

**FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN
UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN KAMPUS SEREMBAN**

ASPIRASI

EDISI 2, 2025

ISSN : 2735-0525

**GREEN IS THE NEW "GOLD":
PELABURAN ESG DALAM DUNIA
YANG SEMAKIN PANAS**

**SYED NORHAIMI SYED ZIN:
Mengubah Persepsi
Pertanian Malaysia**

**TRANSFORMASI PEMBELAJARAN
DALAM ERA DIGITAL**

**Generasi Z:
Merentas Evolusi
Pembelajaran dan Dunia
Pekerjaan**

GENERASI Z:

MERENTASI EVOLUSI PEMBELAJARAN DAN DUNIA PEKERJAAN

Penulis

Jamilah Mohd Mahyideen,
Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli,
Wan Normila Mohamad dan
Hafisah Yaakob

Dalam landskap sosial dan ekonomi yang semakin kompleks dan digital, muncul satu generasi yang membentuk semula definisi pembelajaran dan pekerjaan iaitu Generasi Z (Gen Z). Dikenali sebagai golongan yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, Gen Z tidak lagi sekadar pengguna teknologi; mereka adalah nadi ekonomi digital. Mereka generasi pertama yang benar-benar “digital native”, tidak pernah kenal dunia tanpa internet. Kehidupan mereka dibentuk oleh revolusi digital, akses maklumat segera, serta norma kerja yang fleksibel dan tidak lagi terikat pada kerangka konvensional.

Pembelajaran bagi generasi ini bukan lagi terhad kepada dewan kuliah dan buku teks. Sebaliknya, mereka lebih cenderung kepada kaedah interaktif, pembelajaran mikro, dan pengalaman praktikal yang memberi makna. Dalam dunia pekerjaan pula, nilai tradisional seperti kestabilan dan jawatan tetap mula bersaing dengan keinginan terhadap fleksibiliti, keseimbangan hidup dan pekerjaan, serta keperluan untuk berkembang secara berterusan. Dalam dunia TikTok, kandungan yang tulen (authentic) mempunyai kuasa yang jauh lebih besar berbanding platform media sosial lain. Pengguna TikTok lebih menyukai video yang asli dan menarik berbanding kandungan yang telah disunting secara berlebihan dan dipersembahkan secara tersusun seperti yang biasa dihasilkan untuk Instagram atau Facebook. Gaya penyampaian yang berbeza inilah yang memberikan pencipta kandungan di TikTok kelebihan untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan peminat atau pengikut mereka, sesuatu yang sukar diperoleh di platform lain. Ini juga menjadikan TikTok sebagai sebuah platform yang meriah namun pada masa yang sama berpotensi menjadi lombong emas kepada pencipta kandungan yang mampu mencapai keseimbangan sempurna antara keaslian danelemen pemasaran.

Siapa Gen Z?

Gen Z merujuk kepada mereka yang dilahirkan antara tahun 1997 hingga sekitar 2012. Mereka merupakan generasi pertama yang membesar sepenuhnya dalam dunia yang sudah diselubungi oleh teknologi digital. Tidak seperti generasi sebelumnya, khususnya Millennial, yang mengalami fasa peralihan daripada era analog kepada era digital, Gen Z dilahirkan terus ke dalam ekosistem digital dunia yang penuh dengan skrin sentuh, sambungan internet berkelajuan tinggi, media sosial, dan kecerdasan buatan.

Bagi Gen Z, akses segera kepada maklumat bukan sekadar satu kelebihan, tetapi satu kebiasaan hidup. Mereka tidak perlu menunggu berita di kaca televisyen atau meneliti ensiklopedia untuk mendapatkan maklumat. Sebaliknya, hanya dengan beberapa ketikan diskrin telefon pintar, segala persoalan boleh dijawab dalam masa beberapa saat.

Ini membentuk mentaliti pantas, keinginan terhadap kesegeraan, dan tahap kesabaran yang lebih rendah terhadap proses atau sistem yang dianggap lambat atau tidak efisien.

Dalam kehidupan seharian, multitasking adalah sesuatu yang biasa. Menonton YouTube sambil menyiapkan tugas dan membalas mesej di media sosial adalah rutin harian yang tidak pelik bagi mereka. Mereka juga lebih cenderung kepada ekspresi diri melalui kandungan digital seperti vlog, TikTok, dan podcast.

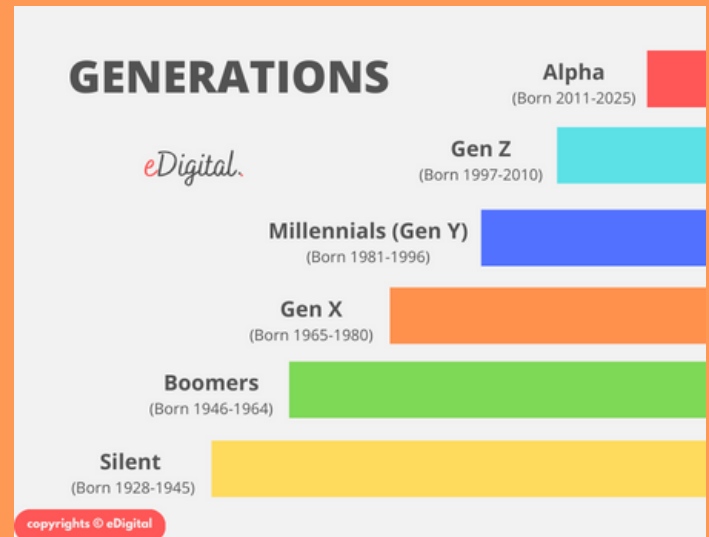
Namun, gaya hidup digital ini turut hadir dengan cabaran seperti tumpuan yang singkat, tekanan media sosial, serta keperluan untuk sentiasa dilihat relevan. Oleh itu, penting untuk masyarakat memahami cara fikir, keutamaan dan nilai Gen Z supaya kita dapat berinteraksi dan menyokong mereka dengan lebih efektif, baik dalam pendidikan mahupun dunia pekerjaan.

“Bagi Gen Z, dunia digital bukan pilihan – ia adalah realiti hidup.”

Teknologi Nadi Kehidupan Gen Z

Bagi Gen Z, teknologi bukan sekadar alat. Ia adalah sebahagian daripada identiti mereka. Sejak kecil, mereka telah terdedah kepada telefon pintar, Wi-Fi, aplikasi mudah alih, dan pelbagai platform digital. Jika generasi sebelum ini belajar mengenali teknologi, Gen Z pula membesar dengannya, sekaligus menjadikan teknologi ibarat “darah daging” yang mengalir dalam setiap aspek kehidupan mereka. Berdasarkan satu laporan oleh Global Web Index (2024) menunjukkan bahawa 98% GenZ memiliki telefon pintar seawal usia belasan tahun dan mereka menghabiskan purata hampir 4 jam sehari di media sosial. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube bukan lagi sekadar tempat hiburan kosong. Ia telah menjadi saluran pembelajaran tidak formal, tempat mereka berkongsi kreativiti, mendapatkan maklumat semasa, membina komuniti, dan dalam banyak kes, menjana pendapatan. Ramai dalam kalangan mereka telah menjadi pencipta kandungan, pengengaruh digital, atau usahawan mikro sebelum mencecah umur 25 tahun.

Lebih menarik, Gen Z memanfaatkan teknologi untuk menyuarakan pendapat dan menyertai gerakan sosial. Mereka tidak takut bersuara mengenai isu seperti perubahan iklim, kesamarataan, atau kesihatan mental, semuanya melalui medium digital. Malah, dalam dunia Gen Z, “offline” adalah luar biasa, bukan norma. Mereka belajar, berinteraksi, dan bekerja dalam persekitaran maya, dari Google Classroom hingga Zoom Meeting, dari e-dagang ke gig economy. Oleh itu, mana-mana institusi atau organisasi yang ingin mendekati Gen Z perlu memahami satu realiti penting: bagi Gen Z, dunia digital bukan pilihan – ia adalah kehidupan sebenar.



Cara Belajar Baharu: Cepat, Visual, Interaktif

Pembelajaran bagi Generasi Z tidak lagi sekadar menghadiri kuliah dalam bilik berhawa dingin dan mencatat nota panjang lebar. Mereka generasi digital asli yang membesar dengan YouTube, TikTok, dan Google sebagai 'guru pertama'. Bagi mereka, maklumat bukan perlu dicari tetapi ia sudah tersedia di hujung jari. Justeru, mereka mahukan pembelajaran yang pantas, ringkas, bersifat visual dan mudah dihadap.

Konsep microlearning iaitu pembelajaran melalui kandungan bersaiz kecil seperti video berdurasi hingga 5 minit, infografik, atau nota ringkas interaktif menjadi semakin digemari. Ia bukan sahaja menjimatkan masa, tetapi juga lebih mesra kepada rentang tumpuan yang singkat. Gen Z juga gemar kepada pendekatan gamifikasi, iaitu menggunakan elemen permainan dalam proses pembelajaran, seperti kuiz interaktif, leaderboard, dan sistem ganjaran digital.

Mereka lebih terlibat apabila belajar melalui pengalaman langsung, contohnya simulasi, perbincangan kes sebenar, atau projek kolaboratif dalam talian. Bagi Gen Z, ilmu itu perlu relevan, boleh diguna segera, dan berhubung langsung dengan dunia sebenar. Jika cara penyampaian tidak mengikut arus ini, jangan terkejut jika mereka beralih minat mereka kearah lain.

Cara Bekerja Baharu: Fleksibel, Bebas, Berdaya Digital

Apabila melangkah ke dunia kerjaya, Gen Z membawa paradigma baharu. Tidak seperti generasi terdahulu yang mengutamakan kestabilan dan pekerjaan 9.00 pagi – 5.00 petang, Gen Z lebih mementingkan fleksibiliti, keseimbangan hidup, dan tujuan kerja. Bagi mereka, kerjabukan sekadar sumber pendapatan tetapi ia mesti membawa nilai, kepuasan peribadi dan peluang untuk berkembang.

Inilah yang menjadikan mereka cenderung memilih model pekerjaan yang tidak konvensional seperti freelancing, kerja kontrak, ekonomi gig, dan kerja jarak jauh. Dengan teknologi sebagai tulang belakang, mereka boleh bekerja dari mana-mana tempat seperti kafe, rumah, malah semasa bercuti. Platform seperti Upwork, Fiverr, dan LinkedIn menjadi 'pejabat maya' mereka.

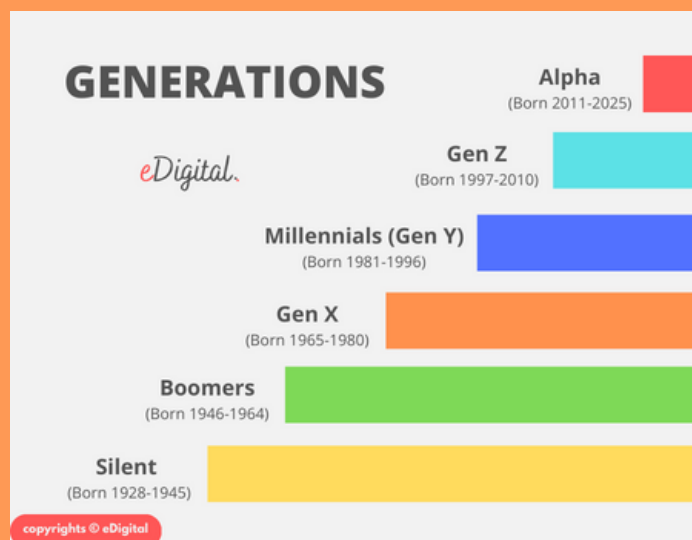
Mereka juga berani mencuba pelbagai pekerjaan dalam satu masa. Istilah "slasher" merujuk kepada individu dengan pelbagai kerjaya serentak (contoh: pereka grafik / penulis / content creator). Gen Z mahukan ruang untuk mengekspresikan kreativiti, bekerja dalam budaya yang terbuka dan menyokong kesejahteraan mental. Bagi majikan, memahami keperluan ini bukan sahaja menarik bakat muda, tetapi juga memastikan kelangsungan tenaga kerja masa depan.

Rujukan

GlobalWebIndex. (2024). Gen Z and the digital world: Usage trends and statistics. GWI.

<https://www.gwi.com/reports>

McCrindle, M. (2021). Understanding Generation Z: Characteristics and implications. McCrindle Research. <https://mccrindle.com.au>



Cabaran Dunia Digital

Namun, dunia digital bukanlah syurga tanpa sisi gelap. Walaupun media sosial menjadi ruang untuk berekspresikan kreativiti, ia juga memupuk budaya perbandingan diri secara tidak sedar. Gen Z sering terperangkap dalam perlumbaan untuk kelihatan sempurna. Bermula dari gaya hidup, rupa fizikal, hinggalah pencapaian peribadi. Tekanan ini menyumbang kepada peningkatan isu kesihatan mental seperti keresahan, kemurungan dan keletihan digital.

Tambahan pula, kestabilan ekonomi dan kerjaya menjadi kebimbangan utama. Dunia pekerjaan yang sentiasa berubah akibat kemajuan teknologi menuntut mereka untuk sentiasa menambah kemahiran (upskill) dan menyesuaikan diri dengan aliran baharu. Ironinya, teknologi yang membuka banyak pintu peluang juga mewujudkan persaingan yang semakin sengit, bahkan melangkaui sempadan geografi. Dalam dunia digital ini, siapa lambat akan ketinggalan dan ini memberi tekanan besar kepada generasi yang masih mencari hala tuju.

“

“Generasi Z tidak hanya menunggu masa depan. Mereka sedang mencipta masa depan itu – hari ini.”

”