

SIARAN PERS

Untuk Segera Dipublikasikan

Jakarta, 1 Juli 2015

MT Academy: Memahami & Mempersiapkan Generasi Z untuk Berkarir

Beberapa tahun ke depan, dunia berkarir akan dipenuhi oleh talenta generasi Z, atau generasi yang lahir setelah tahun 1995. Mempersiapkan kapasitas generasi ini sedini mungkin, menjadi pekerjaan wajib bagi perusahaan yang ingin *sustainable*.

Karir.com, melalui program MT Academy, berfokus pada *development, communication, business motivation, analytical* dan *entrepreneurial skill* generasi ini. Program reguler ini menjaring talenta terbaik lulusan universitas terkemuka di Indonesia dan luar negeri yang memenuhi kriteria masuk dalam program Management Trainee untuk perusahaan-perusahaan terbaik di Indonesia. Pada tahun pertama, MT Academy memfokuskan diri pada sekolah bisnis untuk menjaring talenta terbaik di bidang *sales, marketing* dan *finance*, dan di tahun kedua akan direkrut juga kandidat dari sekolah teknik dan psikologi.

CEO Karir.com, Dino Martin, mengetengahkan temuan menarik seputar Gen Z, "Gen Z memiliki karakteristik yang unik. Meski lahir dari orang tua yang berasal dari Gen X, mereka tumbuh dan banyak dipengaruhi oleh Gen Y," papar Dino. Gen Y sendiri—yang lahir antara tahun 1981 dan 1995—atau yang juga disebut sebagai Generasi Milenial, adalah generasi yang tumbuh di tengah transisi perkembangan teknologi, dari analog menjadi digital, dari kabel menjadi nirkabel, dari *harddrive* menjadi *cloud*, dan lain-lain. Jika Gen Y adalah generasi yang berorientasi pada masa depan, maka generasi penerusnya tumbuh menjadi generasi yang berorientasi pada masa sekarang (*now*), atau lebih realistis dibanding generasi sebelumnya.

Dino juga menjelaskan bahwa Gen Z merupakan penerus Gen Y. Meski keduanya terbilang sangat akrab dengan dunia internet, karakteristik Gen Z jauh lebih *tech savvy* atau melek teknologi. Namun, berbeda dengan Gen Y, mereka memiliki kesadaran privasi yang lebih tinggi. Gen Z adalah generasi yang lebih matang, aktif kerja sosial, peduli terhadap lingkungan, tumbuh dalam akulturasi ras dan gender, lebih ingin menciptakan (*create*) ketimbang berbagi (*sharing*), lebih percaya diri, berorientasi pada kesuksesan dan kebenaran kelompok (*collective conscience*).

Gen Z dididik menjadi generasi yang kritis terhadap politik dan kemanusiaan, dan sangat ingin berkontribusi untuk membawa perubahan. "Mereka ingin apa yang mereka lakukan memberi dampak pada dunia," tambah Dino.

Dino menjelaskan bahwa perubahan karakteristik dari generasi ke generasi, sejak Generasi Baby Boomers dan Generasi X, menuntut peran Departemen HR yang berubah pula. "Dari perannya yang hanya sebagai Personnel Department yang menangani gaji dan benefit, berubah menjadi Strategic HR dan Talent Management," Jelas Dino.

Kini HRD dituntut menjadi Talent Management yang mengurus manajemen kompetensi dan *performance*, dan rencana suksesi. Menghadapi talenta periode 1946-1964 (Baby Boomers), HRD hanya berfokus pada Business Function, kemudian berubah menjadi Business Partner dalam menghadapi Gen X (1965-1980), dan kini berfokus pada Business Integration dalam menghadapi Gen Y (1981-1995), tentunya dituntut bertransformasi juga saat nanti menghadapi Gen Z yang lebih matang dan kritis.

Karir.com, dengan 1,3 juta *qualified resume* dalam *database*-nya memiliki 10.000 kandidat Gen Z. Dan untuk mempersiapkan diri menjawab tantangan gelombang karakteristik Gen Z, Karir.com memperkenalkan program MT Academy.

“Program ini merupakan metode yang paling efisien bagi perusahaan dalam menghemat waktu, daya dan biaya, karena perusahaan dapat meringkas proses rekrutmen, seperti seleksi dari kampus ke kampus untuk merekrut Generasi Z terbaik,” tutur Rosy Mentang, Business Development Director Karir.com.

“Program MT Academy sejalan dengan komitmen Karir.com sebagai portal pilihan terbaik yang ingin menghubungkan talenta dengan *opportunity* yang mampu memberi solusi total untuk keperluan rekrutmen dan sumber daya manusia bagi perusahaan,” tambahnya.

Rosy juga menambahkan bahwa MT Academy yang akan dilaksanakan 2 kali dalam setahun dengan jumlah total 200 kandidat per tahun ini menerapkan seleksi ketat. Kandidat harus melalui berbagai persyaratan, seperti IPK di atas 3,25 dari universitas terkemuka, mengikuti *online assessment* EFSET (Standard English Test) dan Aptitude, mengikuti wawancara dan Focus Group Discussion, serta terakhir mengikuti *case study test* (untuk bidang Marketing, Sales dan Finance).

“Universitas-universitas Negeri terbaik telah menyambut baik program ini, beberapa di antaranya SBM ITB dan UGM,” kata Rosy sambil menambahkan, “Beberapa perusahaan yang telah berkomitmen antara lain berasal dari industri *banking*, asuransi, FMCG dan otomotif.”

Melalui program MT Academy ini, Karir.com terus berusaha menjadi penyedia solusi total untuk rekrutment bagi perusahaan di Indonesia.

Tentang Karir.com

Karir.com adalah Portal Karir pertama di Indonesia, berdiri tahun 1999. Sejak Desember 2014 Karir.com menjadi bagian dari Emtek Group, sebuah grup dengan 3 divisi bisnis utama: Media, Telekomunikasi & Solusi IT, dan Konektivitas. Beberapa portofolio Media Online Emtek: Liputan6.com, lakupon.com, vidio.com, dan kini Karir.com – menyediakan layanan bagi perusahaan untuk mendapatkan talenta terbaik melalui media online.

Dino Martin, CEO

Setelah mengambil alih Karir.com pada akhir 2014, Dino merubah perusahaan ini menjadi solusi rekrutmen total untuk pasar Indonesia. Dengan membawa pengalaman yang sudah lebih dari 18 tahun di berbagai industri seperti FMCG, telekomunikasi dan otomotif, dan 5 tahun terakhir di industri perekrutan. Dino memiliki latar belakang yang kuat dalam pengembangan bisnis, keuangan, serta penjualan dan pemasaran. Sebelumnya, ia pernah menjabat sebagai Vice President, Sales and Marketing BMW, Marketing Manager L' Oreal serta Brand Manager Ericsson.

Keterangan lebih lanjut hubungi:

Rizka Septiadi

Chief Marketing Officer

PT Karir Komunika Pratama

Jl. Bumi No. 10 Kebayoran Baru

Jakarta Selatan 12120

cika@karir.com

0811117627