



NEXT-GEN LEADERSHIP

GENERATION
Z

**Membangkitkan Potensi Kepemimpinan
Generasi Z di Era Digital**

Mohamad Kashuri

NEXT-GEN LEADERSHIP

**Membangkitkan Potensi Kepemimpinan
Generasi Z di Era Digital**

Mohamad Kashuri



NEXT-GEN LEADERSHIP
Membangkitkan Potensi Kepemimpinan
Generasi Z di Era Digital

Tim Penulis:
Mohamad Kashuri

Desain Cover:
Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Proofreader:
Evi Damayanti

ISBN:
978-623-500-580-5

Cetakan Pertama:
Desember, 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)
Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Di ambang dekade kedua abad ke-21, dunia kepemimpinan sedang mengalami transformasi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Saat generasi yang tumbuh di era digital mulai mengambil kendali, paradigma lama tentang kepemimpinan mulai runtuh, digantikan oleh pendekatan baru yang lebih sesuai dengan realitas dunia yang bergerak cepat dan terus-menerus berubah.

Sebagai seseorang yang memiliki kesempatan unik untuk mengamati proses ini secara dekat, saya menyaksikan bagaimana generasi muda membawa perspektif dan metodologi yang sama sekali berbeda dalam menjalankan kepemimpinan. Mereka tidak lagi terikat pada hierarki tradisional atau terpaku pada praktik-praktik konvensional. Sebaliknya, mereka memandang kepemimpinan sebagai sesuatu yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada dampak.

Buku ini lahir dari keyakinan bahwa pemimpin Generasi Z ini memiliki potensi luar biasa untuk membawa perubahan yang sangat dibutuhkan di dunia yang semakin kompleks dan VUCA (*Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous*) ini. Namun, potensi ini hanya bisa diwujudkan jika kita memahami karakteristik unik mereka, menghargai cara berpikir mereka, dan menyediakan kerangka kerja yang tepat untuk mengembangkan kompetensi kepemimpinan mereka.

Melalui buku ini, saya berharap dapat memberikan panduan komprehensif bagi para pemimpin muda Generasi Z, sekaligus membuka wawasan bagi profesional dari generasi sebelumnya yang bekerja bersama atau membina mereka. Dengan memadukan wawasan terkini tentang perilaku Generasi Z, tren teknologi, dan best practices kepemimpinan modern, buku ini dirancang untuk menjadi blueprint bagi revolusi kepemimpinan di abad ke-21.

Selamat membaca dan selamat bergabung dalam transformasi kepemimpinan ini.

Mohamad Kashuri
Jakarta, 2024

KATA PENGANTAR

Ketika saya pertama kali mengamati fenomena kepemimpinan Generasi Z di berbagai organisasi dan startup, satu hal menjadi sangat jelas: kita sedang menyaksikan evolusi drastis dalam dunia kepemimpinan. Para pemimpin muda ini membawa perspektif yang sama sekali berbeda - perspektif yang dibentuk oleh pengalaman hidup mereka di dunia yang sepenuhnya digital, terhubung, dan bergerak cepat. Fenomena ini bukan sekadar tren sementara, melainkan transformasi fundamental dalam cara kita memandang dan menjalankan kepemimpinan di era digital.

Di tengah dinamika ini, kita menyaksikan munculnya para pemimpin muda yang mendobrak paradigma konvensional. Seorang CEO berusia 23 tahun yang dengan fasih mengelola tim remote dari lima negara berbeda, atau seorang social entrepreneur 20 tahun yang menggerakkan kampanye sustainability global melalui TikTok dan Instagram, bukanlah lagi cerita yang mengejutkan. Mereka adalah representasi nyata dari generasi yang tidak hanya mahir teknologi, tetapi juga membawa nilai-nilai baru dalam kepemimpinan. Bagi mereka, hierarki tradisional adalah konsep asing. Kolaborasi, transparansi, dan dampak sosial telah menjadi kompas yang mengarahkan setiap langkah dan keputusan mereka.

Namun, potensi besar ini tidak hadir tanpa tantangan yang setara. Para pemimpin muda ini kerap harus mengelola tim multigenerasi di mana mereka adalah yang termuda di ruangan. Mereka dituntut untuk menyeimbangkan kecepatan digital dengan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan, sembari membangun otoritas dan kredibilitas di dunia yang semakin skeptis terhadap institusi tradisional. Tantangan-tantangan ini membentuk lanskap kepemimpinan yang kompleks dan membutuhkan pendekatan yang sama sekali baru.

Buku ini lahir dari pengalaman mendalam sebagai pejabat eselon I di sebuah kelembagaan pemerintah, diperkaya dengan ribuan jam observasi dan diskusi dengan berbagai pemimpin lembaga dan kementerian. Ini bukan sekadar manual "how-to" tentang kepemimpinan - ini adalah blueprint untuk revolusi kepemimpinan yang sedang berlangsung, ditulis khusus untuk dan tentang generasi yang akan memimpin revolusi tersebut.

Setiap bab dalam buku ini menawarkan perpaduan unik antara analisis mendalam tentang pola pikir Gen Z, studi kasus inspiratif, dan framework praktis untuk pengembangan diri. Yang membedakan buku ini adalah

pendekatannya yang menggabungkan riset terkini tentang perilaku Gen Z dengan tren teknologi dan bisnis, serta praktik kepemimpinan modern. Setiap konsep dan strategi yang dibahas telah diuji di dunia nyata, dengan mempertimbangkan realitas digital native yang menghadapi tantangan kepemimpinan tradisional.

Bagi Anda yang termasuk Generasi Z dan sedang mempersiapkan diri untuk peran kepemimpinan, buku ini akan menjadi kompas yang mengarahkan perjalanan Anda. Bagi para profesional dan eksekutif yang bekerja dengan atau membimbing pemimpin Gen Z, buku ini akan membuka wawasan baru tentang cara berpikir dan motivasi mereka. Di era di mana perubahan terjadi dalam hitungan hari, bukan tahun, kepemimpinan yang efektif tidak lagi sekadar tentang menguasai "best practices" yang ada, tetapi tentang menciptakan "next practices" yang akan membentuk masa depan.

Generasi Z, dengan kefasihan digital dan perspektif unik mereka, berada di garis depan transformasi ini. Melalui halaman-halaman buku ini, saya mengajak Anda untuk tidak hanya memahami, tetapi juga menjadi bagian aktif dari evolusi kepemimpinan yang sedang berlangsung ini. Selamat membaca dan selamat menjadi bagian dari revolusi kepemimpinan ini.

Mohamad Kashuri
Jakarta, 2024

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
BAGIAN I: MEMAHAMI DNA KEPEMIMPINAN GEN Z	1
A. Siapa Generasi Z?.....	1
B. Revolusi Kepemimpinan Di Era Digital	4
BAGIAN II: KOMPETENSI INTI PEMIMPIN GEN Z	7
A. <i>Digital Leadership</i>	7
B. <i>Agile Leadership</i>	9
BAGIAN III: SKILL SET PEMIMPIN GEN Z	19
A. <i>Emotional Intelligence</i> di Era Digital	19
B. <i>Critical Thinking & Problem Solving</i> Dalam Era Digital	29
BAGIAN IV: IMPLEMENTASI PRAKTIS	45
A. <i>Personal Branding Digital</i>	45
B. <i>Career Path</i> Gen Z.....	58
BAGIAN V: FUTURE LEADERSHIP	101
A. Tren Kepemimpinan Masa Depan	101
B. <i>Action Plan</i>	113
DAFTAR PUSTAKA	126
TENTANG PENULIS	130
EPILOG: PESAN UNTUK CALON PEMIMPIN GEN Z	131

BAGIAN I:

MEMAHAMI DNA KEPEMIMPINAN GEN Z

A. SIAPA GENERASI Z?

Generasi Z, atau yang sering disingkat Gen Z, merupakan generasi pertama yang benar-benar lahir di era digital. Kelompok demografis ini, yang mencakup mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dalam dunia yang telah sepenuhnya terkoneksi dengan internet. Berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya yang harus beradaptasi dengan teknologi digital, Gen Z adalah penduduk asli dunia digital yang tidak pernah mengenal kehidupan tanpa smartphone, media sosial, dan konektivitas instan.

1. Karakteristik Unik Gen Z

Pengalaman tumbuh di era digital telah membentuk karakteristik unik yang membedakan Gen Z dari generasi-generasi sebelumnya. Salah satu ciri paling mencolok adalah kemampuan mereka untuk memproses informasi dengan sangat cepat. Terbiasa dengan bombardir informasi sejak usia dini, Gen Z telah mengembangkan filter kognitif yang memungkinkan mereka menyaring dan memproses informasi dalam hitungan detik. Kemampuan ini, meski terkadang dianggap sebagai bentuk attention span yang pendek, sebenarnya mencerminkan adaptasi otak terhadap lingkungan informasi yang sangat dinamis.

Pragmatisme menjadi karakteristik kedua yang mendefinisikan Gen Z. Tumbuh di tengah krisis ekonomi global 2008, pandemi COVID-19, dan berbagai ketidakpastian global lainnya, Gen Z mengembangkan cara pandang yang lebih realistis terhadap kehidupan. Mereka cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan, lebih fokus pada keamanan finansial jangka panjang, dan lebih mementingkan stabilitas dibanding generasi sebelumnya. Sikap pragmatis ini juga tercermin dalam pendekatan mereka terhadap pendidikan dan karir, di mana mereka lebih memilih jalur yang menawarkan hasil konkret dibanding mengikuti jalur tradisional semata.

Karakteristik ketiga yang menonjol adalah kecenderungan untuk multitasking dan kemampuan beralih antara dunia digital dan fisik dengan mulus. Gen Z dapat mengelola berbagai platform digital secara bersamaan sambil tetap mempertahankan produktivitas. Kemampuan ini bukan sekadar keahlian teknis, melainkan mencerminkan cara berpikir yang lebih fleksibel

BAGIAN II:

KOMPETENSI INTI PEMIMPIN GEN Z

A. *DIGITAL LEADERSHIP*

Era digital telah mengubah lanskap kepemimpinan secara fundamental, menciptakan paradigma baru yang menuntut pemimpin untuk menguasai tidak hanya teknologi, tetapi juga seni memimpin dalam dunia virtual. Digital leadership telah berkembang jauh melampaui sekadar kemampuan menggunakan tools digital; ini adalah tentang mindset dan serangkaian kompetensi yang memungkinkan pemimpin untuk menggerakkan organisasi dalam ekosistem digital yang kompleks dan terus berevolusi.

Dalam konteks memimpin di dunia virtual, pemimpin Generasi Z memiliki keunggulan alamiah sebagai digital native. Namun, keakraban dengan teknologi saja tidak cukup. Memimpin di dunia virtual membutuhkan kemampuan untuk membangun dan mempertahankan presence digital yang kuat dan otentik. Seorang pemimpin digital harus mampu memancarkan karisma dan otoritas melalui medium virtual, apakah itu dalam video conference, komunikasi tertulis, atau interaksi di platform sosial. Tantangan utamanya adalah menciptakan koneksi emosional yang bermakna tanpa kehadiran fisik langsung. Pemimpin harus mengembangkan kepekaan untuk "membaca ruangan virtual" - memahami dinamika kelompok dan mendeteksi nuansa komunikasi non-verbal dalam interaksi digital.

Membangun dan memelihara budaya organisasi dalam konteks virtual menjadi tantangan tersendiri yang membutuhkan pendekatan kreatif. Pemimpin digital yang efektif menciptakan ritual-ritual virtual yang bermakna dan celebration moments yang memorable untuk memperkuat ikatan tim dan nilai-nilai organisasi. Mereka menggunakan platform digital tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai medium untuk membangun komunitas yang kohesif dan berenergi.

Kolaborasi digital menjadi aspek fundamental dalam kepemimpinan modern. Pemimpin Generasi Z harus menguasai orchestration berbagai platform dan tools kolaborasi, memahami kapan dan bagaimana menggunakan masing-masing tool untuk memaksimalkan efektivitas tim. Ini bukan sekadar tentang memilih platform yang tepat, tetapi juga tentang menciptakan ekosistem digital yang mendukung berbagai mode kerja dan preferensi komunikasi anggota tim. Pemimpin harus mahir dalam merancang

BAGIAN III:

SKILL SET PEMIMPIN GEN Z

A. EMOTIONAL INTELLIGENCE DI ERA DIGITAL

Dalam era digital yang semakin kompleks, kecerdasan emosional (EQ) telah mengalami transformasi signifikan. Bagi pemimpin Generasi Z, kemampuan untuk memahami, mengelola, dan merespons emosi - baik diri sendiri maupun orang lain - kini harus beradaptasi dengan realitas interaksi virtual yang dominan. Tantangan utamanya adalah bagaimana mempertahankan sentuhan manusiawi di tengah lautan data dan algoritma yang mewarnai kehidupan profesional modern.

1. Digital Empathy

Di era yang didominasi oleh interaksi virtual, konsep empati telah mengalami transformasi fundamental yang mengubah cara kita memandang dan menerapkan kepemimpinan. Digital empathy - kemampuan untuk memahami, merasakan, dan merespons emosi orang lain dalam konteks digital - telah menjadi kompetensi inti yang tidak bisa ditawar bagi pemimpin Generasi Z. Ini bukan sekadar perpanjangan dari empati tradisional ke ranah digital, melainkan sebuah paradigma baru yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang bagaimana teknologi memengaruhi pengalaman emosional manusia.

Dalam konteks kepemimpinan modern, digital empathy menjadi jembatan vital yang menghubungkan efisiensi teknologi dengan kebutuhan fundamental manusia akan koneksi dan pemahaman. Pemimpin Gen Z yang efektif harus mampu membaca, menginterpretasi, dan merespons sinyal-sinyal emosional yang tersebar di berbagai platform digital, sambil tetap mempertahankan autentisitas dan kehangatan dalam interaksi mereka. Kemampuan ini menjadi semakin krusial seiring dengan meningkatnya ketergantungan pada komunikasi virtual dalam lingkungan kerja modern.

Salah satu aspek paling menantang dari digital *empathy* adalah kemampuan untuk membaca dan menginterpretasi "bahasa digital" - cara orang mengekspresikan diri mereka melalui medium virtual. Penggunaan emoji dan *emoticon*, misalnya, bukan sekadar hiasan dalam komunikasi digital, tetapi merupakan penanda konteks emosional yang krusial. Seorang pemimpin dengan digital empathy yang baik akan memahami bahwa emoji senyum di akhir kritik konstruktif dapat menjadi buffer emosional yang

BAGIAN IV: IMPLEMENTASI PRAKTIS

A. *PERSONAL BRANDING DIGITAL*

Di era digital yang semakin terkoneksi, kemampuan seorang pemimpin tidak lagi hanya diukur dari prestasi offline atau pencapaian formal semata. Personal branding digital telah menjadi komponen krusial yang menentukan efektivitas dan jangkauan pengaruh seorang pemimpin, terutama bagi generasi Z yang tumbuh sebagai digital native. Kehadiran yang kuat di dunia digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan keharusan bagi pemimpin modern yang ingin memberikan dampak signifikan dalam skala yang lebih luas.

1. *Membangun Presence Online*

Dalam lanskap kepemimpinan kontemporer, kehadiran online telah menjadi elemen fundamental yang menentukan efektivitas dan jangkauan pengaruh seorang pemimpin. Membangun *presence online* yang kuat bukan sekadar tentang memiliki akun di berbagai platform digital, melainkan tentang menciptakan ekosistem digital yang terintegrasi, autentik, dan memberikan nilai tambah bagi audiens. Bagi pemimpin Generasi Z, kemampuan untuk membangun dan mengelola *presence online* yang efektif menjadi skill krusial yang akan menentukan kesuksesan mereka dalam era digital.

Langkah pertama dalam membangun *presence online* yang efektif adalah melakukan *assessment* mendalam terhadap identitas profesional dan personal yang ingin diproyeksikan. Ini membutuhkan proses refleksi yang serius untuk mengidentifikasi nilai-nilai inti, *area expertise*, dan *unique value proposition* yang membedakan seorang pemimpin dari yang lain. Proses ini juga mencakup pemahaman mendalam tentang target audiens, termasuk preferensi, kebutuhan, dan pain points mereka. Hanya dengan pemahaman yang jelas tentang kedua aspek ini - identitas diri dan audiens target - seorang pemimpin dapat membangun *presence online* yang autentik dan bermakna.

Digital audit menjadi langkah crucial berikutnya dalam proses ini. Ini melibatkan evaluasi komprehensif terhadap seluruh jejak digital yang sudah ada, mulai dari postingan media sosial lama hingga komentar di forum online atau artikel yang pernah ditulis. Proses audit ini tidak hanya tentang

BAGIAN V:

FUTURE LEADERSHIP

A. TREN KEPEMIMPINAN MASA DEPAN

1. *Metaverse Leadership*

Dunia digital yang kita kenal saat ini sedang berevolusi ke arah yang lebih immersif dan terintegrasi - sebuah dunia virtual paralel yang dikenal sebagai *metaverse*. Dalam *metaverse*, batas-batas antara realitas fisik dan dunia digital menjadi semakin kabur, menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi para pemimpin di masa depan. Memahami dinamika *metaverse* dan bagaimana hal ini akan mempengaruhi lanskap kepemimpinan menjadi semakin krusial bagi Generasi Z, yang akan menjadi garda depan dalam membangun dan memimpin organisasi di era ini.

Metaverse dapat didefinisikan sebagai jaringan virtual tiga dimensi yang memungkinkan interaksi dan kolaborasi manusia dalam ruang digital yang terpadu. Berbeda dengan internet yang kita kenal saat ini yang masih terfragmentasi dan terbatas pada tampilan dua dimensi, *metaverse* menawarkan pengalaman digital yang lebih immersif, interaktif, dan terintegrasi. Di dalamnya, pengguna dapat menjelajah, berinteraksi, dan bertransaksi melalui representasi visual mereka sendiri, yang dikenal sebagai avatar.

Teknologi yang mendasari *metaverse* mencakup virtual reality (VR), *augmented reality* (AR), blockchain, kecerdasan buatan, dan komputasi cloud. Integrasi dari berbagai teknologi ini memungkinkan terciptanya dunia virtual yang kaya, dengan ekonomi digital yang kompleks, ruang sosial yang dinamis, dan aktivitas produktif yang beragam. *Metaverse* juga menawarkan berbagai aplikasi, dari gaming dan hiburan hingga pendidikan, kolaborasi bisnis, dan bahkan pertemuan sosial.

Dengan potensi disruptif yang ditawarkan *metaverse*, lanskap kepemimpinan di masa depan akan mengalami transformasi yang signifikan. Pemimpin Gen Z yang akan menjadi pionir dalam membangun dan memimpin organisasi di era ini harus mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dan peluang baru yang muncul.

Metaverse akan menciptakan paradigma kepemimpinan yang berbeda secara fundamental dari model tradisional. Jika sejauh ini kepemimpinan didefinisikan oleh kemampuan mengelola sumber daya fisik dan

DAFTAR PUSTAKA

- Adkins, A. (2016). How Millennials Want to Work and Live. Gallup. <https://www.gallup.com/workplace/238073/millennials-work-live.aspx>
- Alvarez, S. (2019). The Gen Z Effect: The Six Forces Shaping the Future of Business. Brilliant Summaries.
- Berger, R. (2019). A New Deal for Young People: Understanding and Addressing the Changing Nature of Work. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/a-new-deal-for-young-people-understanding-and-addressing-the-changing-nature-of-work/>
- Brown, S. (2020). How to Build a Personal Brand in the Digital Age. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2020/11/how-to-build-a-personal-brand-in-the-digital-age>
- Castillo, N. (2021). The Rise of the Digital Nomad: How the Pandemic Accelerated Location Independence. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/nataliecastillo/2021/05/17/the-rise-of-the-digital-nomad-how-the-pandemic-accelerated-location-independence/?sh=2d1a2fe45d0a>
- Chou, Y. (2018). Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards. Octalysis Media.
- Deloitte. (2019). The Deloitte Global Millennial Survey 2019. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>
- Deloitte. (2019). The Deloitte Global Millennial Survey 2019. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>
- Dery, K., & Sebastian, I. M. (2017). Building Digital Workplace Capabilities at the Individual Level. MIS Quarterly Executive, 16(2).
- Fong, C. (2020). Personal Branding in the Digital Age: Leveraging Social Media and Web Presence to Enhance Your Career. Business Expert Press.
- Gartner. (2020). 9 Future of Work Trends Post-COVID-19. Gartner. <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/9-future-of-work-trends-post-covid-19>
- Giang, V. (2013). 8 Reasons Millennials Are The Most Entrepreneurial Generation. Fast Company. <https://www.fastcompany.com/3013295/8-reasons-millennials-are-the-most-entrepreneurial-generation>

- Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. Bantam.
- Hess, A. (2020). Gen Z and Millennials will make up 59% of the U.S. population by 2024, overtaking Baby Boomers and Gen X. CNBC. <https://www.cnbc.com/2020/07/24/millennials-and-gen-z-will-make-up-majority-of-us-population-by-2024.html>
- Hill, K. (2021). The Hybrid Workplace Is Here to Stay. Are You Ready? Harvard Business Review. <https://hbr.org/2021/05/the-hybrid-workplace-is-here-to-stay-are-you-ready>
- Jaffe, E. (2013). The "Job for Life" Is Dead - And That's a Good Thing. Fast Company. <https://www.fastcompany.com/3022318/the-job-for-life-is-dead-and-thats-a-good-thing>
- Kapur, R. (2020). 5 Leadership Lessons from Gen Z. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2020/01/21/5-leadership-lessons-from-gen-z/?sh=365d654d1c44>
- Keller, S., & Meaney, M. (2017). *Attracting and Retaining the Right Talent*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/attracting-and-retaining-the-right-talent>
- Kupp, M., Anderson, J., & Reckhenrich, J. (2017). Why Design Thinking in Business Needs a Rethink. MIT Sloan Management Review. <https://sloanreview.mit.edu/article/why-design-thinking-in-business-needs-a-rethink/>
- Lankford, E. (2019). Emotional Intelligence and Its Role in Effective Leadership. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2019/06/11/emotional-intelligence-and-its-role-in-effective-leadership/?sh=3d1a5c1675a8>
- Leavy, B. (2013). Effectiveness at the Top - What Makes the Difference and Why? *Strategy & Leadership*, 41(3), 11-19.
- Levin, J. (2020). *Brand Building in the Digital Age: How to Attract Clients and Grow Your Business*. Entrepreneur Press.
- Lewis, B. (2020). *The Future of Work: The Intersection of Artificial Intelligence and Human Resources*. Emerald Publishing.
- Lipman, V. (2013). *The Type B Manager: Leading Successfully in a Type A World*. Prentice Hall Press.
- Mankins, M. C., & Garton, E. (2017). How Spotify Balances Employee Autonomy and Accountability. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2017/02/how-spotify-balances-employee-autonomy-and-accountability>

- Martin, G., Gollan, P. J., & Grigg, K. (2011). Is There a Bigger and Better Future for Employer Branding? Facing up to Innovation, Corporate Reputations and Wicked Problems in SHRM. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(17), 3618-3637.
- McLeod, S. (2019). Maslow's Hierarchy of Needs. *Simply Psychology*. <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- Meister, J. (2020). *The Future Workplace Experience: 10 Rules For Mastering Disruption in Recruiting and Engaging Employees*. McGraw-Hill Education.
- Meister, J. C., & Willyerd, K. (2010). *The 2020 Workplace: How Innovative Companies Attract, Develop, and Keep Tomorrow's Employees Today*. HarperBusiness.
- Morley, J. (2019). The Future of Leadership Development. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2019/03/the-future-of-leadership-development>
- PwC. (2021). PwC's NextGen: A global generational study. PwC. <https://www.pwc.com/gx/en/services/people-organisation/publications/nextgen.html>
- Rampton, J. (2017). 10 Powerful Ways to Market Yourself as a Thought Leader. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/article/290528>
- Schawbel, D. (2015). 10 New Findings About The Millennial Consumer. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2015/01/20/10-new-findings-about-the-millennial-consumer/?sh=55f1d04f6c8f>
- Schepp, D. (2021). The Rise of the Digital Nomad: How the Pandemic Is Reshaping the Future of Work. Inc. <https://www.inc.com/david-schepp/digital-nomad-remote-work-future-of-work-coronavirus.html>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. Jossey-Bass.
- Sheedy, C. (2020). Top 5 Emerging Trends Shaping the Future of Work. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/09/15/top-5-emerging-trends-shaping-the-future-of-work/?sh=5e724cb02e71>
- Sparks & Honey. (2014). Meet Generation Z: Forget Everything You Learned About Millennials. Sparks & Honey. <https://www.slideshare.net/sparksandhoney/generation-z-final-june-17>
- Stein, J., & Sanburn, J. (2013). The New Greatest Generation. *Time Magazine*. <https://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>
- Sull, D., Sull, C., & Bersin, J. (2017). Why Strategy Execution Unravels and What to Do About It. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/03/why-strategy-execution-unravels-and-what-to-do-about-it>

- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us*. Atria Books.
- Volini, E., Schwartz, J., Roy, I., Hauptmann, M., Van Durme, Y., Denny, B., & Chauhan, G. (2020). Returning to Work in the Future of Work. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2020/covid-19-and-the-future-of-work.html>
- Wang, C. L., & Rafiq, M. (2014). Ambidextrous Organizational Culture, Contextual Ambidexterity and New Product Innovation: A Comparative Study of UK and Chinese High-tech Firms. *British Journal of Management*, 25(1), 58-76.
- Weiler, S. (2018). Future of Work: Eight Forces Shaping the Future. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2018/06/the-future-of-jobs-and-jobs-training/>

TENTANG PENULIS

Mohamad Kashuri



Penulis lahir di Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur Tahun 1973. Pendidikan tingkat dasar hingga menengah dan atas ditempuh di Kabupaten Lamongan. Melanjutkan pendidikan S1, Profesi Apoteker, dan S2 di Universitas Airlangga Surabaya. Karier sebagai Aparatur Sipil Negara dimulai pada Balai Besar POM di Mataram Tahun 2000. Kashuri diberikan amanah sebagai Kepala Seksi

Laboratorium Pengujian Pangan dan Bahan Berbahaya (2005-2008), Kepala Seksi Penyidikan (2010-2014), Kepala Balai POM di Serang (2015-2017), Kepala Balai Besar POM di Pekanbaru (2017-2020), Kepala Pusat Pengembangan Pengujian Obat dan Makanan Nasional (2020-2023), Direktur Penyidikan Obat dan Makanan (Mei 2023), Kepala Pusat Analisis dan Kebijakan Obat dan Makanan (Oktober 2023), dan Deputy Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik (Desember 2023 – sekarang). Selain itu, penulis pernah mendapat penugasan sebagai pelaksana tugas di Balai Besar POM Bandar Lampung, Direktorat Intelijen Obat dan Makanan, Direktorat Cegah Tangkal Obat dan Makanan, dan Deputy di Bidang Penindakan Badan POM. Penulis aktif berorganisasi di Ikatan Apoteker Indonesia. Sebagai lulusan terbaik S2 Ilmu Farmasi Tahun 2010, pernah meraih penghargaan sebagai pemimpin perubahan dalam pembangunan Zona Integritas dari Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Tahun 2019, meraih predikat Wilayah Bebas dari Korupsi pada Balai Besar POM di Pekanbaru 2019 dan Pusat Pengembangan Pengujian Obat dan Makanan Nasional Jakarta Pada Tahun 2020. Buku yang sudah ditulis antara lain berjudul Kosmetik Berbahan Alam Asli Indonesia (2024), Kumpulan Cerita Rakyat: Kosmetik Bahan Alam Indonesia (2024), *Natural Medicine for Natural Defence* (2024), dan Menjaga Produk Kosmetik Lokal Dari Impor (2024).

NEXT-GEN LEADERSHIP

**Membangkitkan Potensi Kepemimpinan
Generasi Z di Era Digital**

Di era digital yang bergerak cepat, kepemimpinan tidak lagi hanya tentang menguasai praktik-praktik terbaik konvensional. Ini adalah tentang menciptakan "*next practices*" yang akan membentuk masa depan. Generasi Z, dengan kefasihan digital dan perspektif unik mereka, berada di garis depan transformasi ini. Namun, potensi besar mereka hanya bisa diwujudkan jika kita memahami karakteristik dan cara berpikir mereka, serta menyediakan kerangka kerja yang tepat untuk mengembangkan kompetensi kepemimpinan mereka.

Buku ini adalah panduan komprehensif yang memadukan wawasan terkini tentang perilaku Generasi Z, tren teknologi, dan *best practices* kepemimpinan modern. Buku ini dirancang untuk menjadi *blueprint* bagi revolusi kepemimpinan di abad ke-21, membantu para pemimpin muda Generasi Z untuk menemukan dan mengembangkan potensi kepemimpinan mereka, serta membuka wawasan bagi profesional dari generasi sebelumnya yang bekerja bersama atau membina mereka.

Dengan kombinasi analisis mendalam, studi kasus inspiratif, dan framework praktis, buku ini mengupas berbagai aspek penting dalam kepemimpinan era digital, mulai dari personal branding hingga navigasi karir non-linear. Jika Anda ingin menjadi bagian dari transformasi kepemimpinan yang sedang terjadi, buku ini adalah panduan yang wajib Anda miliki.



Penerbit

widina

www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-500-580-5



9

786235

005805