

SURAT TUGAS

Nomor: 87-R/UNTAR/Pengabdian/III/2025

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

NINAWATI, Dr. Dra., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan data sebagai berikut:

Judul : GENERASI Z DAN INKLUSIVITAS
Mitra : Fakultas Psikologi
Periode : Gasal 2024-2025/ 2024/ Desember
URL Repository : <https://lintar.untar.ac.id/ltrdosen/lapBKD/srttgspxm.aspx>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

02 Maret 2025

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : ad5aa4962cb9efb2d2dca42ebee1ff07

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana



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.P.H., 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

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 Aprilyani
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>

Perwakilan:

Jakarta-16456 Jl. Raya Leuwinanggung No. 112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162. Bandung-40243, Jl. H. Kurdi Timur No. 8 Komplek Kurdi, Telp. 022-5206202. Yogyakarta-Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093. Surabaya-60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700819. Palembang-30137, Jl. Macan Kumbang III No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062. Pekanbaru-28294, Perum De' Diandra Land Blok C 1 No. 1, Jl. Kartama Marpoyan Damai, Telp. 0761-65807. Medan-20144, Jl. Eka Resmi 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. 0411-861618. Banjarmasin-70114, Jl. Bali No. 31 Rt 05, Telp. 0511-3352060. Bali, Jl. Imam Bonjol Gg 100/V No. 2, Denpasar Telp. (0361) 8607995. Bandar Lampung-35115, Perum. Bilabong Jaya Blok 88 No. 3 Susunan Baru, Langkapura, Hp. 081299047094.



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 Satyadi</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

MEMAHAMI GENERASI Z

Psikologi, Kebutuhan, dan
Tantangan di Era Digital

Apabila ingin lebih memahami dunia Generasi Z sehingga tidak salah melangkah dalam mengambil keputusan saat berinteraksi dengan mereka, buku ini adalah pilihan tepat untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait generasi ini. Dalam era yang terus bertumbuh dan berkembang dengan pesat, tantangan di depan mata adalah bagaimana memenangkan hati Generasi Z ini.

Buku ini membahas serta menggali secara mendalam terkait dengan psikologi dan kebutuhan generasi yang lahir di tengah ledakan teknologi. Buku ini juga dikemas sedemikian rupa dengan menggunakan berbagai sudut pandang para ahli psikologi. Membaca buku ini akan membuat Anda dapat merasakan bagaimana kesehatan mental, pola pikir kritis, relasi sosial, dan gaya hidup Generasi Z. Pembaca akan masuk ke dalam proses bagaimana Generasi Z memahami serta mengatasi stres dan kecemasan yang dihadapi mereka.

Siapa pun yang ingin dapat memahami Generasi Z, perlu membaca buku ini agar tidak tertinggal informasi serta wawasan terkait generasi digital ini. Buku ini sangat cocok dibaca oleh orangtua, pendidik, praktisi psikologi, dan siapa saja yang peduli dengan masa depan generasi digital.


RajaGrafindo Persada
PT RAJAGRAFINDO PERSADA
Jl. Raya Leuwinanggung No. 112
Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456
Telp 021-84311162
Email: rajapers@rajagrafindo.co.id
www.rajagrafindo.co.id

RAJAWALI PERS
DIVISI BUKU PERGURUAN TINGGI



GENERASI Z DAN INKLUSIVITAS

Ninawati

PENDAHULUAN

Generasi Z, kelompok masyarakat yang tercatat lahir antara tahun 1997 hingga 2012, oleh banyak pihak dianggap tengah mengubah tatanan sosial di Indonesia. Dibandingkan dengan generasi lainnya, populasi persentase mereka adalah yang terbesar (27,94%) dari seluruh penduduk Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2020). Mereka juga dipercaya akan mewarnai dan menjadi penentu di jaman Indonesia Emas pada 2045 nanti.

Dikenal sebagai *native digital*, generasi Z tidak saja hadir di tengah perkembangan teknokogi dan internetaet, tetapi kedua hal itu juga membentuk dunia generasi Z. Dengan itu, mereka memiliki akses yang cepat dan mudah ke berbagai informasi melalui internet dan media sosial. Hal itu yang membuat mereka dikenal sebagai pelaku aktif di era informasi dewasa ini.

Namun selain itu, berbeda dengan generesi sebelumnya, tampaknya generasi Z juga akan menjadi motor penggerak semangat inklusivitas. Hal itu terjadi karena karakteristik generasi Z menunjukkan sikap yang lebih terbuka dan menghargai perbedaan dan keberagaman. Mereka juga dikenal kritis terhadap informasi dan paham betapa beragamnya informasi yang beredar di dunia maya. Karenanya, mereka dipercaya tidak mudah terpancing oleh hal-hal yang bersifat disinformatif.

Sebagai “anak kandung” perkembangan teknologi, generasi Z menunjukkan orientasi yang kuat terhadap kebebasan dan kemandirian. Mereka cenderung menolak batasan tradisional dan mencari cara baru untuk mengekspresikan identitas mereka di tengah masyarakat. Generasi Z diyakini berusaha membentuk identitasnya sendiri, namun juga berkomitmen pada isu-isu sosial dan lingkungan. Inilah yang pada gilirannya akan memungkinkan terbentuknya identitas majemuk di kalangan generasi Z, dan yang pasti, di Indonesia, generasi ini tengah tumbuh dan menggellinging menjadi kelompok yang berpengaruh, dan akan semakin berpengaruh.

GENERASI Z DAN CIRI-CIRINYA

Saat ini populasi Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020) didominasi oleh generasi Z (27,94%) dan generasi Y atau milenial (25,87%). Mereka ini adalah generasi *native digital*. Mereka tumbuh dan akrab dalam perkembangan teknologi komunikasi yang *massif*. Mereka terpapar oleh media baru dan membangun identitasnya terkait berbagai isu melalui media baru tersebut. Isu sosial politik ekonomi dan lain-lain diperoleh melalui media baru itu.

Namun demikian, selain perbedaan populasi, ada perbedaan yang lain antara generasi Z dan generasi Y. Generasi Z dikenal relatif lebih mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu. Apapun yang dilakukannya berhubungan dengan dunia maya (Adam et al., 2023). Sejak kecil generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih, yang secara tidak langsung memengaruhi kepribadian.

Mengutip survey *Forbes Magazine* (dalam Adam et al., 2023) tentang generasi Z di Amerika, Afrika, Eropa, Asia dan Timur Tengah, dengan jumlah responden 49.000 anak-anak, hasilnya menunjukkan bahwa generasi Z adalah mereka yang tumbuh di lingkungan yang tidak

pasti dan kompleks dan hal ini menentukan tentang belajar, pekerjaan dan dunia mereka. Namun sebagai generasi *native digital*, generasi Z cenderung berciri modern, fleksibel, dan berdamai dengan apa yang terjadi di masa lalu (Adam, 2023).

Menurut Manheim (dalam Adam et al., 2023) pengertian generasi adalah suatu konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat sekelompok orang dengan kesamaan umur dan pengalaman historis. Lebih lanjut dijelaskan bahwa individu yang menjadi bagian dari satu generasi adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu dua puluh tahun dan berada dalam dimensi sosial dan sejarah yang sama. Sementara itu Ryder (dalam Adam et al., 2023) menyatakan generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.

IDENTITAS MAJEMUK

Dalam masyarakat modern, apalagi dengan perkembangan teknologi, individu dimungkinkan secara serempak masuk ke dalam beberapa kelompok yang berbeda. Teknologinya akan meningkatkan mobilitas barang, gagasan di samping adanya kegiatan migrasi yang terjadi di seluruh dunia. Dengan itu, semakin banyak individu mempunyai berbagai kemungkinan melampaui batas-batas kelompoknya (Dawis, 2010).

Identitas majemuk, ada juga yang menyebutkan multipel identitas atau identitas jamak, dapat dijelaskan dengan model teori lapis kulit bawang yang terdiri dari lapisan inti, lapisan tengah dan lapisan luar. Lapisan inti misalnya etnis, suku, agama, tempat lahir. Lapisan tengah misalnya kebangsaan, kewarganegaraan. Lapisan luar misalnya asal-usul leluhur dari beberapa lapis generasi di atasnya (Adam et al., 2023).

Teori lapis bawang ini menggambarkan bagaimana identitas itu secara interpretatif cenderung merupakan suatu pemaknaan yang cair, kontekstual dengan kepentingan subyektif, mengikuti peristiwa, ruang waktu dan berinteraksi dengan lingkungannya untuk kemudian menjadi bagian dari *self-defining*. Pendefinisian diri ini dapat berganti-ganti, namun demikian walaupun merupakan identitas berganti-ganti tetapi merupakan identitas khas seseorang (Adam et al., 2023).

Dari penelitian-penelitian yang ada tentang identitas sosial, ditemukan bahwa individu dapat memiliki lebih dari satu identitas kelompok pada suatu waktu. Yakni mempertahankan identitas sosial yang berbeda pada tingkat sub-kelompok sementara bersamaan dengan itu juga mengidentifikasi dengan kategori super-ordinat kelompok yang lain (Gaertner & Dovidio, 2000 dalam Hogg et al., 2004). Argumennya adalah bahwa merangkul identitas super-ordinat yang lebih inklusif tidak serta merta mengharuskan setiap kelompok untuk sepenuhnya meninggalkan identitas kelompok aslinya. Namun demikian, efektivitas identitas majemuk untuk meningkatkan keharmonisan antar-kelompok berbeda-beda tergantung dari masyarakatnya.

Dalam budaya individualistis orang seringkali merasa diterima ke dalam beberapa kelompok, misalnya di Amerika Serikat, banyak orang yang menjadi anggota beberapa kelompok *in-group* misalnya group musik, olah raga, kelompok gereja dan sebagainya. Sebaliknya anggota budaya kolektivistik biasanya tergabung dengan kelompok yang lebih sedikit, namun orang-orang dalam budaya kolektivistik memiliki komitmen yang lebih besar terhadap kelompok di mana mereka berada. Mereka juga mengidentifikasi diri lebih kuat dengan kelompok-kelompok tersebut (Triandis et al. 1988 dalam Matsumoto & Juang, 2017).

Sementara itu anggota budaya individualistik tidak serta merta mengidentifikasi diri dengan kelompoknya seperti orang-orang di budaya kolektivistik. Mereka memiliki lebih sedikit komitmen terhadap *in-group* mereka, dan berpindah lebih mudah dari *in-group* ke *in-group* lainnya. Budaya kolektivistik memerlukan tingkat keselarasan kohesi dan kerjasama dalam kelompok. Mereka memiliki beban lebih besar pada individu untuk mengidentifikasi diri dengan kelompok dan menyesuaikan diri dengan norma-norma kelompok. Sanksi biasanya ada untuk ketidaksesuaian. Sedangkan di budaya individualistik tidak terlalu tergantung pada kelompok dan lebih banyak pada keunikan individu mengejar tujuan pribadi daripada hal-hal yang kolektif merupakan suatu yang penting. Akibatnya budaya individualistik membutuhkan lebih sedikit keharmonisan dan kohesi dalam kelompok serta kurang mementingkan konformitas individu terhadap norma kelompok (Matsumoto & Juang, 2017).

Menurut Matsumoto dan Juang (2017) perbedaan antara kolektivistik dan individualistik di atas juga mempunyai konsekuensi perilaku anggota-anggotanya. Di budaya kolektivistik orang-orang lebih bersedia berkorban demi kelompok mereka demi mengejar terwujudnya tujuan kelompok. Untuk itu orang-orang berusaha lebih keras untuk bekerjasama satu sama lain, meskipun itu berarti bahwa mereka harus menekan perasaan, pikiran, perilaku, atau tujuan mereka untuk menjaga keharmonisan dan kohesi. Orang-orang dalam budaya kolektivistik mencoba mencari cara setuju satu sama lain, meremehkan dan meminimalkan perbedaan antar-pribadi demi keharmonisan.

Sebaliknya dalam budaya individualistik orang kurang mau berkorban atas tujuan, kebutuhan dan keinginan masing-masing demi kebaikan bersama. Orang-orang itu lebih ekspresif terhadap perasaan, sikap dan pendapatnya tanpa banyak rasa takut atau khawatir tentang konsekuensinya terhadap keharmonisan atau kohesi kelompok (Matsumoto & Juang, 2017).

Selain itu juga ada beberapa catatan negatif yang lain sehubungan dengan identitas majemuk dengan keharmonisan kelompok. Ketika kebutuhan akan kekhasan diaktifkan dan perbedaan sub-kelompok menjadi menonjol, identifikasi dan kesetiaan terhadap sub-kelompok cenderung menjadi prioritas dibandingkan dengan kesetiaan kepada nilai-nilai kelompok super-ordinat. Oleh karena itu strategi identitas majemuk menjadi strategi yang rentan. Kelompok yang berada dalam kategori super-ordinat dapat meningkatkan penolakan antar-kelompok dibandingkan dengan kondisi tanpa adanya identitas super-ordinat yang menonjol.

Dengan adanya kelompok sub-ordinat mengundang perbandingan sosial, perbandingan antar *in-group out-group* pada tingkat sub-kelompok. Ini akan menyebabkan motivasi baru yang akan mengubah ketidakpedulian terhadap kelompok luar menjadi ketidakpercayaan dan permusuhan. Ketika kelompok memiliki identitas super-ordinat maka norma dan nilai yang digunakan untuk mengevaluasi perbedaan kelompok berasal dari kategori super-ordinat tadi. Artinya, norma *in-group* (kelompok super-ordinat) kemudian menjadi standar umum yang dapat digunakan untuk menilai *sub-group* lain. Perbedaan apapun antara *in-group* dan kelompok lainnya dipandang tidak normatif, tidak dihargai. Berdasarkan proses-proses tersebut identitas majemuk dapat memperburuk bias superioritas moral yang menjadi ciri persepsi *in-group out-group* secara umum.

INKLUSIVITAS

Dari beberapa penelitian (misalnya Hornsey & Jetten, 2004 dalam Hogg et al., 2004) menunjukkan bahwa ketika para anggota kelompok secara bersamaan menganggap diri mereka sebagai anggota kelompok yang berbeda tetapi juga sebagai bagian kelompok super-ordinat maka hubungan antar-kelompok di antara sub-kelompok menjadi lebih positif dibandingkan jika para anggota hanya menganggap diri mereka sebagai anggota satu kelompok saja. Dengan demikian identitas majemuk/multipel membuat semakin rendah tingkat bias antar-kelompok. Sebaliknya, semakin seseorang menganggap dirinya sebagai bagian dari kelompok yang berbeda maka semakin tinggi bias antar-kelompoknya. Dengan demikian, dengan adanya identitas majemuk mendorong interaksi antar-kelompok menjadi lebih harmonis (Hogg et al., 2004).

Beberapa identitas dalam kelompok secara bersamaan berkemungkinan mengalami prasangka dan diskriminasi (Crisp & Hewstone, 2007). Masyarakat yang bercirikan struktur loyalitas lintas sektoral lebih kecil kemungkinannya terhadap perpecahan dan konflik internal dibandingkan masyarakat yang bercirikan struktur loyalitas hirarki tunggal. Berbagai identitas sosial lintas sektoral mengurangi bias kelompok di tingkat individu (Marcus-Newhall et al., 1993).

Mengapa keanggotaan kelompok lintas sektoral mengurangi bias dalam kelompok dan diskriminasi antar-kelompok? Di satu sisi, meningkatnya kompleksitas dari berbagai kategorisasi sosial mengurangi arti penting atau tingkat diferensiasi yang terkait dengan perbedaan satu kelompok dengan kelompok luar. Di luar efek kognitif dari kompleksitas kategori faktor motivasi juga berperan dalam mengurangi kemungkinan diskriminasi dari dalam kelompok ke kelompok luar. Kehadiran berbagai loyalitas kelompok berpotensi mengurangi pentingnya suatu identitas sosial untuk definisi diri atau rasa memiliki. Lebih lanjut, koneksi lintas kategori dan motif konsistensi memitigasi sikap negatif terhadap *out-group*. Terakhir, keanggotaan lintas kategori meningkatkan tingkat interaksi antar pribadi dan kontak melintasi batasan kategori tertentu (Marcus-Newhall et al., 1993).

Studi eksperimental dengan kategori alami dan buatan telah menunjukkan bahwa menambahkan perbedaan kategori lintas sektoral mengurangi bias dalam kelompok dan meningkatkan sikap positif terhadap anggota kategori yang bersilangan dibandingkan dengan diferensiasi sederhana dalam kelompok – luar kelompok (Vanbeselaere, 1991) atau dibandingkan dengan situasi di mana perbedaan kategori tidak ada (Hewstone et al., 2002). Dalam studi-studi ini, interaksi kooperatif dalam konteks identitas dan peran sosial lintas sektoral meningkatkan diferensiasi intra kategori dan mengurangi persepsi perbedaan antar kategori, sehingga menghasilkan lebih sedikit evaluasi berbasis kategori terhadap masing-masing anggota kelompok. Lebih lanjut, manfaat dari lintas kategori dapat ditingkatkan ketika kedua perbedaan kategori tertanam dalam identitas kelompok super-ordinat yang sama. Dengan demikian, saling silang dan identitas dalam kelompok yang sama dapat bekerja sama untuk menghasilkan inklusivitas dan pengurangan diskriminasi antar-kelompok.

KESIMPULAN

Kiranya tidak berlebihan jika terpeliharanya semangat inklusivitas, kini dan nantinya, tidak saja menjadi tugas tetapi juga fitrah generasi Z. Inklusivitas yang tentunya sangat diperlukan di negara majemuk seperti Indonesia. Bhineka Tunggal Ika tidak akan jalan jika inklusivitas tidak tumbuh subur di negeri ini. Salah satu motor inklusivitas itu, apalagi di masa-masa mendatang, adalah

generasi Z. Suatu generasi yang dilengkapi dengan penguasaan teknologi dan media sosial, yang akan membuat mereka lebih terampil dan menambah daya guna budaya majemuk yang menandai masyarakat modern.

Masyarakat cenderung memiliki kelompok yang beraneka macam. Apalagi jika perkembangan teknologi dipertimbangkan. Karenanya, beraneka dan majemuk pula identitas yang terjadi di masyarakat. Memang, dari paparan di atas, ada berbagai rintangan identitas majemuk untuk menjaga keharmonisan kelompok. Namun dari penelitian-penelitian yang ada menunjukkan, bahwa identitas majemuk akan meningkatkan inklusivitas dan mengurangi diskriminasi antar kelompok.

Semangat inklusivitas itulah yang karena fitrahnya kiranya disandang generasi Z. Mereka yang akrab dengan teknologi dan media sosial. Sesuatu yang membuat generasi Z menjadi relatif lebih fleksibel jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya dalam menyikapi lingkungan dan masyarakatnya melalui identitas majemuk yang mereka sandang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. W., Kusumaningtyas, A. N., Nufus, H., Sinaga, L. C., Andriana, N., & Rozi, S. (2023). *Identitas etnik Tionghoa: Di tengah arus demokratisasi dan Globalisasi*. Kompas Penerbit Buku.
- Crisp, R. J., & Hewstone, M. (2007). Multiple social categorization. In Elsevier Academic Press. *Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 39*, 163–254. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(06\)39004-1](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601(06)39004-1)
- Dawis, A. (2010). *Orang Indonesia Tionghoa: Mencari identitas*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hewstone, M., Rubin, M., & Willis, H. (2002). Intergroup bias. *Annual Review of Psychology, 53*, 575–604.
- Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hinkle, S. (2004). The social identity perspective: Intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small Group Research 2004; 35*, 246, 35, 246–276. <https://doi.org/DOI: 10.1177/1046496404263424>
- Marcus-Newhall, A., Miller, N., Holtz, R., & Brewer, M. B. (1993). Cross-cutting category membership with role assignment: A means of reducing intergroup bias. *British Journal of Social Psychology, 32*(2), 125–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1993.tb00991.x>
- Matsumoto, D., & Juang, L. (2017). *Culture and psychology* (6th ed.). Cengage Learning.
- Vanbeselaere, N. (1991). The impact of in-group and out-group homogeneity/heterogeneity upon intergroup relations. *Basic and Applied Social Psychology, 12*(3), 291–301. https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15324834basp1203_4