STRATEGI KOMUNIKASI PEMIMPIN DALAM MENSOSIALISASIKAN KODE ETIK KEPADA KARYAWAN GENERASI MILENIAL DAN Z

Syarafa Adya[1], M Chaerul Rizky[2], Vatrecia Aura Sihombing[3], Tania Arma Putri BR Tarigan[4], Via Febiyola[5], Yuranda Magfirah[6]

[1,2,3,4,5,6]*Universitas Pembangunan Panca budi, Medan*
E-mail : syarafa.ady@gmail.com[1], mchaerulrizky@dosen.pancabudi.com[2], vatreciaa@gmail.com[3], taniatarigan05@gmail.com[4], viafebiyola@gmail.com[5], yurandamgfh@gmail.com[6]

ABSTRACT

Selecting an appropriate communication strategy is a crucial aspect of planning. If leaders fail to choose an effective communication strategy, it can lead to serious consequences, particularly in terms of time, effort, and resources. Changes in the workforce, which is now largely dominated by Millennials and Generation Z, require leaders to adapt their communication styles, especially in socializing the company's code of ethics. Millennials and Generation Z have distinct characteristics, particularly in communication. This study aims to identify leadership communication strategies in socializing the code of ethics to Millennial and Generation Z employees, as well as to determine the most effective approaches to enhance their understanding of the company's code of ethics. The research method employed is a systematic literature review of relevant scientific journals and textbooks. This literature review includes an in-depth examination of academic sources, covering key concepts in management such as leadership. The findings indicate that effective leadership communication strategies include the use of digital media, a transformational leadership approach, and leaders' role modeling. This study concludes that the success of code of ethics socialization largely depends on leaders' ability to adapt their communication strategies to the characteristics of Millennials and Generation Z.

Keywords : *Communication, Leadership, Code Of Ethics, Millennials, Generation Z*

ABSTRAK

Memilih strategi komunikasi merupakan hal yang penting dalam suatu perencanaan. Jika pemimpin salah memilih strategis yang bagus buat komunikasi maka akan berakibat sangat fatal terutama pada waktu, tenaga dan materi. Perubahan tenaga kerja yang kebanyakan diduduki oleh generasi milenial dan Z yang menuntut pemimpin untuk menyesuaikan cara berkomunikasi, khususnya cara mensosialisasikan kode etik perusahaan. Generasi milenial dan Z memiliki karakteristik yang berbeda, seperti dalam hal komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberi strategi komunikasi pemimpin dalam mensosialisasikan kode etik kepada karyawan generasi milenial dan Z, serta mencari pendekatan yang paling efektif untuk meningkatkan pemahaman terhadap kode etik perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi Pustaka yang sistematis terhadap jurnal ilmiah dan buku teks yang relevan. Studi pustaka ini mencakup tinjauan mendalam terhadap literatur akademis, meliputi konsep-konsep utama dalam manajemen seperti kepemimpinan. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan pemimpin dalam berkomunikasi yang efektif yaitu meliputi cara penggunaan media digital, pendekatan kepemimpinan transformasional, dan keteladan pemimpin. Kesimpulan penelitian ini adalah keberhasilan sosialisasi kode etik sangat bergantung pada kemampuan pemimpin dalan menyesuaikan cara komunikasi dengan karakteristik generasi milenial dan Z.

Kata Kunci : *Komunikasi, Kepemimpinan, Kode Etik, Generasi Milenial, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kerja pada saat ini di tandai dengan dominan karyawan dari generasi milenial dan generasi Z. kedua generasi ini sangat memiliki karakteristik yang berbeda seperti dalam halnya cara berkomunikasi. Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu Perusahaan, Agar aktivitas manajemen dapat berjalan dengan baik, Perusahaan juga harus memiliki karyawan yang berpengetahuan dan berketerampilan yang tinggi serta usaha untuk mengelola suatu perusahaan dapat dikerjakan seoptimal mungkin sehingga kinerja karyawan semakin meningkat. Menurut (Marihot Tua Efendi Hariandja, 2002) berpendapat bahwa sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang paling utama pada suatu Perusahaan dilihat dari faktor-faktor lainnya selain modal usaha.

Salah satu aspek yang penting dalam mengelola suatu sumber daya manusia dalam Perusahaan adalah dengan penerapan dan sosialisasi kode etik. Saat ini yang penuhi dengan tantangan dan persaingan yang sangat ketat, perusahan yang dapat memahami dan menerapkan suatu prinsip dan kode etik dengan baik akan memiliki suatu keunggulan dibandingkan perusahan lain yang tidak memahami prinsip dan kode etik. Dengan adanya itu, karyawan dapat berkerja dengan percaya diri dan rasa aman, tanpa ada takut tentang penyalahgunaan kekuasaan atau perlakuan yang tidak adil di perusahan (Esti Maryani & Nansi Rianindita, 2024).

Kode etik merupakan pedoman penting yang mengatur suatu tingkah laku dan sikap karyawan agar searah dengan nilai, norma, dan tujuan perusahan. Namun, dengan keberadaan kode etik saja tidak cukup jika pemimpin tidak disosialisakikan dengan baik. Tanpa adanya strategi komunikasi yang tepat, karyawan dari geberasi milenial dan Z akan kurang memahami, dapat dapat mengabaikan isi dan tujuan dari kode etik tersebut. Dengan itu, peran pemimpin menjadi sangat penting dalam memastikan apakah kode etik itu dapat diterima, dipahami, dan dilakukan oleh seluruh karyawan. Komunikasi dan kepemimpinan merupakan dua faktor penting yang mempengaruhi kinerja, motivasi, dan keterlibatan karyawan. Jika lingkungan kerja yang baik dan mendapatkan motivasi yang terarah maka terciptalah suatu kinerja yang bagus(Insan Kamal Nasution & Chaerul Rizky, 2024). Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemimpin dalam mensosialisasikan kode etik kepada karyawan generasi milenial dan Z.

Literature Review

1. Komunikasi

Makna komunikasi berasal dari kata latin yaitu “Communis” yang artinya membuat kebersamaan atau Membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung didalam suatu organisasi, yang mencakup keberagaman dan saling ketergantungan antar individu (Gutama, 2017).Komunikasi adalah suatu kegiatan mediasi yang melibatkan beberapa pesan secara ilokusi dan perlokutori, dengan tujuan untuk mengatasi suatu masalah yang menjadi landasan struktur perusahan (Françis Cooren & James R., 1997). Sedangkan komunikasi menurut (Mangkunegara, 2011) yaitu proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang ke orang lainnya agar dapat menginterprestasikan sesuai dengan tujuan yang dimaksud. (Supardi, 2013) mengartikan bahwa komunikasi sebagai usaha untuk mendorong orang lain untuk menginterprestasikan pendapat seperti apa yang dikehendaki oleh orang yang mempunyai pendapat tersebut. Seperti yang kita ketahui bahwa kurangnya komunikasi yang terbuka dari pemimpin dapat menyebabkan karyawan merasa putus asa dan tidak puas dengan kerjaannya(Pratiwi & Rizky, 2024). Menurut(Suhanta et

al., 2022) kondisi komunikasi yang baik juga akan menciptakan kinerja yang bagus kepada pegawai.

2. Kepemimpinan

Kepemimpinan terdiri dari kemampuan untuk dibimbing menganggukkan suatu pengaruh, dan mengawasi bawahan dengan cara yang dapat memotivasi mereka untuk bersedia bekerja dengan cara yang kondusif untuk mencapai tujuan perusahan(Harahap & khair, 2022). Kepemimpinan dapat diartikan sebagai perilaku dan rutinitas seseorang dalam menjalankan sebagai pemimpin (Rizky, 2022a). Kalau menurut(Malayu S. P. Hasibuan, 2017) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan adalah cara seorang pemimpin yang memberi pengaruh perilaku bawahannya, agar mau bekerja secara produktif dan bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahan. Menurut(Sutrisno, 2020) gaya kepemimpinan adalah suatu proses kegiatan seseorang untuk menggerakkan orang lain dengan cara mempengaruhi, membimbing untuk melakukan sesuatu agar tercapainya hasil yang diharapkan. Memahami dampak dari setiap gaya kepemimpinan, organisasi dapat mengembangkan strategi kepemimpinan yang sesuai dengan konteks mereka untuk tercapainya keberhasilan jangka panjang(Hidayat, 2021). Kepemimpinan yang didukung oleh komunikasi yang bagus dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan secara signifikan (Insan Kamal Nasution & Chaerul Rizky, 2024). Kepemimpinan dari seorang pemimpin adalah peran yang sangat penting karena pemimpin dipandang sebagai orang yang mampu meningkatkan semangat kerja pegawai dan kinerja pegawai(Vika, 2021).

3. Kode Etik dalam Perusahaan

Menurut (Bakhtiar, 2020), kode etik merupakan sesuatu arahan tertulis dari sebuah aturan-aturan, prinsip-prinsip, nilai-nilai, harapan-harapan karyawan termasuk sikap dan hubungan dalam organisasi atau perusahaan. Kode etik juga berfungsi sebagai pedoman dalam bertindak dan mengambil keputusan di kawasan kerja(Mangkunegara, 2011). Seperti yang diketahui bahwa kalau kode etik tidak di sosialisasikan dengan baik, maka dapat menyebabkan karyawan tidak mempatuhi serta munculnya perilaku yang tidak pantas. Menurut(Rizky, 2022b) bahwa kinerja hasil dicapai seseorang dapat dilihat dari kualitas yang telah dikerjakan oleh orang tersebut dalam melaksanakan tugas maupun tanggung jawab di perusahaan, pekerja yang memiliki kinerja yang bagus akan memberikan hasil yang bagus bagi perusahaan.

4. Karakteristik Generasi Milenial dan Z

Pengelompokkan generasi itu muncul berdasarkan pada sumber daya manusia. Penelitian terkait perbedaan generasi ini pertama kali di lakukan oleh manheim(Budiati, Indah, 2018). Menurut dia generasi adalah konstruksi sosial yang ada didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki umur panjang dan pengalaman historis yang sama(Budiati, Indah, 2018). Menurut pendapat populer, karakteristik gen Z adalah besarnya pemahaman mereka dengan teknologi. Hal ini dikarenakan sejak lahir sudah bersentuhan dengan gawai (Zorn, 2017). Bisa kita lihat sekarang ini begitu mudah mendapatkan informasi terbaru yang disebabkan perkembangan teknologi (Fauziyyah S. N. & Rina, 2020). Kalau generasi milenial merupakan generasi yang kaya, berpendidikan, beragam etnis, dan fokus pada tim, dan kesederhaan (Zorn, 2017).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh dari buku, jurnal nasional dan internasional, serta publikasi ilmiah yang relavan dengan topik yang dibahas. Proses penelitian juga melibatkan analisis artikel-artikel

ilmiah, baik yang berasal dari jurnal bereputasi maupun tidak, yang semuanya di ambil dari database semantic scholar, google scholar, dan jurnal nasional. Salah satu karya-karya dari M. Chaerul Rizky, S.E., M.M. digunakan sebagai salah satu sumber utama untuk memperkuat analisis mengenai peran komunikasi dan kepemimpinan dalam organisasi. Metode ini dipilih dikarenakan berfokus pada analisis pemikiran, konsep teoritis yang diambil melalui artikel, jurnal, dan buku.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi pemimpin yang efektif dalam mensosialisasikan kode etik kepada generasi milenial dan Z meliputi seperti:

A. Penggunaan Media Digital

Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mensosialisasikan kode etik kepada karyawan generasi milenial dan Z semakin berguna seiring berkembangnya teknologi digital di lingkungan perusahaan tersebut. Seperti yang kita lihat bahwa kedua generasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, terutama dalam hal gaya komunikasi, pilihan informasi, dan cara belajar. Mereka lebih responsif terhadap penyampaian informasi yang singkat, visual, dan interaktif. Oleh karena itu media sosial merupakan pilihan yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan terkait kode etik perusahaan.

Namun demikian, penggunaan media sosial juga memerlukan pengelolaan yang hati-hati. Yang dimana pemimpin perlu memastikan bahwa hasil konten atau post an yang dibagikan teteap sesuai dengan standar yang sudah berlaku, tidak menimbulkan salah paham, dan tidak membuka informasi internal yang bersifat sensitif. Selain itu, batasan dalam penggunaan media sosial di tempat kerja tetap harus dijalankan secara tegas agar tidak terjadi sesuatu yang dapat menganggu produktivitas perusahaan. Proses mensosialisasi kode etik bukan hanya ditujukan kepada satu arah, melainkan untuk segala arah yang dimana karyawan dapat bertanya, memberikan saran, atau meyampaikan sesuatu kebingungan terhadap aturan tertentu. Dengan pemimpin memanfaatkan media digital untuk mensosialisasikan kode etik ke karyawan milenial dan Z, maka dengan cepat karyawan lebih paham, partisipasi, dan sekaligus kepatuhan karyawan terhadap nilai dan aturan yang berlaku.

B. Pendekatan Kepemimpinan Transformasional

Pendekatan kepemimpinan transfoemasional memiliki peran yang penting dalam suatu proses mensosialisasi kode etik kepada karyawan generasi milenial dan Z. Karena gaya kepemimpinan ini berfokus kepada inspirasi, komunikasi yang bermakna, serta memperkuat hubungan antar pemimpin dan karyawan. Generasi milenial dan Z biasanya mengharapkan pemimpin yang mempu memberikan arahan yang jelas namun tetap mudah dan cepat menyesuaikan diri dalam menyikapi perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Pemimpin transformasional tidak hanya memberikan penjelasan mengenai aturan, tetapi menghubungkan dengan tujuan perusahaan dan nilai-nilai moral yang mendasarinya. Dengan cara ini, pemahaman mengenai kode etik tidak diterima sebagai kewajiban biasa, melainkan sebagai bagian yang penting diperusahaan dari budaya kerja. Pendekatan ini merupakan hal yang efektif yang dimana sesuai dengan harapan dan pola pikir generasi tersebut.

Salah satu ciri utama kepemimpinan transformasional adalah kemampuan pemimpin untuk menjadi teladan yang mencerminkan nilai-nilai etis yang ingin diterapkan di perusahaan. Generasi milenial dan Z biasanya lebih percaya dan menghormati pemimpin yang menunjukkan kesamaan antara ucapan dan tindakan yang nyata. Jadi, ketika pemimpin memperlihatkan perilaku yang

sesuai dan etis dalam kegiatan sehari-hari, maka karyawan akan melihat dan memahami bagaimana kode etik diterapkan dalam praktek, bukan hanya semata dalam teori. Teladan ini juga membantu karyawan dan mengurangi membuat kesalahan terhadap aturan, yang dimana karyawan langsung melihat dampak positif dari penerapan etika kerja. Dengan demikian, perubahan muncul bukan karena tekanan dari pemimpin, melainkan dari inspirasi dan penilaian logis dari hasil keteladan pemimpin.

Selain keteladanan, motivasi juga merupakan hal berikutnya yang memperkuat efektivitas pendekatan transformasional dalam mensosialisasikan kode etik. Pemimpin transformasional tidak hanya menyampaikan apa yang harus dilakukan, tetapi juga menyampaikan alasan kenapa harus melakukan hal tersebut. Seperti yang diketahui bahwa generasi milenial dan Z cenderung lebih responsif terhadap motivasi seperti, pengembangan karier, reputasi profesional, dan kontribusi positif terhadap tim. Oleh karena itu, pemimpin dapat mengaitkan penerapan kode etik dengan peluang yang meningkatkan kompetensi, kepercayaan yang lebih besar dari atasan, dan meningkatkan citra diri di perusahaan. Dengan pemahaman tersebut, karyawan akan lebih semangat danlam mematuhi aturan kerja karena mereka menyadari manfaat pada pribadi masing-masing.

Secara keseluruhan, penerapan kepemimpinan transformasional dalam mensosialisasikan kode etik memberikan dampak yang bagus bagi pemahaman, keterlibatan, dan komitmen pada karyawan generasi milenial dan Z. Pemimpin mampu memberikan visi yang jelas, keteladanan, dan motivasi yang tepat dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung perilaku etis secara berkelanjutan. Sosialisasi ini tidak hanya menjadi kegiatan yang formal, melainkan berkembang menjadi budaya perusahaan dan diterapkan dalam interaksi sehari-hari. Dengan pendekatan ini, karyawan akan merasa lebih dihargai, lebih terhubung dengan nilai-nilai perusahaan, dan bertanggung jawab atas tugas-tugas yang sudah ditetapkan.

C. Keteladanan Pemimpin

Keteladanan pemimpin memiliki peranan yang sangat penting dalam proses sosialisasi kode etik kepada karyawan generasi milenial dan Z. Biasanya, kedua generasi tersebut umumnya lebih mudah mengikuti aturan yang mereka lihat nyata dari perilaku yang diharapkan.merka tidak hanya mendengar atau menilai apa yang dikatakan pemimpin, tetapi juga mengamati bagaimana pemimpin bertindak dalam kegiatan sehari-hari. Konsistensi antara ucapan dan tindakan pemimpin menjadi dasar kepercayaan dalam proses sosialisasi. Dengan demikian, pemimpin harus mampu bertindak profesional, jujur, transparan, dan bertanggung jawab untuk memperkuat kode etik dalam perusahaan.

Generasi milenial dan Z memiliki kecenderungan mempertanyakan alasan di balik suatu aturan dan menginginkan pemimpin yang dapat memberikan contoh langsung, bukan hanya sekedar perkataan atau instruksi. Oleh karena itu, keteladanan menjadi metode yang efektif dalam mensosialisasi dibandingkan sekedar penyampaian materi secara formal. Ketika pemimpin sudah menerapkan kode etik dalam pengambilan keputusan, penanganan terhadap konflik, dan interaksi dengan rekan kerja, secara otomatis karyawan akan melihat dan memahami standar perilaku yang diharapkan. Contoh nyata seperti, menghargai waktu dengan datanf ke kantor tidak terlambat atau hal lain sebagainya, menjaga kerahasiaan informasi, dan menghindari konflik yang dapat menyebabkan kerugian. Hal ini membantu karyawan menyerap nilai-nilai etis dengan lebih cepat ddan alami. Selain itu, perilaku pemimpin menjadi contoh nyata bagi karyawan dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai peusahaan(Insan Kamal Nasution & Chaerul Rizky, 2024).

KESIMPULAN

Strategi komunikasi pemimpin memiliki peran yang sangat penting dalam mensosialisasikan kode etik kepada karyawan generasi milenial dan generasi Z. Komunikasi yang berpatisipatif, pemanfaatan media digital, keteladanan pemimpin, serta penerapan kepemimpinan transformasional merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan sosialisasi kode etik. Penggunaan media sosial yang terbukti efektif dikarenakan mampu menyampaikan informasi secara cepat, visual, dan interaktif sesuai dengan pola komunikasi generasi tersebut. Di sisi lainnya, kepemimpinan transformasional juga memberikan dampak yang efektif dalam menyampaikan kode etik. Dimana memberikan visi yang jelas, motivasi yang dapat menarik diri karyawan supaya lebih mematuhi aturan yang berlaku, serta komunikasi dua arah yang membantu karyawan lebih memahami makna dan tujuan di balik aturan yang sudah ditulis atau disampaikan. Keteladanan pemimpin juga menjadi faktor yang efektif karena perilaku pemimpin juga sebagai contoh yang nyata untuk membentuk kepercayaan, dan kesadaran etis dalam lingkungan perusahaan. Dengan menggabungkan strategi-strategi tersebut, proses sosialisasi kode etik dapat berjalan lebih efektif dan diterima secara alami oleh karyawan milenial dan Z. Penelitian ini merekomendasikan agar organisasi atau perusahaan agar mengembangkan strategi komunikasi pada gerenasi tersebut agar meningkatkan pemahaman dan kepatuhan terhadap kode etik.

DAFTAR PUSTAKA

Bakhtiar, A. (2020). *Menciptakan Pemimpin Hebat Dengan Kode Etik dan Budaya Kerja* (CV. Nas Media Pustaka (ed.)).

Budiati, Indah, dkk. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Esti Maryani & Nansi Rianindita. (2024). ANALISIS MANFAAT PENERPAN PRINSIP DAN KODE ETIK DALAM BISNIS. *Journal of Development Economics and Digitalization*, *1*, 6. https://doi.org/https://doi.org/10.59407/jdedte.v1i1.463

Fauziyyah S. N. & Rina. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13–14. https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479

Françis Cooren & James R. (1997). Organization as an Effect of Mediation: Redefining the Link Between Organization and Communication. *Communication Theory*, *7*(3), 219–259. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1997.tb00151.x

Gutama, T. (2017). Peran Komunikasi dalam Organisasi. *Artikel Kementerian Agama ESDM Republik Indonesia*, *25*(2), 107–113. https://core.ac.uk/download/pdf/12345734.pdf

Harahap & khair. (2022). Pengaruh Pencurian Terhadap Masyarakat Sekitar. *Wicaksono & Hermani*, *2*(1), 69–88.

Hidayat, R. (2021). *Strategi Kepemimpinan Transformasional untuk Meningkatkan Kinerja*.

Insan Kamal Nasution, M., & Chaerul Rizky, M. (2024). *21424-62030-1-Pb*. *7*(September), 172–190.

Malayu S. P. Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.

Mangkunegara, A. A. A. P. (2011). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.

Marihot Tua Efendi Hariandja. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Grasindo.

Pratiwi, A., & Rizky, M. C. (2024). Analisis Gaya Kepemimpinan, Employee Engagement dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sarana Baja Perkasa Medan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *7*(2), 161–171. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO

Rizky, M. C. (2022a). Compensation Analysis and Leadership Style on Employee Performance and Discipline of PT PLN (Persero). *International Journal of Research and Review*, *9*(10), 405–414. https://doi.org/10.52403/ijrr.20221046

Rizky, M. C. (2022b). Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Fleksibilitas Kerja dan Peningkatan Kinerja Karyawan di Era New Normal pada PT. Kalfaz Sadhara. *Remik*, *6*(4), 802–808.

Suhanta, B., Jufrizen, J., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai yang Dimoderasi Lingkungan Kerja. *Jesya*, *5*(2), 1396–1412. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.736

Supardi. (2013). *Kinerja Guru*. Rajawali Pers.

Sutrisno, E. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. kencana.

Vika, A. (2021). Jurnal Mitra Manajemen. *Jurnal Mitra Manajemen*, 1651–1663. http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69

Zorn, R. L. (2017). Coming in 2017: A New Generation of Graduate Students-The Z Generation. *Scholarly Journal*, *92*(1), 61–63. https://www.proquest.com/scholarly-journals/coming-2017-new-generation-graduate-students-z/docview/1901673866/se-2