI	215
	<i>Cyberpsychology</i> (Psikologi Siber): Sebuah Pengantar	
	<i>Heryanti Satyudi</i>	217
	Gen Z di Tengah Isu Perundungan Siber dan	
	Keberadaban Digital	
	<i>Monika</i>	224

Dampak Teknologi pada Kesehatan Mental Generasi Z: Yang Terhubung tetapi Terisolasi <i>Pamela Hendra Heng</i>	233
Budaya <i>Artificial</i> dan Tantangannya bagi Generasi Z <i>Widya Risnawaty</i>	240
<i>Gacha Games: Fun, Frustration, and the Thrill of the Gamble</i> (Permainan <i>Gacha</i> : Kesenangan, Frustrasi, dan Sensasi dari Berjudi) <i>Meylisa Permata Sari</i>	246
<i>Digital Hoarding Behavior: Sisi Kelam Digitalisasi dalam Kehidupan Pribadi?</i> <i>Bonar Hutapea dan Fransisca I.R. Dewi</i>	256
BAGIAN 9 GENERASI Z DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP	265
Psikososial Gen Z <i>Yohanes Budiarto</i>	267
Ruang Kopi, Obrolan Hati: Mengubah Perspektif tentang Hubungan Manusia <i>Sandy Kartasasmita</i>	272
Gen Z, <i>Flexing</i> , dan Keuangan <i>Meike Kurniawati</i>	282
Maratonton: Sekadar Mengisi Waktu Luang atau Luang Waktukah? <i>Rahmah Hastuti</i>	289
Tren Kecantikan pada Generasi Z <i>Debora Basaria</i>	295
BAGIAN 10 GENERASI Z DALAM MEMANDANG KEBAHAGIAAN DAN KEBERSYUKURAN	299
Kebahagiaan versi Generasi <i>Zoomer</i> <i>Untung Subroto</i>	301
Bagaimana Generasi Z Memaknai Rasa Syukur? <i>Meiske Y. Suparman</i>	307
BIODATA PENULIS	311



TREN KECANTIKAN PADA GENERASI Z

Debora Basaria

Sebagai orang yang lahir pada Generasi X, saya melihat perkembangan remaja Generasi Z saat ini tidak sama dengan perkembangan remaja pada Generasi X yang lahir antara tahun 1960 hingga tahun 1980. Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 memiliki cara pandang yang berbeda tentang konsep "cantik". Tentu pembicaraan seputar konsep cantik akan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman.

Setiap generasi memiliki definisinya masing-masing saat membahas mengenai apa itu cantik, begitu pula dengan Gen Z. Sebagai generasi yang berhubungan baik dengan media sosial, Gen Z sudah terbiasa mengutarakan opininya ke publik dengan lebih terbuka, jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Kebiasaan Gen Z untuk lebih bebas dalam beropini juga menyebabkan standar kecantikan tidak lagi relevan. Narasi mengenai kecantikan yang umum dijumpai pada Gen Z adalah setiap individu memiliki pesonanya masing-masing. Dengan demikian, setiap individu dapat dengan bebas memaknai kecantikan berdasarkan standar yang berbeda satu sama lain.

Tingkat penerimaan diri yang semakin membaik membuat Gen Z lebih percaya diri untuk menunjukkan sisi yang tadinya dianggap kekurangan, seperti tekstur kulit, *freckles*, bekas jerawat, *stretch mark*, dan lain-lain. Namun demikian, Gen Z juga terbilang sangat "melek" informasi terkait dengan produk-produk *skincare*. Berdasarkan

survei yang dilakukan oleh *Kyra Media* terhadap 3.500 responden daring menunjukkan bahwa Gen Z akan dengan sangat berhati-hati mempertimbangkan pembelian produk kecantikan berdasarkan informasi di internet dan siapa *influencer* yang mereka ikuti.

Gen Z juga lebih menyukai tampilan *make up* yang lebih minimalis tanpa banyak mengubah fitur asli wajah mereka. Maka, muncullah tren "*no makeup*" *makeup look*. Tren ini mulai muncul kurang lebih enam tahun yang lalu. Hal ini juga berdampak pada pendekatan yang coba dilakukan oleh berbagai merek produk kecantikan. Penggunaan model dengan warna kulit dan bentuk tubuh yang beragam menjadi strategi paling wajar untuk memenangkan hati konsumen Gen Z. Mengutip *Vogue Business*, Gen Z memiliki kecenderungan berbelanja lebih banyak untuk *brand* yang terasa seperti "kawan". Dalam artian pendekatan kecantikan yang digunakan oleh *brand* tersebut memang dengan mudah dijumpai dalam kehidupan sehari-hari.

Gen Z memaknai cantik tidak hanya sekadar merias tampilan secara fisik, melainkan juga sebagai bentuk dari ekspresi dan eksplorasi diri. Oleh karena itu, Gen Z juga memiliki ketertarikan untuk melihat sesuatu dari balik layar, begitu juga dengan kecantikan. Produk yang bagus saja tidak cukup untuk memikat perhatian Gen Z, pesan ataupun nilai yang terkandung dalam suatu produk juga turut memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. *Cruelty free*, *eco-friendly*, ataupun *vegan* menjadi nilai tambah yang banyak disasar oleh Gen Z.

Pengaruh Generasi Z terhadap industri kecantikan juga sangat signifikan. Tren kecantikan Gen Z disebut mencerminkan berbagai nilai bagi keanekaragaman hingga diri sendiri. Industri kecantikan pun telah merespons perubahan ini dengan lebih memahami keinginan generasi tersebut dan berusaha memenuhi harapan mereka. Pandangan Generasi Z tentang kecantikan telah membawa pergeseran signifikan dalam cara individu memandang kecantikan. Hal tersebut menjadikan inklusi dan autentisitas sebagai nilai yang lebih dihargai. Berikut adalah hal yang bisa kita pelajari seputar kecantikan menurut Generasi Z.

Definisi Kecantikan Menurut Generasi Z

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang menerima dan menganut nilai-nilai keanekaragaman tinggi. Ini tercermin dalam pandangan mereka

tentang kecantikan. Mereka menolak standar kecantikan yang ketat. Mereka percaya bahwa setiap orang memiliki keunikan dan pesona mereka sendiri. Generasi Z juga disebut menolak pandangan bahwa hanya satu tipe tubuh atau wajah yang bisa dianggap cantik. Mereka menghargai keunikan dan keaslian.

Keaslian dan “No Makeup” Makeup

Salah satu tren kecantikan yang sangat diidentifikasi dengan Generasi Z adalah tren “no makeup” makeup. Mereka cenderung lebih suka tampil alami, menekankan kulit yang sehat dan merawat daripada tampil berlebihan. Ini mencerminkan pandangan mereka tentang kecantikan sebagai ungkapan diri, bukan sebagai topeng. Mereka cenderung menggunakan riasan yang simpel. Warna-warna yang dipilih sebagai riasan wajah juga lebih ke warna natural, pastel, dan merah muda. Benar-benar tidak ingin terlihat mencolok.

Pemilihan Produk yang Ramah Lingkungan

Generasi Z juga peduli terhadap isu-isu lingkungan. Ini memengaruhi cara mereka memandang produk kecantikan. Mereka cenderung memilih merek yang berkomitmen untuk berkelanjutan (*sustainability*), baik dalam hal kemasan ramah lingkungan, bahan-bahan alami, atau praktik produksi yang bertanggung jawab. Generasi Z juga disebut berperan dalam mendorong perusahaan kecantikan untuk mengadopsi praktik yang lebih berkelanjutan. Mereka mencari produk yang memiliki dampak positif pada lingkungan. Terdapat minat yang kuat di kalangan konsumen Gen Z terhadap produk kecantikan yang “bersih dan alami”. Mengutip laman In-Cosmetics, mereka cenderung mencari merek yang menggunakan sedikit atau tanpa bahan sintetis, mengutamakan bahan “alami” dan organik, serta bebas dari zat yang berpotensi membahayakan.

Kecantikan di Media Sosial

Peran media sosial dalam membentuk pandangan Gen Z tentang kecantikan tak dapat diabaikan. *Influencer* dan kreator konten di platform, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, memiliki pengaruh

dalam membentuk tren kecantikan di kalangan Generasi Z. Dimulai dari pencarian produk yang mereka suka di media sosial, terlebih pada aplikasi TikTok yang menjadikan para Gen Z sebagai konsumen kecantikan muda. Generasi ini membeli produk yang didukung *influencer* karena fokus mereka pada keaslian. Menurut *Journal of Social Media Studies*, media sosial memberi platform bagi individu dari berbagai latar belakang untuk berbagi pandangan mereka tentang kecantikan. Diketahui kebanyakan Gen Z sering mencari inspirasi dari sesama pengguna media sosial daripada dari model atau selebriti tradisional.

Self-Care sebagai Prioritas

Generasi Z sering menempatkan *self-care* sebagai prioritas. Mereka percaya bahwa kecantikan berasal dari perawatan diri yang holistik, termasuk aspek fisik dan mental. Ini telah mengarah pada peningkatan minat dalam produk dan layanan yang mempromosikan kesehatan kulit dan kesejahteraan secara keseluruhan.

Menyukai Produk/Brand Lokal

Saat ini banyak *brand* kosmetik dan *skincare* yang dijual di pasaran, mulai dari lokal sampai luar negeri. Namun ternyata, Gen Z lebih tertarik dengan *brand* lokal. Selain karena kualitasnya umumnya *brand* lokal juga dibandrol dengan harga yang sesuai dengan isi dompet bagi remaja Gen Z.

Demikian sedikit pembahasan mengenai kecantikan dari sudut pandang Gen Z. Memang, banyak yang memandang kalau Gen Z ini sebagai generasi yang kurang memiliki upaya lebih, tetapi ingin hasil sempurna. Namun, mempelajari perilaku mereka merupakan suatu tantangan. Sebaiknya, tidak mengabaikan tantangan ini atau menganggapnya remeh. Banyak dari mereka percaya bahwa mereka dapat mengubah dunia dan itu mungkin saja terjadi termasuk dalam tren kecantikan yang membuat setiap orang berhak punya standar kecantikannya sendiri-sendiri.