



PENGARUH TREN MENJADI CONTENT CREATOR TERHADAP ANGKATAN KERJA GENERASI Z

Nalya Puspa Harlisa¹, Mirna Nur Aliya Abdullah²

^{1,2}Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,

Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Indonesia

Email: ¹nalyapuspa12@upi.edu, ²alyamirna@upi.edu

ABSTRAK

Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang sedang melakukan sebuah pekerjaan, mempunyai pekerjaan ataupun yang sedang mencari pekerjaan. Yang menjadi fokus adalah orang-orang yang sedang mencari pekerjaan, secara tidak langsung mereka masih menganggur dan menunggu pekerjaan. Generasi Z sendiri merupakan salah satu penyumbang angka angkatan kerja di Indonesia. Lahir pada zaman dimana teknologi semakin berkembang membuat generasi Z memiliki pemikiran yang kreatif sehingga dapat menciptakan pekerjaan baru di era digital ini seperti Content Creator. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Angkatan kerja generasi Z yang tertarik pada pekerjaan content creator, dan pengaruh menjadi content creator terhadap Angkatan kerja generasi Z. Tren content creator sebagai pekerjaan di era digital ini berpengaruh terhadap angkatan kerja generasi Z dan dapat mengurangi angka pengangguran yang ada. Selain itu dapat mengembangkan bakat serta minat yang dimiliki oleh generasi Z karena mereka memiliki kreativitas sehingga bisa mengasah keterampilan yang mereka punya. Tren *content creator* sebagai pekerjaan di era digital ini berpengaruh terhadap angkatan kerja generasi Z dan dapat mengurangi angka pengangguran yang ada. Selain itu dapat mengembangkan bakat serta minat yang dimiliki oleh generasi Z karena mereka memiliki kreativitas sehingga bisa mengasah keterampilan yang mereka punya.

Kata Kunci: Angkatan Kerja, Generasi Z, *Content Creator*

ABSTRACT

The labor force is the productive-age population that is doing a job, has a job or is looking for a job. The focus is on people who are looking for work, indirectly they are still unemployed and waiting for work. Generation Z itself is one of the contributors to the labor force in Indonesia. Born in an era where technology is increasingly developing, Generation Z has a creative mind that can create new jobs in this digital era such as Content Creator. The purpose of this study is to find out the generation Z workforce who are interested in content creator jobs, and the effect of becoming a content creator on the generation Z workforce. The content creator trend as a job in this digital era affects the generation Z workforce and can reduce the existing unemployment rate. In addition, it can develop the talents and interests possessed by generation Z because they have creativity so that they can hone the skills they have. The trend of content creators as a job in this digital era affects the generation Z workforce and can reduce the existing

unemployment rate. In addition, it can develop the talents and interests possessed by generation Z because they have creativity so that they can sharpen the skills they have.

Keywords: *Labor Force, Generation Z, Content Creator*

A. PENDAHULUAN

Populasi masyarakat Indonesia di tahun 2024 berjumlah 279.072.446 penduduk. Dari hasil Sensus Penduduk tahun 2020 menurut BPS mayoritas penduduk di Indonesia didominasi oleh generasi Z (yang lahir pada tahun 1997-2012) dan generasi milenial (yang lahir pada tahun 1981-1996). Sebanyak 27,94 persen generasi Z pada populasi masyarakat di Indonesia, hal ini terbukti bahwa di Indonesia angka usia produktif relatif tinggi. Sehingga dengan banyaknya usia produktif, jumlah angkatan kerja di Indonesia pun semakin meningkat. Menurut Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia pada periode 2021-2023 jumlah angkatan kerja di Indonesia meningkat sebanyak 7,56 juta orang atau sekitar 5,39 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pasokan tenaga kerja di Indonesia semakin banyak. Angkatan kerja sendiri terdiri dari usia produktif. Persentase penduduk usia produktif (15-64 tahun) menurut KOMINFO terhadap total populasi pada tahun 2020 sebesar 70,72 persen. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang sedang melakukan sebuah pekerjaan, mempunyai pekerjaan ataupun yang sedang mencari pekerjaan. Yang menjadi fokus adalah orang-orang yang sedang mencari pekerjaan, secara tidak langsung mereka masih menganggur dan menunggu pekerjaan. Pengangguran bukan hanya dilatar belakangi oleh pendidikan yang rendah, karena pada kenyataannya yang menempuh pendidikan tinggi pun masih banyak yang menganggur. Setiap tahunnya perguruan tinggi menghasilkan lulusan-lulusan sarjana dengan jumlah yang tidak bisa dikatakan sedikit, hal ini menjadi salah satu faktor kenapa masih banyak pengangguran yang ada di Indonesia karena banyaknya pesaing dalam memasuki dunia pekerjaan. Karena di zaman sekarang ijazah sendiri bukan menjadi alasan utama seseorang bisa bekerja, di zaman sekarang skil dan pengalaman menjadi point penting untuk bisa mendapatkan pekerjaan. Pengalaman bukan saja tentang pengalaman kerja, tetapi juga bisa didapatkan dari pengalaman organisasi ketika mengemban pendidikan seperti dibangku perkuliahan. Banyak diantara mahasiswa yang merasa dirinya salah mengambil jurusan yang diinginkan sehingga potensi yang ada di dalam dirinya tidak bisa terasah. Tetapi dengan adanya digitalisasi seseorang yang merasa tidak mampu mengembangkan potensinya bisa terwadahi. Sehingga menghasilkan lulusan yang berkualitas dan menjadi Angkatan kerja terdidik. Teknologi yang semakin berkembang membuat adanya pembaharuan-pembaharuan yang dirasakan oleh banyak orang, salah satunya yaitu pekerjaan. Jika di zaman dulu pekerjaan dilakukan langsung di lapangan dan harus bertatap muka, maka di zaman sekarang hampir semua pekerjaan bisa dilakukan di rumah. Semakin berkembangnya teknologi, akal manusia pun ikut berkembang dan semakin kreatif, pekerjaan-pekerjaan yang dahulu tidak mungkin bisa menguntungkan kenyataannya di zaman sekarang menghasilkan keuntungan yang besar. Salah satu perkembangan teknologi adalah dengan adanya media sosial. Media sosial ini bisa diakses kapan pun, hanya dengan menggunakan gawai, kita bisa langsung mengakses media sosial hanya dengan menyambungkan gawai ke internet. Hal ini berpengaruh pada terbukanya lapangan pekerjaan bagi angkatan

kerja khususnya angkatan kerja generasi Z, dengan adanya media sosial mereka bisa menggunakannya untuk mendapatkan pekerjaan. Tidak perlu lagi mengajukan CV ataupun ijazah pada setiap Perusahaan, hanya dengan kemampuan digitalisasi yang mumpuni dan skil dalam mengedit ataupun menggunakan aplikasi yang ada pada gawai, kita bisa meraup keuntungan. Pekerjaan yang sedang *hits* pada beberapa tahun terakhir ini dan banyak diminati oleh generasi Z adalah *content creator*. *Content creator* adalah sebuah pekerjaan yang dilakukan di media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Youtube*. *Content Creator* ini biasanya menyajikan konten-konten yang sedang *hits*, ataupun *daily life* seseorang hingga *tips-tips* yang menarik dan inspiratif bagi para penontonnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Angkatan kerja generasi Z yang tertarik pada pekerjaan *content creator*, dan pengaruh menjadi *content creator* terhadap Angkatan kerja generasi Z.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pengumpulan data berupa literature review. Dengan menganalisis data-data yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan mengumpulkan berbagai informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan penelitian ini. Menggunakan metode literature review berupa penelitian-penelitian terdahulu bertujuan untuk meninjau, dan mencari tahu semua studi kasus yang berkaitan dengan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan sumber-sumber terpercaya yang sudah dipublikasikan seperti jurnal ilmiah, artikel, buku, majalah dan sumber-sumber lain yang dapat digunakan sebagai referensi yang relevan dengan permasalahan yang diangkat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Angkatan kerja didefinisikan sebagai penduduk usia kerja yang bekerja, yang memiliki pekerjaan tetapi sedang tidak bekerja untuk sementara, dan yang sedang mencari kerja [1]. Angkatan kerja sendiri merupakan penduduk usia produktif, sehingga generasi Z pun termasuk pada angkatan kerja. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1998-2012. Generasi Z merupakan generasi yang memang telah lahir di era serba canggih, era dimana internet merambah semua kalangan, maka generasi Z disebut juga dengan generasi NET (generasi Internet) [1]. Seiring dengan perkembangan zaman, generasi Z mulai memasuki dunia kerja, dan perlu adanya penyesuaian lingkungan antara generasi Z itu sendiri dengan generasi sebelumnya. Karena generasi Z yang sudah mengenal teknologi sedari lahir akan berbeda dengan generasi X maupun Y. Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun 1965-1976 sedangkan generasi Y lahir pada tahun 1977-1997 [1]. Perbedaan umur yang signifikan antara generasi Z dengan generasi X membuat adanya perbedaan dalam melakukan pekerjaan, sedangkan generasi Z dan generasi Y tidak jauh berbeda karena generasi Y adalah generasi yang mulai merasakan adanya teknologi. Dalam dunia kerja generasi Y dan Z lebih sering menggunakan gawai termasuk dalam hal pekerjaan dan hal ini sering disalah artikan oleh atasan atau senior, padahal kenyataannya mereka menggunakan gawai karena lebih praktis dalam mengakses informasi, mengirim email, menghubungi klien melalui *WhatsApp*, dan lain-lain [2]. Gap atau kesenjangan dalam dunia pekerjaan anantara generasi Z dengan generasi sebelumnya bisa jadi berujung pada ketidakharmonisan dalam bekerja terlebih pada Kerjasama tim, dan bisa berpengaruh pada kinerja

organisasi [2] [3]. Generasi didefinisikan sebagai sekelompok orang yang memiliki kesamaan terhadap tahun lahir, umur, dan historis. Ciri-ciri generasi Z dalam melakukan pekerjaan terlihat dari mereka yang senang akan adanya kolaborasi, bekerja secara fleksibel, tanggap terhadap tantangan, dan suka mencari cara yang baru dan unik dalam menyelesaikan suatu masalah [3] [4]. Dengan gaya bekerja yang seperti itu, terkadang generasi Z lebih memilih melakukan pekerjaan sendiri karena mereka merasa mampu dan sudah bisa menguasai teknologi yang semakin berkembang pesat. Menyukai gaya bekerja yang fleksibel, generasi Z menjadi generasi yang cukup unik karena dengan kreatifitas dan ambisi yang mereka punya dapat menciptakan suatu hal yang baru, salah satunya adalah menciptakan pekerjaan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Dahulu orang-orang mengambil gambar ataupun membuat suatu video hanya digunakan untuk menyimpan kenang-kenangan saja dan disimpan didalam album, pada zaman sekarang hanya dengan mengambil gambar dan membuat suatu video bisa menjadi suatu lapangan pekerjaan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Dengan kreatifitas yang dimiliki oleh generasi Z hal itu bisa menjadi sebuah keuntungan dan dapat menghasilkan profit yang terbilang besar.

Modal manusia yang dimiliki oleh Indonesia adalah suatu kesempatan untuk bisa mengoptimalkan modal manusia yang ada untuk bisa meningkatkan produktivitas, modal manusia sendiri adalah seperangkat sumber daya yang terdiri dari pengetahuan, pelatihan dan keterampilan dengan kualitas pendidikan [4] [5]. Menurut [4] [5] rendahnya produktivitas tenaga kerja di Indonesia dibarengi dengan adanya Tingkat pengangguran terdidik yang masih tinggi. Rendahnya produktivitas di Indonesia karena terdapat ketidaksesuaian keterampilan yang dimiliki dengan pekerjaan sehingga sulit bagi perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan kriteria. Angkatan kerja terdidik merupakan orang-orang yang sudah menempuh pendidikan formal dan ahli pada bidang tertentu. Semakin sulit seseorang mencari pekerjaan karena tidak sesuai dengan keterampilan yang mereka miliki padahal mereka sudah menempuh pendidikan formal dan mendapatkan suatu gelar membuat bertambahnya angka pengangguran di Indonesia. Salah satunya adalah angkatan kerja generasi Z, dengan karakteristik generasi Z yang lebih ingin bekerja secara fleksibel membuat mereka terkadang tidak cocok bekerja di bawah tekanan. Generasi Z yang lebih melek akan teknologi dan internet menjadi lebih bisa mengekspresikan diri mereka dan mudah dalam menjalankan hobi yang mereka senangi. Mereka akan lebih merasa bebas ketika mereka bisa bebas mengekspresikan diri mereka.

Hobi adalah suatu hal yang disenangi dan dilakukan berulang-ulang. Ketika kita senang melakukan suatu aktivitas seperti memasak, hal tersebut bisa dikatakan sebagai hobi. Macam-macam hobi yang dimiliki oleh seseorang. Di era digital ini semakin banyak orang yang memiliki hobi yang bisa dilakukan hanya dengan menggunakan gawai. Berbagai jenis gawai yang ada di era ini membuat semakin banyak fitur yang terdapat pada gawai tersebut sehingga orang-orang menjadi lebih kreatif dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk membentuk suatu hobi. Hobi yang dimaksud adalah mengambil gambar atau membuat suatu video, atau di zaman sekarang lebih sering menggunakan istilah *content*. *Content* atau konten merupakan pokok, tipe atau unit informasi digital yang menghasilkan produk berupa tulisan, gambar, grafis, video, audio, dokumen, laporan dan lain-lain [5] [6]. Orang yang membuat konten disebut dengan *content creator*. *Content*

creator adalah seseorang yang melakukan sebuah kegiatan dalam mengambil gambar, membuat suatu video, ataupun tulisan yang dibagikan kepada khalayak umum di media sosial. Menurut riset yang dilakukan statista yang di rangkum oleh katadata.co.id pengguna sosial di Indonesia di dominasi oleh generasi Z dan sisanya adalah generasi milenial yang berusia 25-34 tahun dan disusul oleh usia 18-24 tahun. Angkatan kerja generasi Z banyak sekali yang memilih pekerjaan sebagai *content creator* karena pekerjaan ini dilakukan sesuai dengan hobi, kesenangan, dan keterampilan yang kita miliki. Jenis-jenis *content creator* dalam membuat suatu karya adalah seorang bisa menjadi *beauty vlogger*, *food vlogger*, membuat *daily life*, bermain *game online*, dan masih banyak lagi. Semua itu adalah hobi atau kesenangan seseorang yang lama kelamaan menjadi sebuah potensi untuk menjadikannya sebagai pekerjaan. Atau ada juga yang sengaja menekuni satu bidang memperlihatkan suatu proses awal sampai seseorang tersebut menjadi ahli dibidang yang ia tekuni, hal ini pun bisa dijadikan sebuah *content* yang nantinya mereka bagikan di *platform* media sosial. Contoh *content creator* pada bidang kecantikan adalah Dilla Jaidi dengan akun *Instagram* @dillajaidi, Dilla Jaidi ini merupakan *content creator* yang sudah memulai awal kariernya di bidang ini pada tahun 2012. Hal ini membuktikan bahwa saat ini semua orang bisa menjadi *content creator* bukan hanya dari kalangan artis saja. Contoh lainnya adalah Bara Ilham yang akrab dipanggil Tanboykun dengan akun *Instagram* @tanboy_kun, dia merupakan seorang *food vlogger* yang bukan dari kalangan artis. Dari sekian banyak *content creator* yang ada di Indonesia maupun luar negeri membuat semua orang tertarik untuk mencoba pekerjaan baru di era teknologi ini.

Menjadi seorang *content creator* bisa membuka lapangan pekerjaan baru bagi orang lain atau menjadi bagian dari suatu perusahaan. Hal ini dapat menguntungkan banyak orang karena menjadi *content creator* bisa membuat seseorang berpengaruh di media sosial. *Platform* yang banyak digunakan oleh *content creator* adalah *Instagram*, dan *TikTok*. Orang-orang berlomba-lomba dalam membuat suatu konten dengan menggunakan *hashtag fyp*. *Hashtag* adalah sebuah tanda pagar yang biasa digunakan pada *platform* media sosial seperti *Instagram* atau *TikTok*. *Fyp* adalah singkatan dari *for your page* atau dalam Bahasa Indonesia adalah halaman untuk anda. Ini adalah sebuah *hashtag* yang populer digunakan oleh orang-orang untuk mendapatkan *attention* dari pengguna akun lain. Semakin banyak yang menonton konten tersebut, maka semakin banyak *viewer* yang akan mereka dapatkan. Dengan banyaknya *viewer* maka seseorang tersebut akan semakin dikenal oleh banyak orang sehingga nantinya dia akan menjadi *influence* atau pengaruh bagi orang-orang yang mengikutinya. Semakin berpengaruh seseorang dalam media sosial, mendatangkan *endorse* bagi orang tersebut. *Endorse* atau *endorsement* adalah suatu bentuk promosi dari suatu brand atau perusahaan yang mempercayai seseorang untuk ‘mempromosikan’ barang ataupun jasa yang dimiliki oleh brand atau perusahaan. *Endorse* ini menguntungkan bagi seorang *content creator* karena menghasilkan keuntungan yang lumayan besar jika seorang *content creator* ini memiliki banyak pengikut. Jadi tidak heran banyak generasi Z yang berpindah profesi menjadi seorang *content creator* karena selain menghasilkan pendapatan yang lumayan besar, juga menjadikan seseorang menjadi terkenal.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa tren *content creator* terhadap angkatan kerja generasi Z sangat berpengaruh bagi generasi Z itu sendiri. Karena dengan adanya pekerjaan sebagai *content creator* bisa membuat

generasi Z lebih mengekspresikan diri, mengembangkan hobi dan bakat, serta bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun.

D. KESIMPULAN

Tren *content creator* sebagai pekerjaan di era digital ini berpengaruh terhadap angkatan kerja generasi Z dan dapat mengurangi angka pengangguran yang ada. Selain itu dapat mengembangkan bakat serta minat yang dimiliki oleh generasi Z karena mereka memiliki kreativitas sehingga bisa mengasah keterampilan yang mereka punya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Kristyowati, "Generasi "Z" dan Strategi Melayaninya," *Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, pp. 23-34, 2021.
- [2] D. Rachmawati, "Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja)," *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit IV*, 2019.
- [3] L. Irena dan E. Z. Rusfian, "Hubungan Gaya Kepemimpinan Transformasi Dan Komunikasi Internal Dengan Kinerja Karyawan Generasi Z Pada Tech Company," *Jurnal Komunikasi*, pp. 223-232, 2019.
- [4] S. Puspitasari, "Pengaruh Partisipasi Angkatan Kerja Terdidik Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Perspektif Modal Manusia," *Jurnal Ilmu Administrasi (JIA)*, pp. 194-209, 2019.
- [5] S. M. Mahmudah dan M. Rahayu, "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan," *Jurnal Komunikasi Nusantara*, pp. 1-9, 2020.
- [6] N. K. P. Wiasih dan N. L. Karmini, "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Jumlah Angkatan Kerja, dan Tingkat Upah Terhadap Penyerapan Tenaga Provinsi Bali," *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, pp. 1097-1106, 2021.
- [7] P. N. Jakarta, "cdc.pnj.ac.id," 30 November 2023. [Online]. Available: <https://cdc.pnj.ac.id/readmore/6556c596e13a54a88c0f2115/menjadi-content-creator-karir-idaman-baru-para-gen-z-millennial>. [Diakses 22 March 2024].
- [8] K. K. R. Indonesia, "Satudata Kemnaker," Kementerian Ketenagakerjaan Pebulik Indonesia, 18 January 2024. [Online]. Available: <https://satudata.kemnaker.go.id/infografik/59#:~:text=Berdasarkan%20definisi%20tersebut%2C%20pada%20periode,atau%20sekitar%205%2C39%20persen>. [Diakses 21 Maret 2024].
- [9] Srii003, "kominfo.go.id," Kementerian Komunikasi dan Informatika, 24 January 2021. [Online]. Available: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/33004/angkatan-kerja-produktif-melimpah/0/artikel>. [Diakses 21 March 2024].
- [10] Politeknik Negeri Jakarta, "cdc.pnj.ac.id," Politeknik Negeri Jakarta, 30 November 2023. [Online]. Available: <https://cdc.pnj.ac.id/readmore/6556c596e13a54a88c0f2115/menjadi-content-creator-karir-idaman-baru-para-gen-z-millennial>. [Diakses 21 March 2024].