

Digital Leader sebagai Pemimpin Transformasional (Analisis Peran Generasi Milenial dalam Bonus Demografi Indonesia)

“Digital Leaders are made, not born”

Kutipan di atas menjadi kalimat yang sangat menarik perhatian ketika membuka sampul buku karangan Erik Qualman, *Digital Leader*. Kepemimpinan dalam era digital menjadi sangat relevan dengan kehidupan saat ini. Buku ini dapat menjadi referensi untuk memahami bagaimana menjadi pemimpin yang baik dan tips untuk mengambil sebanyak-banyaknya keunggulan dari era digital yang sedang berjalan, dengan menjadi *Digital Leader*. Meskipun contoh dan ilustrasi yang digunakan banyak berasal dari pengalaman tokoh-tokoh dan perusahaan skala internasional, pembahasan di dalamnya akan sangat berguna dalam mengkaji dan menganalisis bagaimana *Digital Leader* dapat menjadi sosok Pemimpin Transformasional di Era Generasi Milenial di Indonesia. Terlebih lagi, generasi milenial Indonesia adalah bagian dari masyarakat global yang dituntut untuk mampu berdaya saing.

Generasi milenial tak pelak menjadi bagian dalam kehidupan bermasyarakat. Lebih mikro, perhatian dan program pengembangan generasi milenial kini menjadi bagian dari strategi dalam memenangkan persaingan dunia usaha. Persaingan ini terutama dalam mendapatkan talenta terbaik bagi perusahaan, yang pada akhirnya bermuara pada strategi untuk memenangkan pasar. Adalah penting untuk memahami karakter generasi milenial dengan penerapan strategi yang tepat. Apalagi beberapa survey tentang dunia kerja menunjukkan bahwa generasi ini adalah generasi yang membutuhkan perhatian lebih sehingga potensinya dapat dioptimalkan. Bagi perusahaan, khususnya departemen yang menaungi manajemen sumber daya manusia, ini berarti sebuah pekerjaan rumah untuk menciptakan sebuah lingkungan kondusif bagi karyawan mereka dari generasi milenial untuk dapat berkembang. Salah satunya adalah mengevaluasi program kepemimpinan dan pengembangan pemimpin yang transformasional. *Digital Leader* dapat menjadi sebuah konsep acuan.

Generasi Milenial

Millennial sebagai kata benda dalam kamus Bahasa Inggris Oxford diartikan sebagai seseorang yang menginjak masa dewasa di sekitar tahun 2000. Setelah perang dunia ke 2, kelompok demografis (*cohort*) membedakan 4 generasi yaitu generasi *Baby Boomer*, generasi X, generasi Y, dan generasi Z. Generasi Y yang lebih dikenal sebagai Generasi Milenial adalah generasi yang saat ini berusia sekitar 15-34 tahun. Generasi milenial berbeda dengan generasi sebelumnya (*Baby Boomer* dan X). Salah satu alasannya dikarenakan kedekatan generasi ini dengan perluasan aplikasi teknologi informasi seiring dengan meluasnya akses internet. Kemudahan menggunakan internet dan jangkauannya yang nyaris tanpa batas membuat milenial berperilaku terbuka pada perubahan dan menjadi bagian besar dari dinamika perubahan. Mereka dengan cepat mengikuti perubahan dengan menggunakan piranti teknologi dari genggam tangan lewat temuan seperti telepon pintar (*smartphone*). Kondisi ini mempengaruhi pola pikir, nilai-nilai, dan akhirnya budaya milenial yang mereka anut.

Berbicara tentang generasi milenial di Indonesia berarti berbicara tentang fenomena yang terjadi dengan demografi Indonesia. Banyak kajian mengenai perkembangan ekonomi Indonesia menyebutkan bahwa sekarang ini adalah masa penting bagi Indonesia, sebuah negara dengan fenomena demografi yang sering disebut sebagai Bonus Demografi. Hasil Survei Penduduk (SP) 2020 menunjukkan komposisi penduduk Indonesia dalam kategori milenial adalah sebesar 25.87% (sekitar 70 juta orang). Angka ini merupakan jumlah penduduk terbanyak kedua setelah Gen-Z yang terpaut lebih banyak 5 juta orang. Jumlah porsi milenial ini menegaskan peran generasi milenial yang besar untuk mewujudkan tujuan-tujuan strategis bangsa Indonesia di tahun 2020 dan selanjutnya. Jika pembangunan manusianya tidak dioptimalkan, maka generasi dalam Bonus Demografi ini akan menjadi generasi biasa-biasa saja atau bahkan dapat menjadi sumber masalah besar di masa mendatang.

Generasi milenial Indonesia memainkan peranan penting dalam dunia digital. Dalam laporan Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) tahun 2015, evolusi jasa seluler atau ekosistem digital menunjukkan pertumbuhan positif. Salah satu faktor dalam proyeksi pertumbuhan ini adalah populasi orang muda, di samping dari

peningkatan GDP per kapita, sifat alami orang Indonesia yang suka bersosialisasi, dan keterbukaan pada budaya penggunaan piranti teknologi baru. Populasi orang muda yang besar menjadi bagian dari positifnya perkembangan indikator digital Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam *ITU Regional Standardization Forum for Asia Pacific 2015* menjelaskan bahwa fakta digital Indonesia menunjukkan perkembangan ini dengan terdapatnya 83.6 juta pengguna internet dan 282 juta pelanggan aplikasi telepon seluler. Di dalamnya, generasi milenial Indonesia adalah pemain penting. Tidak salah jika menyebut generasi ini sebagai generasi Digital.

Implikasi dari generasi milenial sebagai pemain utama dalam era digital tentu mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan bermasyarakat, khususnya dalam dunia bisnis. Dunia bisnis saat ini diisi oleh pemain-pemain baru dengan segudang kreativitas. Sebagai pebisnis, beberapa generasi milenial menjadi contoh sukses membangun bisnis dari awal (*start-up*). Sebagai contoh yang banyak diperbincangkan adalah perintis Gojek (aplikasi transportasi umum) yang digawangi oleh Nadiem Makarim, seorang milenial. Usia perusahaan yang berstatus Unicorn ini sudah menginjak lebih dari 1 dekade. Perluasan bisnis-nya menggurita ke setiap sendi keseharian masyarakat, terlepas dari kontroversinya dalam dunia transportasi Indonesia. Pesatnya pertumbuhan bisnis serupa tidak hanya terjadi pada Gojek, tetapi juga pada perusahaan yang melakukan pendekatan yang sama dengan memanfaatkan teknologi digital. Pebisnis muda ini sering dinamai sebagai *Digipreneurs*.

Digipreneurs yang berasal dari generasi milenial tentu memiliki keunggulan sendiri. Populasi yang besar dalam rentang usia milenial menjadi pasar yang menguntungkan. *Digipreneurs* banyak berasal dari generasi milenial dan mereka mengenal apa yang diinginkan konsumennya layaknya mereka mengenal karakter dirinya sendiri. Contoh nyata adalah media untuk menjangkau generasi milenial yang dipilih dengan lebih selektif dengan banyak memainkan produk komunikasi digital (baik itu iklan, maupun program *loyalty*). *Word of Mouth* yang selama ini didengungkan oleh media iklan akhirnya banyak diterjemahkan menjadi *Word of Social Media*. Generasi milenial memanfaatkan piranti digitalnya untuk berkomunikasi dan dikontak langsung oleh penyedia barang dan jasa. Dunia bisnis memanjakan

generasi milenial dengan transaksi yang lebih efektif dan efisien. Mereka tak perlu repot untuk menghabiskan waktu demi mendapatkan apa yang mereka inginkan, termasuk untuk bertransaksi karena transaksi non-tunai (*cashless*) pun dimungkinkan dimana pun yang didukung oleh sinyal komunikasi yang cukup.

Contoh sukses generasi milenial di dunia bisnis menunjukkan kemandirian mereka yang tinggi dan membuktikan mereka adalah generasi yang sangat sadar teknologi (*technology savvy*). Dapat dipahami bahwa generasi ini adalah generasi yang penuh ide dan kreativitas yang jika diarahkan dengan baik akan berdampak sangat positif. Hal ini sangat sesuai ketika berbicara mengenai kiprah yang diharapkan dari generasi milenial dalam sebuah perusahaan atau dunia kerja.

Jika dibandingkan dengan generasi X (generasi sebelum Y), seseorang akan dipandang sukses dalam berkarir apabila ia memulai dari bawah dan berusaha hingga mencapai posisi tinggi. Generasi X akan dipandang sukses ketika mereka loyal terhadap perusahaan yang sama dalam jangka waktu yang panjang. Bagi generasi milenial, sukses dipandang dengan cara berbeda. Generasi milenial akan merasa sukses ketika mereka “laku” di bursa kerja dengan cara berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya. Sebuah fenomena yang tak jarang terjadi dan seringkali ditemukan dalam wawancara kerja atas pertanyaan apa yang memotivasi calon karyawan generasi milenial melamar pekerjaan yang baru.

Pengalaman seperti ini sebenarnya sudah menjadi fenomena dalam sepuluh tahun belakangan. Tindakan karyawan dari generasi milenial yang lebih senang berpindah-pindah perusahaan dalam mencari jati diri profesionalnya telah menjadi sebuah tradisi dalam bursa tenaga kerja. Mereka yang menjadi pelaku sering disebut sebagai “Kutu Loncat”. Trend ini tampaknya berlanjut karena mereka memang memiliki kesempatan untuk melakukannya sejalan dengan perkembangan dunia kerja dan bidang kerja yang semakin bervariasi serta menawarkan peluang-peluang yang tidak sama dengan apa yang ditawarkan dalam era generasi sebelumnya.

Bagi perusahaan-perusahaan yang menjunjung pertumbuhan berkelanjutan, implikasi atas kehadiran dan peran generasi milenial dalam organisasi tidak dapat dihindari. Perusahaan yang merekrut generasi milenial akan mendapatkan keuntungan

terutama atas kelebihan dalam adaptasi terhadap teknologi digital. Selain itu, perusahaan akan dibantu untuk menjadi lebih kreatif, sebagaimana banyaknya kontribusi generasi milenial dalam perekonomian. Akan tetapi, tanpa pembinaan dan program yang tepat berkonsentrasi terhadap pemahaman karakter dan sifat mereka, maka dapat berdampak pada beberapa cerita gagal. Kegagalan yang dimaksud termasuk mereka akan segera meninggalkan pekerjaannya dan mencari perusahaan baru. Alhasil stigma negatif kadang melekat pada mereka tentang kelemahan generasi milenial yang dinilai sebagai generasi yang mudah menyerah dan memiliki kemampuan *problem solving* yang rendah.

Untuk bisa memenangkan persaingan sumber daya manusia, perusahaan harus dapat mengenali apa yang generasi milenial inginkan dan bagaimana menjadikan mereka sebagai sosok yang berkontribusi optimal di dalam organisasi. Salah satu temuan yang menarik tentang generasi milenial dalam dunia kerja adalah seperti yang dijelaskan dalam *Deloitte's Global Milenial Survey* yang ke 5 tahun 2016. Survey ini dilakukan terhadap 7,700 responden dari generasi milenial dari 29 negara di seluruh dunia termasuk Indonesia. Semua responden generasi milenial ini lahir setelah tahun 1982. Dari survey dan penelitian tersebut diperoleh kesimpulan bahwa tantangan untuk menjaga kesetiaan (*loyalty*) generasi milenial adalah tentang bagaimana mereka memahami bahwa potensi diri yang mereka miliki sudah dioptimalkan di tempat mereka bekerja. Ketika mereka merasa bisnis hanya berorientasi profit dan tidak lebih, mereka ingin cepat-cepat keluar dari perusahaan tersebut.

Kesimpulan lainnya dari survey tersebut adalah bagaimana generasi milenial memiliki keinginan untuk mengekspresikan pandangan positif tentang peran bisnis dalam masyarakat. Mereka ingin berperan serta dan memperhalus persepsi negatif atas motivasi dan etika perusahaan. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka bekerja dalam perusahaan yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan nilai-nilai yang mereka anut dan menghindari perusahaan yang bertentangan dengan apa yang mereka percayai sebagai sesuatu yang benar. Jika perusahaan yang mempekerjakan mereka tidak dapat memenuhinya maka tidak ada alasan untuk mereka tinggal lebih lama.

Yang menarik dari generasi milenial adalah alasan mereka untuk tidak setia dikemukakan dengan gamblang. Kebanyakan di antaranya bukan karena alasan klasik dari generasi sebelumnya yang berkisar pada topik pendapatan yang lebih besar. Penelitian Deloitte menjelaskan alasan mereka menginginkan sebuah pekerjaan adalah untuk mampu mengembangkan diri mereka. Seperti yang dikemukakan sebelumnya, mereka ingin bekerja dalam perusahaan yang nilai-nilai yang sejalan dengan mereka dan dapat dibanggakan. Perusahaan dimana mereka bekerja harus memiliki program pengembangan yang baik dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk ikut berperan dalam kepemimpinan. Perusahaan seperti ini tentu ada di bawah kepemimpinan orang yang tepat pula. Pemimpin yang siap memimpin transformasi dalam era digital sebagaimana generasi milenial bertransformasi dalam setiap sendi kehidupan mereka.

Digital Leader sebagai Pemimpin Transformasional

Menurut Robbins (2003), kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi kelompok menuju pencapaian sasaran. Selanjutnya, ia mengemukakan bahwa pemimpin transformasional adalah pemimpin yang menginspirasi para pengikut (*follower*) untuk melampaui kepentingan pribadi mereka dan yang mampu membawa dampak mendalam dan luar biasa pada pengikut. Dalam Kepemimpinan Transformasional, pengikut termotivasi untuk melakukan lebih dari pada yang awalnya diharapkan terhadap mereka. Pengikut percaya, kagum, setia, dan hormat pada pemimpinnya. Pemimpin mentransformasi dan memotivasi dengan:

1. Membuat mereka lebih sadar mengenai pentingnya hasil-hasil suatu pekerjaan
2. Mendorong mereka untuk lebih mementingkan organisasi atau tim dari pada kepentingan diri sendiri
3. Mengaktifkan kebutuhan-kebutuhan mereka pada kepentingan yang lebih tinggi.

Kepemimpinan transformasional seringkali dibandingkan dengan kepemimpinan transaksional. Perbedaannya adalah bahwa pemimpin transaksional

memandu atau memotivasi pengikut mereka menuju ke sasaran yang ditetapkan dengan memperjelas persyaratan, peran, dan tugas. Dalam kepemimpinan transaksional, kinerja pada akhirnya akan dinilai dengan imbalan-imbalan dan insentif apabila dilakukan dengan efektif.

Digital Leader adalah sosok pemimpin yang hadir dalam era digital. *Digital Leader* bisa siapa saja, tak memandang usia, latar belakang, dan atribut lainnya. Seperti halnya seorang pemimpin transformasional, *Digital Leader* adalah seseorang yang dapat menjadi teladan dan sumber inspirasi pengikutnya dalam perubahan yang semakin dinamis terjadi saat ini. *Digital Leader* berperan sebagai pemimpin dalam menjalani perubahan-perubahan di era digital. Hal ini dapat dijelaskan dengan membandingkan bagaimana karakter sosok *Digital Leader* dibandingkan dengan pemimpin transformasional. *Digital Leader* hidup di era yang penuh perubahan yang menjadi konsekuensi perkembangan teknologi. Mereka hidup di zaman sekarang, era milenial yang memiliki karakter dan sifat yang berubah signifikan dari generasi sebelumnya. *Digital Leader* harus selalu siap bertransformasi dan menyikapi perubahan teknologi yang tidak dapat dibendung. Perubahan yang semakin cepat terjadi harus disikapi dengan keterbukaan untuk dapat selalu adaptif dan tetap produktif.

Terdapat banyak definisi *Digital Leader* lainnya yang sering terkait dengan topik pengelolaan perubahan. Salah satunya adalah seperti yang dapat dipelajari dari Laporan Deloitte 2015, *The Changing Role of People Management in the Digital Age*, yang menjelaskan bahwa organisasi yang semakin *lean* di era ekonomi digital membuat pemimpin harus selalu fokus kepada hasil. Keputusan yang diambil haruslah cepat karena akan terukur dengan cepat pula sebagai implikasi dari perkembangan teknologi. Hal ini menuntut adanya langkah-langkah yang harus diambil dalam tujuannya mensukseskan transformasi di era digital. Salah satu yang penting adalah memberdayakan Kepemimpinan Digital lewat peran *Digital Leader*. *Digital Leader* seharusnya menetapkan biaya, resiko, mitigasi, dan manfaat yang jelas dan memutuskan tipe dari perubahan peran serta manajemen dalam memimpin perjalanan organisasi. *Digital Leader* harus diperlengkapi dengan kapabilitas yang cukup untuk

dapat memimpin dan mengelola, termasuk mengelola tim-nya. Pemimpin ini memegang peranan penting terutama dengan dilema dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia termasuk didalamnya adalah generasi milenial sebagai generasi digital yang pertama. Sumber daya manusia akan dipenuhi dengan karyawan dengan kemampuan digital yang baru yang juga akan menghadapi tekanan era digital yang semakin besar pula.

Salah satu definisi *Digital Leader* lainnya adalah dengan memahami hasil sebuah studi yang dilakukan di Romania oleh Sabau (2016) tentang tantangan Kepemimpinan di Era Digital. Studi ini menjelaskan hubungan antara teknologi dan kepemimpinan. Saat ini, pemimpin harus mengapresiasi teknologi, tidak hanya sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai kekuatan inovatif. Pemimpin harus merangkul dan memulai perubahan dan inovasi. Perubahan teknologi dalam bisnis tidak hanya mengenai perangkat digital, tetapi harus bersifat visioner di segala aspek.

Selanjutnya, dalam studi tersebut dijelaskan pemimpin digital adalah mereka yang memanfaatkan perangkat digital untuk meningkatkan performa bisnis mereka. Internet dilihat sebagai perantara dari kerja sama dan komunikasi antara karyawan dan komputer mereka tanpa memandang posisi geografis. Teknologi digital jelas berbeda dari kecenderungan masyarakat yang lama yang biasanya terhubung dengan tatap muka. Bukan berarti teknologi digital sangat sempurna, tetapi harus disadari beberapa kelemahan dan tantangan dalam penerapannya. Salah satu tantangan pemimpin digital adalah bagaimana berkomunikasi dengan efektif. Pertanyaan yang relevan mengingat *Digital Leader* banyak menggunakan waktu untuk pertemuan-pertemuan tanpa tatap muka langsung, melainkan melalui telepon, email, tulisan, video, jaringan sosial, dan metode komunikasi yang lain. Dalam contoh terakhir ini, kepemimpinan diartikan menjadi pengelolaan aktivitas tim. Pemimpin harus secara taktis mengontrol bagaimana mengintegrasikan teknologi baru dan berhubungan dengan tatap muka langsung dengan menyesuaikannya berdasarkan tujuan spesifik. Lebih lanjut dalam aktivitas tim, seorang *Digital Leader* harus secara teratur mengupdate pengetahuan, keterampilan kepemimpinan mereka. Mereka harus menjadi inspirasi dalam memanfaatkan teknologi mereka.

Menurut Hunt (2015) pemimpin di era digital harus beradaptasi dengan gaya kepemimpinan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi permintaan digital. Kepemimpinan di era digital mungkin tidak membutuhkan sifat, karakter, dan perilaku yang baru, tetapi elemen-elemen dari kepemimpinan efektif mengambil arti baru dan mengkombinasikan untuk menciptakan gaya kepemimpinan baru. *Digital Leader* harus tampil sebagai pemimpin seperti ini. Sifat-sifat yang lebih dibutuhkan antara lain adalah Fleksibilitas, Adaptabilitas, Keterbukaan untuk Pengalaman, dan Toleransi pada resiko. Hal ini sejalan dengan apa yang ditemukan oleh penelitian Harsum (2015) yang menjelaskan bahwa membangun kepemimpinan digital adalah terkait dengan kepemimpinan dalam perubahan. Kemampuan Digital ini ditambah dengan adanya Kolaborasi, inovasi, dan juga mengenal kemampuan diri sendiri untuk memberi dampak pada orang lain.

Digital Leader adalah sebuah peran yang diharapkan mampu mengeksplorasi potensi generasi digital yang ada saat ini. *Digital Leader* tidak memandang usia sehingga seperti dinamika generasi yang ada sekarang, mereka bahkan banyak berasal dari generasi yang sama. Sebuah keadaan yang sedikit banyak mematahkan mitos bahwa seringkali pemimpin adalah dianggap sebagai orang yang lebih senior dari segi usia dibanding dari pengalaman

Dari penjelasan-penjelasan di atas, apakah sosok *Digital Leader* sebagai pemimpin transformasional dapat memenangkan hati generasi milenial? Pertanyaan yang tak kalah penting adalah apa yang dapat dilakukan untuk menjadi seorang *Digital Leader* yang menginspirasi?

Menurut Phillips dan Hopelain (2015) dalam presentasi *What Do Milenials Want in a Job?*, generasi milenial memandang kepemimpinan sebagai penyeimbangan kebutuhan bisnis dan karyawannya. Bisnis dan karyawan harus diarahkan untuk menjadi lebih sejahtera, bertumbuh dan berkembang. Generasi milenial memilih perusahaan berdasarkan pemahaman atas bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya. Tindakan ini bahkan dianggap lebih penting dibandingkan dengan bagaimana perusahaan berdampak kepada masyarakat, performa finansial, dan tujuannya.

Kepemimpinan dipersepsikan sebagai hal yang paling kuat dalam teknologi, media, dan telekomunikasi. Generasi milenial mengagumi pemikiran strategis, kemampuan interpersonal, visi, keinginan dan antusiasme, dan kemampuan mengambil keputusan dari pemimpin yang berada dalam perusahaan. Ini menunjukkan bahwa dengan memiliki *Digital Leader* yang baik dalam sebuah perusahaan tentu akan dapat mengoptimalkan generasi milenial yang pada akhirnya diharapkan dapat memenangkan persaingan.

STAMP: Menjadi *Digital Leader* yang Sukses

Dalam buku *Digital Leader*, Qualman (2012) menekankan bahwa banyak prinsip-prinsip kepemimpinan di masa lalu masih sangat relevan untuk diaplikasikan di masa kini. Sebagai contoh adalah bagaimana pemimpin-pemimpin sukses dari masa lalu menggunakan teknologi yang telah memodifikasi prinsip-prinsip kepemimpinan. Mereka yang berasal dari masa lalu tetap menjadi pemimpin di masa kini. Mereka memperlakukan kemajuan teknologi sebagai teman bukan lawan. Hal ini dikarenakan era digital menawarkan peluang-peluang yang besar.

Secara ringkas, Qualman menjelaskan *Digital Leader* dalam satu kata yaitu STAMP. STAMP adalah singkatan dari *Simple* atau Sederhana, *True* atau Jujur, *Act* atau Bertindak, *Map* atau memetakan tujuan dan visi, dan *People* atau Manusia.

Kesederhanaan atau *simplicity* adalah sebuah tujuan yang diinginkan semua orang di era digital ini. Era digital telah memastikan kenyataan-kenyataan yang lebih sederhana dibanding sebelum berkembangnya teknologi digital. Kesederhanaan yang dimaksudkan bagi pemimpin adalah fokus untuk mencapai visi di tengah riuhnya dunia dengan serangan informasi dari berbagai sisi. Setiap harinya kita diperhadapkan pada berita-berita dan cerita-cerita yang semakin kompleks dengan mengakomodir ruang dan waktu serta perspektif yang berbeda.

Pola pikir masyarakat lintas negara semakin tak terbatas. Semua orang dengan cara yang sederhana dapat dengan mudah mendapatkan informasi di belahan dunia yang mungkin tidak pernah ada dalam agenda kunjungan mereka. Riu informasi dan kemudahan atas kesederhanaan ini menuntut orang untuk fokus dan tidak hanyut di

dalamnya. Sebagai *Digital Leader*, fokus dibutuhkan supaya tidak tenggelam dalam hiruknya dunia yang sudah penuh dengan hal-hal yang mudah dilakukan. Dapat dibayangkan bagaimana generasi milenials yang sarat akan informasi menjadi jenuh karenanya. Dibutuhkan seseorang yang mampu membawa mereka untuk tetap fokus dalam usaha mencapai tujuan organisasi. Dengan kata lain, sosok *Digital Leader* harus mampu tetap berpikir sederhana dan fokus.

Menjadi seorang *Digital Leader* yang sederhana haruslah anti terhadap mengeluh. Bisa dibayangkan ketika kecepatan lalu lintas informasi dan aksi selalu ditanggapi dengan keluhan. Ini akan menjadi sumber keresahan bagi orang-orang yang dipimpin. Tidak berarti bahwa *Digital Leader* harus takut untuk berbuat salah, tetapi yang terpenting adalah menyadari kesalahan tersebut, memperbaikinya, dan tidak mengulangnya kembali di masa mendatang. Bagi generasi milenial, seorang pemimpin seperti ini akan memberikan pembelajaran dan pengoptimalan potensi mereka. Generasi milenials tidak akan takut untuk bereksperimen karena pemimpinnya tidak akan mengeluhkan resiko gagal tetapi justru menghargai pelajaran di dalamnya. Pemimpin yang tidak gampang mengeluh akan menghasilkan pengikut yang tidak gampang mengeluh pula.

Jujur dalam definisi Qualman adalah jujur atas apa yang menjadi *Passion* atau keinginan. Seorang *Digital Leader* harus memutuskan ia ingin menjadi siapa barulah kemudian memutuskan ia ingin menjadi apa. Jika seorang *Digital Leader* tidak tahu apa yang menjadi *passion* (impian) dalam hidupnya, maka ia harus merenungkan dan ketika menemukannya berbagi hal positif ke sekitarnya, layaknya dunia yang menginginkan lebih banyak hal-hal positif. Dalam era persaingan global, menjadi sama dengan sekitar (*mediocre*) adalah sebuah langkah mundur. Seorang *Digital Leader* harus dapat berdiri tegak dan maju ke depan dan menjadi segelintir orang yang fokus dalam ceruk pasar. Pemimpin yang jujur akan mampu menularkan budaya integritas yang tinggi. Generasi milenial membutuhkan pemimpin seperti ini, apalagi jika dikaitkan dengan sifat mereka yang ingin menunjukkan hal positif kepada masyarakat di luar organisasinya.

Bertindak berarti berani mengambil keputusan. Keputusan tidak selalu benar, bahkan seringkali porsi salah lebih besar. Seorang *Digital Leader* harus berani mengambil resiko untuk salah, tetapi harus dapat diperhitungkan. *Digital Leader* harus mengalami kesalahan lebih cepat. Setiap kesalahan yang terjadi haruslah membentuknya menjadi seseorang dengan kualitas lebih baik. Dalam bertindak, seorang *Digital Leader* haruslah mengupayakan agar semua orang bergerak positif dan mempertahankannya. Sebagai *Digital Leader* hal ini bisa diterapkan dalam media digital yang digunakan dalam memprioritaskan hal-hal yang harus diputuskan terlebih dahulu. Tak lupa, meski sifat digital yang ada dimana-mana, seorang *Digital Leader* harus menyisakan ruang untuk menonaktifkan kehidupan digital dan mengambil waktu untuk siap berpikir dan bertindak lebih baik lagi.

Bertindak bagi generasi milenial adalah sebuah aktivitas yang penting. Pemahaman bahwa generasi milenial adalah generasi yang tidak penyabar dapat diarahkan ke pengertian yang positif. Generasi milenial menginginkan tindakan yang cepat. Mereka memiliki keberanian yang lebih besar untuk mengambil keputusan. Di sinilah peran *Digital Leader* untuk membantu mereka memahami pengambilan keputusan dengan cepat dan tepat. Semuanya membutuhkan pertimbangan. Dengan akses teknologi yang cepat, pengambilan keputusan pun dimungkinkan untuk cepat pula. Sekali lagi, peran *Digital Leader* adalah memastikan keputusan cepat harus dengan pertimbangan dan perhitungan yang tepat.

Hal penting lainnya dalam bertindak adalah nyata atau *real*. Generasi milenial pada umumnya dapat diarahkan melalui instruksi via media. Tetapi, *Digital Leader* harus memastikan bahwa terdapat alokasi waktu untuk dapat bertatap muka dengan anggota tim dari generasi milenial. Kualitas lebih penting dari Kuantitas. Hal inilah yang dibutuhkan untuk memastikan tindakan yang diambil akan mengarah pada hasil yang positif.

Seorang *Digital Leader* harus memiliki tujuan dan visi yang jelas sebagai acuan untuk mengetahui kemana mereka ingin berada. Tujuan ini harus jelas, tetapi jalan mencapainya bisa fleksibel. Dalam dunia digital, penelusuran rekam jejak perjalanan atau pengalaman sangat dimungkinkan. *Digital Leader* harus dapat memanfaatkan

keunggulan ini dalam menganalisis perjalanan kepemimpinan mereka sehingga memastikan setiap perjalanan memiliki pelajaran sendiri yang menuntun mereka kepada tujuan dan visi yang ingin diraih.

Generasi milenial juga memiliki keunggulan untuk mampu menelusuri kembali rekam jejak kegagalan dan kesuksesan di masa lalu. Dengan teknologi mereka dapat mengevaluasi apa yang pernah terjadi sebelumnya. *Digital Leader* harus memaknai hal ini dengan menetapkan tujuan yang jelas. Pemimpin dan timnya dapat mengalami proses pembelajaran yang sama dalam usaha mencapai tujuan organisasi.

Seorang *Digital Leader* tidak mungkin melakukan segala sesuatunya sendiri. Karena itu ia harus dibantu dan membantu orang lain. Seperti kata pepatah, jika anda ingin menjadi cepat pergilah sendiri, jika anda ingin mencapai sesuatu lebih jauh pergilah bersama. Seorang *Digital Leader* haruslah memahami bahwa teman dan pengikutnya dalam media sosial adalah mata uang digital. Karenanya ia harus berinvestasi terhadap dua hal tersebut. Namun perlu disadari bahwa, adalah penting untuk melakukan interaksi *offline* sebagaimana layaknya interaksi sosial yang lebih bermakna ketika berhadapan langsung dengan orang lain. Demikian halnya dalam memperlakukan anggota tim dari generasi milenial, mereka pun harus disentuh tidak hanya dari media sosial yang mereka gandrungi. Kontak langsung tetap penting dan memberikan sebuah pemahaman berbeda tentang bagaimana seorang *Digital Leader* juga memperlakukan mereka sebagai makhluk sosial.

Dalam aspek komunikasi, *Digital Leader* harus mempelajari trik-trik efektif dalam berkomunikasi. Hal ini diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman dikarenakan hampir seratus persen komunikasi di era digital adalah non verbal. Dalam berkomunikasi pun, seorang *Digital Leader* harus mampu memilah konten, salah satunya adalah ketika memberikan kritik dan pujian. Pujian dapat dilakukan di dalam ranah publik karena akan memberikan makna mendalam bagi orang yang dipuji, juga memberikan dampak positif bagi jejaring. Sementara itu, kritik dapat diberikan secara pribadi kepada individu. Hal ini dapat membantu keefektifan dari komunikasi dan mencapai tujuan atas kritik dengan lebih baik tanpa menimbulkan demotivasi kepada individu yang dikritik. *Digital Leader* dapat menyampaikan kritik, tetapi juga harus

siap menerima kritik. Kritik dalam era digital terkadang begitu transparan, dan mereka yang melakukan kritik kepada *Digital Leader* belum tentu melakukannya secara privasi. Sebagai *Digital Leader*, seseorang harus mampu menerima kritik dengan positif dan untuk perbaikan dirinya.

Dalam dunia digital sekarang ini, orang akan semakin mudah untuk menilai pemimpin. Tidak peduli bagaimana hubungan kepemimpinan yang terjadi baik itu sebagai pemimpin di keluarga, di kantor dan sebagainya. Anggota tim dapat secara transparan dapat menilai seorang pemimpin. Hal ini tentu sangat relevan ketika berbicara tentang generasi milenial yang dapat dikatakan sebagai porsi terbesar masyarakat digital di media. Mereka dapat menilai pemimpin mereka dari interaksi dan konten media sosial. Hal ini tidak berarti *Digital Leader* harus menutup diri dari aksesibilitas ber-sosial media, tetapi untuk lebih dapat menginspirasi dari media yang menjangkau anggota timnya.

Pemberdayaan (*Empowerment*) adalah kunci terkait dengan menjadi pemimpin yang otentik. Seseorang harus menolak mitos bahwa dengan memiliki sepasukan pendukung untuk mengikuti arahan kita sebagaimana mengartikannya sebagai kekuatan kekuasaan. Hanya karena itu kita dapat memahami bahwa kepemimpinan yang otentik adalah bagaimana memberdayakan orang lain dalam perjalanannya. Perubahan dari ‘Saya’ ke ‘Kita’. *Digital Leader* harus dapat memberdayakan generasi milenial. Pemberdayaan berarti pendelegasian secara menyeluruh dalam pekerjaan dan tanggung jawab yang melekat di dalamnya. Ketika mereka mendapatkan kepercayaan, berarti mereka ditempatkan dalam posisi yang nantinya siap untuk melakukan hal yang sama, menilai dan dinilai sebagai pemimpin yang otentik.

Sebagai *Digital Leader*, seseorang harus dapat menciptakan kesadaran dan keterikatan. Seseorang harus menyediakan informasi yang cukup tanpa menyebabkan kebingungan. *Digital Leader* harus mampu membuat orang merasa sadar tentang sebuah situasi dan memahaminya. Semakin mereka paham, semakin mereka terikat dan mereka akan menemukan cara bagaimana kekuatan dan kelemahan masing-masing untuk mengerjakan pekerjaannya.

Generasi milenial hadir sebagai generasi yang mendatangkan harapan untuk dapat menjadikan masyarakat menjadi lebih maju dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan teknologi. Keunggulan ini tentu akan menjadi daya saing tersendiri bagi perusahaan atau bahkan bagi negara yang memanfaatkannya dengan tepat. Tidak bisa dipungkiri, generasi milenial adalah generasi yang membutuhkan arahan. Panduan yang diberikan harus berasal dari seseorang yang dapat menginspirasi mereka, seseorang yang dapat menggunakan bahasa dan media teknologi seperti mereka. Seseorang yang menjadi aspirasi mereka untuk kemudian juga dapat menjadi pemimpin di masa depan. Hal ini sangat relevan karena semakin banyak Milenial mempersepsikan diri mereka sebagai pemimpin, karenanya semakin besar pula keinginan mereka untuk dapat belajar dari *role model* yang dapat mengoptimalkan keunggulan mereka.

Digital Leader hadir untuk memungkinkan transformasi terjadi dalam organisasi dan menunjukkan cara yang sejalan untuk memenangkan dan mengoptimalkan potensi timnya dari generasi milenial. *Digital Leader* harus selalu dalam posisi siap memberikan contoh yang baik dan memanfaatkan keunggulan digital untuk melakukan perubahan positif demi hasil yang positif. *Digital Leader* setelah membentuk dirinya haruslah menjadi mentor, tidak mendikte atau memerintah saja. Menjadi *Digital Leader* yang baik akan membantu mereka untuk menciptakan generasi berikutnya yang lebih baik lagi. Dengan demikian, perusahaan yang serius mengembangkan generasi milenial dengan kepemimpinan yang baik hari ini, akan menjadi tempat bekerja terkemuka di masa depan.

Referensi

- Harsum, Steve. 2015. How to Develop Digital Leadership Capability. Strategic HR Review; 2015; Volume 14; No 5 page 208, ABI/INFORM Collection, UK.
- Hunt, Courtney S. 2015. Leading in the Digital Era. Talent Development, June 2015: 69. Page 48
- Qualman Erik. 2012. Digital Leader (5 Simple Keys to Success and Influence). USA: The McGraw Hill Companies.

Robbins, Stephen P. 2001. Perilaku Organisasi, Edisi 8. Prentice Hall, Jakarta.

Sabau, Codina Ioana. 2016. The Challenge of Leadership in the Digital Era. **European Conference on Management, Leadership & Governance; Kidmore End:** 301-306. Kidmore End: Academic Conferences International Limited. (Nov 2016)

www.atsi.or.id

https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xs/Documents/human-capital/dme_hc_changing_role_of_people_management_in_the_digital_era.pdf.

www.alvara-strategic.com

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-milenial-survey-2016-exec-summary.pdf>

<https://www.industry.co.id/read/18784/1327-juta-pengguna-internet-indonesia-didominasi-anak-muda>

<https://www.slideshare.net/CarolPhillips/milenials-and-careers-what-do-milenials-want-in-a-job>