

**DIGITAL LEADERSHIP SANDIAGA UNO DALAM  
GAYA KEPEMIMPINAN DI ERA GENERASI Z**

Devina Ratna Suryani  
Email: [devina@uyi.ac.id](mailto:devina@uyi.ac.id)  
Universitas Yuppentek Indonesia

**Abstrak:** Penelitian ini berfokus pada Digital Leadership Sandiaga Uno dalam Gaya Kepemimpinan di Era Gen Z, sebuah topik yang relevan untuk menjadi studi di era persaingan Global. Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks, latar belakang, dan implikasi teoritis dari Digital leadership dalam gaya kepemimpinan di era generasi z yang dinamis dengan merujuk pada literatur yang ada. Peneliti menganalisis dan memahami konsep-konsep, teori, dan pendekatan yang relevan dengan Digital leadership dalam gaya kepemimpinan Sandiaga Uno di era generasi z melalui literatur-literatur terdahulu. Tujuannya adalah untuk membangun kerangka pemikiran yang kuat dan mendalam mengenai urgensi gaya kepemimpinan di era generasi z. Generasi Z membutuhkan kepemimpinan transformasional, Sandiaga Uno hadir dalam menjawab kebutuhan sosok Pemimpin menurut Gen Z karena mereka membutuhkan pemimpin yang dapat mereka kenali, menginspirasi, dan mendorong mereka untuk mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan transformasional dianggap sebagai model kepemimpinan yang berhasil karena dapat meningkatkan kinerja, semangat, dan partisipasi anggota organisasi di seluruh organisasi, baik bisnis, publik, maupun sosial.

**Kata Kunci:** Digital Leadership, Gaya Kepemimpinan, Generation Z.

**PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman semakin dinamis. Kemajuan hidup dalam berbagai bidang sangatlah cepat. Hal tersebut dapat kita lihat dimulai dari penyebaran informasi, penggalian berita, tren, teknologi hingga berbagai produk mutakhir. Indonesia sebagai bangsa yang memiliki sumber daya alam yang luas serta didukung oleh sumber daya manusia yang banyak. Meningkatnya pemakaian teknologi data, spesialnya internet, sudah bawa tiap orang bisa melakukan bermacam kegiatan dengan lebih akurat, bermutu, serta pas waktu. Tiap organisasi bisa menggunakan internet serta jaringan teknologi data buat melaksanakan bermacam aktivitasnya secara elektronis. Para manajer saat ini ini dituntut keahlian mereka buat bisa menggunakan data yang membanjiri organisasi serta membuat keputusan secara tepatberdasarkan data tersebut. Tercantum pula dalam organisasi publik, kasus utama dalam organisasi publik merupakan permasalahan pelayanan public (Saggaf, Said,& Saggaf, 2018). Berbicara mengenai sumber daya manusia yang banyak tentunya memiliki tantangan sendiri dalam membangun kualitas. Membangun Indonesia berarti membangun mental rakyatnya sehingga gagasan revolusi mental pun lahir dan dicetuskan pemerintah sebagai gerakan yang masif. Sandiaga Uno salah satu tokoh bangsa yang sekarang banyak di idolakan masyarakat di Indonesia terutama kalangan milenial hingga Gen Z menarik untuk dilihat rekam diri dalam sosok pemimpin yang diharapkan dapat meningkatkan pembangunan sumber daya manusia, melalui transformasi SDM aparatur yang salah satunya mendorong percepatan transformasi digital dan perkembangan dinamis negara Republik Indonesia.

## METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah studi kepustakaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks, latar belakang, dan implikasi teoritis dari Digital leadership dalam gaya kepemimpinan di era generasi z yang dinamis dengan merujuk pada literatur yang ada. Peneliti menganalisis dan memahami konsep-konsep, teori, dan pendekatan yang relevan dengan Digital leadership dalam gaya kepemimpinan Sandiaga Uno di era generasi z melalui literatur-literatur terdahulu. Tujuannya adalah untuk membangun kerangka pemikiran yang kuat dan mendalam mengenai urgensi gaya kepemimpinan di era generasi z.

### Proses Pengumpulan Data

1. Sumber: Menentukan sumber-sumber literatur yang relevan, termasuk buku teks, artikel jurnal, dan publikasi lain yang relevan dengan tema.
2. Pencarian Literatur: Menggunakan basis data akademik seperti Google Scholar, JSTOR, dan ProQuest untuk mencari literatur yang relevan.
3. Identifikasi Evaluasi Sumber: Mengevaluasi kredibilitas, relevansi, dan kualitas dari sumber-sumber literatur yang ditemukan.

### Analisis Data

1. Ekstraksi Informasi: Mengidentifikasi informasi penting dari literatur yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.
2. Kategorisasi: Pengelompokan informasi berdasarkan tema atau topik, seperti gaya kepemimpinan manfaat, tantangan dalam gaya kepemimpinan di era generasi z.
3. Integrasi: Mengintegrasikan informasi dari berbagai sumber untuk membentuk narasi atau argumentasi yang koheren.
4. Kontras dan Perbandingan: Membandingkan dan mengkontraskan pendapat atau temuan dari berbagai sumber untuk mendapatkan perspektif yang lebih holistik.

### Validasi Data

1. Triangulasi Sumber: Memastikan informasi atau temuan didukung oleh beberapa sumber literatur.
2. Pemeriksaan Silang: Membandingkan informasi dengan sumber-sumber terpercaya lainnya untuk memastikan keakuratannya.
3. Penarikan Kesimpulan
4. Kesimpulan akan ditarik kesimpulan berdasarkan analisis literatur yang telah dilakukan. Kesimpulan ini akan memberikan wawasan mengenai urgensi dan implikasinya terhadap gaya kepemimpinan. Di era serba digital sekarang ini.

## HASL DAN PEMBAHASAN

### Digital Leadership Sandiaga Uno

Dalam meningkatkan kepercayaan Masyarakat terhadap Pemimpin melalui gaya seorang pemimpin memimpin tentunya menjadi tantangan tersendiri di era pertumbuhan negara Indonesia yang pesat, banyak aspek dalam pemenuhannya, di antaranya adalah unsur kepemimpinan atau pemimpin yang berpikiran digital. Karena kesuksesan suatu organisasi tidak hanya diukur pada kinerja para staf atau personilnya saja, yang terpenting pada faktor kompetensi pemimpin organisasi. Diperlukan gaya kepemimpinan baru yang memiliki keterampilan kewirausahaan (Kazim, 2019), bahkan diperlukan sifat kepemimpinan digital yang dinamis untuk mendorong transformasi digital (Oberer,B,& Erkollar, 2018). Sandiaga Salahuddin

Uno, B.A., M.B.A. (lahir di Rumbai, Pekanbaru, Riau, 28 Juni 1969; umur 48 tahun) anak dari Razif Halik Uno dan Mien R. Uno adalah pengusaha dan politikus Indonesia. Ia memenangkan pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta 2017 bersama dengan Anies Baswedan, dan akan memulai masa jabatannya sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta pada bulan Oktober 2017. Sering hadir di acara seminar-seminar, Sandiaga Uno yang berdarah Gorontalo ini kerap memberikan pembekalan tentang jiwa kewirausahaan (entrepreneurship), utamanya pada pemuda. Sejak menjadi Pengusaha sukses, hingga terjun ke dunia Politik, Kepemimpinannya terkenal lewat berbagai media Digital yang amat sangat dikagumi oleh Gen Z. Kepemimpinannya secara Digital ini memiliki Ciri yang dibutuhkan pemimpin digital ataupun digital leadership bagi Klein (2020): Characteristics- Digital Business, ialah seseorang digital leadership wajib memiliki ciri Innovative visionary yang tidak lumayan cuma pemikiran jauh ke depan, namun pula memiliki inovasi. Ciri berarti yang lain merupakan networking intelligence, seseorang digital leader wajib sanggup mengoordinasikan antara pengetahuan, skill, serta sumber energi regu. Tidak kalah berarti kalau seseorang digital leader wajib berperan selaku digital talent scout. Diharapkan pula memiliki ciri complexity master, ialah seseorang digital leader wajib dapat menguasai suasana yang rumit serta dapat membongkar permasalahan pada suasana yang susah. Selanjutnya, Characteristic- Social Attitude, ialah seseorang digital leader berperan selaku motivating coach, selaku motivator serta jadi seseorang role model untuk anggota regu ataupun personilnya. Perihal lain buat ciri digital leadership merupakan style democratic delegative, merancang organisasinya dengan hierarki serta birokrasi yang minimalis sehingga seseorang digital leadership berorientasi pada personil serta fokus pada pertumbuhan serta kemajuan personilnya. Tidak kalah berartinya merupakan ciri openness yang memiliki watak transparansi. Sedangkan Characteristics- General Mindset, tidak hanya ciri di atas ada ciri universal, ialah agile gampang menyesuaikan diri dengan model bisnis baru serta sanggup membuat strategi transformation strategies. Perihal menarik dari ciri digital leader merupakan keahlian buat learning by errors serta belajar dari kesalahan ialah perihal yang berarti buat melangkah lebih baik. Ciri berarti yang lain dari seseorang digital leader merupakan memiliki knowledge- oriented serta life- long learner, kemauan terus belajar. Lebih lanjut keahlian yang dibutuhkan untuk seseorang digital leader, bagi Kevin OLP dari Digital Workplace Group (Sullivan,2017):

- 1 Digital Literacy, ialah pengetahuan serta kecakapan memakai media digital serta teknologi data dan internet. Tidak cuma memerlukan keahlian teknis, tetapi pula keahlian kognitif, kritis, serta kreatif.
- 2 Digital Vision, keahlian buat memprediksi serta meyakinkan orang lain hendak kesempatan jangka panjang dari teknologi baru serta meyiapkan strategi digital.
- 3 Defense, ialah keahlian pemimpin digital buat memastikan keadaan yang diperlukan oleh organisasi. Pertahanan hendak memotivasi SDM buat mengarah visi digital. Komitmen pemimpin buat tingkatkan literasinya sendiri mendesak orang lain buat mengikutinya.
- 4 Presence, ialah kedatangan pemimpin ialah wujud anjuran yang nyata serta bisa dipraktikkan. Pemimpin bisa mempunyai visi digital yang jelas serta bisa menarangkan dengan baik namun, bila tidak nampak oleh stafnya, tidak terdapat yang hendak mengikutinya.
- 5 Communication, ialah metode komunikasi pemimpin dalam menunjang kekuatan pesan yang di informasikan. Berarti buat memikirkan gimana metode komunikasi

yang bisa menunjang visi digital.

- 6 Adaptability, ialah aspek menyesuaikan diri yang sangat menantang untuk para pemimpin merupakan membagikan toleransi terhadap inovasi.
- 7 Self- Awareness, ialah pendekatan pemimpin serta proses pengaruh orang lain wajib berlangsung secara natural serta berkepanjangan.
- 8 Cultural Awareness, ialah pemahaman budaya merupakan gambaran dari visi digital. Para pemimpin wajib menguasai serta menegaskan hendak perbandingan budaya yang bisa jadi mencuat dengan mengingat kepekaan metode kerja digital dalam proses komunikasi serta partisipasi.

### **Digital Leadership Sandiaga Uno Menurut Gen Z**

Gaya kepemimpinan yang efektif sangat penting dalam memastikan bahwa setiap anggota tim tetap fokus pada tugas mereka dengan bantuan komunikasi yang baik. Seorang pemimpin yang efektif mampu menginspirasi bawahannya untuk bekerja dengan antusiasme dan tanpa merasa terpaksa. Kepemimpinan yang tidak efektif, buruk. Oleh karena itu, kolaborasi yang efektif antara bawahan dan pemimpin sangat penting. Studi oleh Hardian dan Hermawan (2022) menemukan empat gaya kepemimpinan utama:

1. Gaya Kepemimpinan Kharismatik: Pemimpin dengan gaya ini mampu menginspirasi dan mempengaruhi bawahannya melalui karisma dan kepribadian yang kuat.
2. Gaya Kepemimpinan Transaksional: Pemimpin menggunakan pendekatan ini dengan memberikan penghargaan atau hukuman sesuai dengan pencapaian atau ketidakmampuan bawahannya dalam mencapai tujuan.
3. Gaya Kepemimpinan Transformasional: Pemimpin memotivasi bawahannya dengan memberikan tujuan yang jelas dan menginspirasi mereka untuk mencapai potensi terbaik mereka.
4. Gaya Kepemimpinan Visioner: Pemimpin dengan gaya ini memiliki visi yang kuat dan mampu mengarahkan tim menuju tujuan yang jauh di masa depan. sebaliknya, dapat menyebabkan tekanan yang berlebihan pada anggota tim dan hasil kerja yang kuat dan mampu mengarahkan tim menuju tujuan yang jauh di masa depan.

### **Teori Gen Z**

Teori Generasi Z mengacu pada kelompok individu yang lahir dan dibesarkan dalam era digital, yang secara alami memiliki keterampilan teknologi tinggi dan terbiasa dengan penggunaan internet dan perangkat elektronik. Generasi Z, juga dikenal sebagai iGeneration atau Internet Generation, memiliki ciri khas multitasking, aktif di media sosial, dan mengakses informasi secara online. Mereka cenderung memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi sejak dulu, karena akses mereka yang luas terhadap internet dan perangkat canggih. (Kansaki, Timori, Ngajudin Nugroho, dkk, 2020)

### **Sandiaga Uno dalam Kepemimpinannya Menurut Gen Z**

Pada dasarnya, Generasi Z membutuhkan kepemimpinan transformasional karena mereka membutuhkan pemimpin yang dapat mereka kenali, menginspirasi, dan mendorong mereka untuk mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan transformasional dianggap sebagai model kepemimpinan yang berhasil karena dapat meningkatkan kinerja, semangat, dan partisipasi anggota organisasi di seluruh organisasi, baik bisnis, publik, maupun sosial. (Muljono, Wiryanta, 2021). Generasi Z memiliki ciri khas dalam penggunaan teknologi dan preferensi terhadap informasi

yang disampaikan secara visual dan melalui media online. Oleh karena itu, pemimpin yang memahami dan memanfaatkan teknologi serta memiliki kemampuan untuk menyampaikan visi dan nilai-nilai secara menarik dan inspiratif akan lebih efektif dalam memimpin Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional memiliki korelasi positif dan signifikan dengan digital leadership Sandiaga Uno menurut Generasi Z. Pemimpin transformasional dapat menciptakan standar etika yang tinggi, memperoleh kepercayaan dengan merujuk pada keahlian yang harus ada didalam seorang yang memiliki karakter Digital Literacy, Sandiaga Uno menggunakan seluruh Platform yang biasa Gen Z gunakan mulai dari TikTok, Instagram, Twitter, Threads, dan Facebook yang bisa dianggap sebagai Personal Branding yang kuat dikalangan Gen Z. aktivitas impression management juga dilakukan oleh Sandiaga Salahuddin Uno, calon Wakil Presiden 2019 pada waktu itu. Singkatnya waktu Sandiaga bergelut dalam dunia politik mulai tahun 2015 hingga menjadi Cawapres 2019 (Anazella & Tamtomo, August 9, 2018), membuat dirinya belum banyak dikenal masyarakat luas. Dengan statusnya sebagai pemain politik yang baru, maka pembentukan impression management di awal terutama saat kampanye menjadi sangatlah penting agar tercipta reputasi yang positif. Reputasi terbentuk di luar organisasi berdasarkan kesan orang lain terhadap organisasi tersebut (L'Etang, 2008, p. 49). Dengan demikian, jika diterapkan pada aktor politik dalam political PR yakni Sandiaga, maka impression management menjadi elemen yang penting dalam menciptakan reputasi yang baik di depan publiknya. Keseriusan Sandiaga dalam meraih simpati dan suara pemilih, dibuktikannya melalui gencarnya kampanye dirinya dalam Pilpres 2019 di kalangan milenial. Sebab milenial memiliki peranan yang besar untuk berkontribusi dalam pemberian suara di Pilpres 2019. KPU memprediksi bahwa jumlah pemilih muda dalam Pilpres 2019 diperkirakan akan mencapai 35-40% dari 139 juta pemilih. Karakter selanjutnya adalah digital vision nya berkaitan pemanfaatan ekonomi digital untuk menciptakan peluang usaha dan lapangan kerja baru, terutama di sektor teknologi dan e-commerce. Ia juga mendorong penguatan ekonomi digital melalui program pelatihan, inkubasi, dan akses pendanaan bagi pelaku ekonomi digital. Selain itu, ia menyoroti pentingnya konektivitas digital yang kuat dan harmonisasi kebijakan antar negara ASEAN untuk mendukung pengembangan ekonomi digital. Karakter selanjutnya ialah Defense yang dimanfaatkan Sandiaga Uno dalam memotivasi tim dalam meningkatkan Personal Branding nya melalui seminar hingga menjadi speaker dalam Acara Nasional hingga Internasional. Dalam mengimplementasikan karakter Presence ini, Sandiaga Uno tetap konsisten untuk terus update di Media Sosial yang ia punya dengan mengunggah konten-konten kreatif yang bersifat membangun khusus nya terhadap pengembangan SDM anak muda (Gen Z) hingga yang terupdate adalah digitalisasi dakwah Islam. Begitu juga dengan karakteristik Communication dan Adaptability, beliau terus mengembangkan inovasi inovasi gaya kepemimpinannya dengan terus tetap aktif dalam kegiatan-kegiatan positif yang dapat dijadikan contoh dalam membangun idealisme bangsa. Karakteristik Self-Awareness yang dilakukan beliau khususnya kepada Gen Z yaitu Learn atau belajar adalah hal wajib bagi anak muda yang bersiap menjadi generasi sukses. Menurut Sandi ada empat hal yang harus selalu dipelajari. Pertama adalah learn to learn, belajar memperluas kapasitas dan selalu cari tahu perkembangan zaman. Baca buku, bekali diri dengan ilmu pengetahuan, dan kenali cara belajar kita. Kedua learn about yourself, belajar mengenai jati diri kita. Apa yang jadi kelebihan dan kekurangan kita untuk diasah lagi.

Kemudian, learn about others or society, pelajari dan kenali perilaku, kebiasaan, dan kebutuhan sekitar kita. Keempat dan terpenting adalah learn about the environment, dalam melakukan apapun pastikan tetap jaga bumi dan lingkungan hidup kita. Berbisnis dalam sektor apapun harus memiliki prinsip sustainability (berkelanjutan). (Sharing Knowledge di UPH, 2020). Kategori terakhir adalah Cultural Awareness adalah dimensi visi digital seorang pemimpin terlihat jelas, hal ini tentunya dibuktikan Sandiaga Uno dalam konsistensinya terus aktif diberbagai platform miliknya dengan tetap memberikan informasi yang akurat serta terus mengedukasi Generasi Z.

## KESIMPULAN

Bangsa Indonesia ini memerlukan pemimpin yang mampu memotivasi dan membimbing bangsa dan rakyat nya menuju perubahan dan kemajuan yang positif. Gaya kepemimpinan transformasional, dengan karakteristiknya yang karismatik, inspiratif, intelektual, dan personalisasi, serta aktif dan menginspirasi secara digital dianggap sebagai pendekatan yang ideal untuk memimpin Generasi Z. Pemimpin yang menerapkan gaya kepemimpinan transformasional serta berkontribusi aktif dalam menciptakan citra positif dan rekam digital yang baik yang memungkinkan Generasi Z untuk tumbuh dan berkontribusi secara optimal, yang pada akhirnya akan mengarah pada keberhasilan bangsa. Sandiaga Uno sebagai sosok yang berkontribusi aktif secara digital hadir mengedukasi para Gen Z agar kelak optimis memajukan bangsa dan negara Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruqy, Muhammad Zulfa. 2022. GENERASI Z DAN NILAI-NILAI YANG DIPERSEPSIKAN DARI ORANGTUANYA GENERATION Z AND THE PERCEIVED VALUES FROM THE PARENTS. Vol. 4.
- Hardian, V. & Eric Hermawan. (2022). Gaya kepemimpinan transformatif untuk gen z. KENDALI: Economics and Social Humanities, 1(1), 32–38. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i1.15>
- Kansaki, Timori, Ngajudin Nugroho, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat, and Elserra Siemin Ciomas. 2021. Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Gen-Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Cendana Medan).
- L'Etang, J. (2008). Public relations concepts, practice and critique. UK: Sage Publications Ltd.
- Muljono, Wiryanta. Modul Kepemimpinan Digital, Lembaga Administrasi Negara. 2021.
- Penelitian, Jurnal, Pendidikan Sosial Humaniora, Hardi Mulyono, Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim, and Nusantara Al Washliyah. 2018. KEPEMIMPINAN (LEADERSHIP) BERBASIS KARAKTER DALAM PENINGKATAN KUALITAS
- Saggaf, S., Said, M. M., & Saggaf, W. S. (2018). Reformasi Pelayanan Publik di. Negara Berkembang (Vol. 1). SAH MEDIA. Sinambela, L. Poltak, dkk. 2011
- Saputro, Riki Andi. 2022. Gaya Kepemimpinan Yang Ideal Untuk Generasi Milineal. Vol. 5.
- Sullivan, J. O. (2017). Employer Branding – A Valuable Tool for Attraction and Retention.
- Widarto. 2013. "Kepemimpinan (Leadership)." Universitas Negeri Yogyakarta 1–11
- Anazella, L. A. & Tamtomo, A. B. (2018, August 9). INFOGRAFIK: Profil Sandiaga Uno. Kompas.com. Retrieved February 10, 2019, from <https://nasional.kompas.com/read/2018/08/09/23583031/infografik-profil-sandiaga-uno>
- Klein, E. (2020, October 19). Vox. Retrieved from It's the most important election in our lifetime, and it
- Oberer, B., & Erkollar, A. (2018). Leadership 4.0: Digital Leaders in the Age of Industry 4.0. International Journal of Organizational Leadership, 7, 404-412.