

## Meningkatkan Kesadaran Generasi Emas Indonesia Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Melalui Inovasi Digital Platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org)

Anju Nofarof Hasudungan<sup>1)</sup>, Yusuf Kurniawan<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup>Magister Pendidikan Sejarah Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir. Sutami No. 36 A Ketingan, Surakarta 57126, Telp. / Fax. (0271) 632450

Email: [anjunofarof@gmail.com](mailto:anjunofarof@gmail.com)

**Abstrak:** Era Revolusi Industri 4.0 menjadi kesempatan dan tantangan tersendiri bagi Generasi Emas Indonesia dalam mewujudkan proyeksi mengenai Indonesia di tahun 2045. Diantaranya, Indonesia akan menjadi kekuatan ekonomi nomor 4 di dunia. Era Revolusi Industri 4.0 ditandai dengan era digital ekonomi. Artinya, tercapainya Indonesia Emas 2045 dipengaruhi kesiapan Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. Kesiapan tersebut harus dimulai dengan kebijakan yang khusus dan tepat. Dalam hal ini, pemanfaatan perkembangan teknologi digital dewasa ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya. Inovasi platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. Rendahnya kesadaran generasi emas mengenai hal tersebut, ditandai diantaranya, ketidakmampuan generasi membedakan berita palsu (fakenews) dan berita benar, serta hanya menjadi pasar (konsumen) dari dampak pertumbuhan ekonomi digital. Tanpa adanya kesadaran dari generasi emas yang akan memegang estafet kepemimpinan dan penggerak ekonomi (usia produktif) negara maka jangan harap partisipasi dan kontribusi akan didapat bahkan sebaliknya. Dalam penulisan ini, dipergunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan, pengumpulan data melalui metode studi kepustakaan. Inovasi platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) ini menjadi strategi tepat dan khusus karena generasi ini sebagiannya adalah generasi milenial yang mempunyai karakteristik, diantaranya, melek teknologi digital.

Kata Kunci: Kesadaran, Generasi Emas Indonesia, Era Revolusi Industri 4.0, [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org)

### Pendahuluan

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada sambutan Peringatan Hari Pendidikan Nasional pada tanggal 2 Mei 2012 menyatakan bahwa tema Hari Pendidikan Nasional Tahun 2012 adalah “Bangkitnya Generasi Emas Indonesia”. Karena pada periode tahun 2010 sampai 2035 bangsa kita dikaruniai oleh Tuhan Yang Maha Kuasa potensi sumber daya manusia berupa populasi usia produktif yang jumlahnya luar biasa. Jika kesempatan emas yang baru pertama kalinya terjadi sejak Indonesia merdeka tersebut dapat kita kelola dan manfaatkan dengan baik, populasi usia produktif yang jumlahnya luar biasa tersebut akan menjadi bonus demografi (*demographic dividend*) yang sangat berharga. Di sinilah peran strategis pembangunan bidang pendidikan untuk mewujudkan hal itu menjadi sangat penting [1].

Mengapa dikatakan Generasi Emas Indonesia ? Karena Indonesia di tahun 2045 memasuki usia emas nya, 100 tahun Indonesia merdeka. Selain itu, karena merupakan generasi penerus bangsa yang pada periode tersebut memiliki banyak penduduk usia produktif, sangat berharga dan sangat bernilai, sehingga perlu dikelola dan dimanfaatkan dengan baik agar berkualitas menjadi insan yang berkarakter, cerdas, dan kompetitif inilah yang disebut dengan bonus demografi. Sebaliknya, jika pemerintah dan seluruh elemen bangsa tidak saling bahu-membahu dalam mempersiapkan generasi emas tersebut. Maka, bukan menjadi bonus demografi yang Indonesia dapatkan tetapi malapetkan demografi.

Revolusi Industri 4.0 dan Indonesia Emas tahun 2045 seperti dua kutub yang tidak bisa dipisahkan. Karena, terwujudnya Indonesia Emas tahun 2045 tergantung bagaimana kesiapan generasi Y dan Z yang merupakan Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0.

### **Metodologi Penelitian**

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan dokumentasi untuk menghimpun informasi yang relevan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penelitian kualitatif dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka pernaafsiran/teoritis yang membentuk atau mempengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait dengan makna yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau mausia. Untuk mempelajari permasalahan ini, para peneliti kualitatif menggunakan pendekatan mutakhir dalam penelitian, pengumpulan data dalam lingkungan alamiah yang peka terhadap masyarakat dan tempat penelitian, dan analisis data yang bersifat induktif maupun deduktif dan pembentukan berbagai pola atau tema[2].

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah lalu[3]. Lebih lanjut, menyimpulkan metode kepustakaan merupakan suatu metode pengumpulan data dengan berdasarkan buku-buku dan sumber tertulis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Untuk menganalisis data yang telah diperoleh maka peneliti melakukan analisis data melalui strategi analisa data kualitatif.

### **Pembahasan**

#### **Kesadaran Diri**

George Herbert Mead menyatakan teori tentang manusia yang disebut teori Mead. Teori Mead berkembang dalam konteks alam pikiran dari teori darwin (pencetus teori evolusi). Manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan menyadari keberadaan dirinya. Tiap tindakan yang dilakukan oleh manusia benar-benar disadari dan dimengerti oleh manusia. Abraham Maslow dalam Teorinya Humanistik mengemukakan tentang kesadaran diri adalah mengerti dan memahami siapa diri kita, bagaimana menjadi diri sendiri, apa potensi yang kita miliki, gaya apa yang anda miliki, apa langkah-langkah yang anda ambil, apa yang dirasakan, nilai-nilai apa yang kita miliki dan yakini, kearah mana perkembangan kita akan menuju.

Kesadaran diri adalah keadaan pada manusia ketika mengarahkan perhatiannya ke dalam untuk memfokuskan pada isi diri sendiri atau derajat perhatian yang diarahkan ke dalam untuk memusatkan perhatian pada aspek diri sendiri [4].

Kesadaran diri terdiri dari dua jenis antara lain:

1. Kesadaran diri pribadi (*private self awarnness*): adalah pemfokusan pada aspek yang relatif pada diri seperti mood, persepsi dan perasaan. Orang yang memiliki kesadaran jenis ini yang dominan akan lebih cepat memroses informasi yang mengacu pada dirinya dan memiliki gambaran tentang diri sendiri yang lebih konsisten.
2. Kesadaran diri publik (*public self awarnnes*): adalah perahaturan diarahkan pada aspek tentang diri yang tampak atau kelihatan pada orang lain seperti penampilan dan tindakan sosial. Orang yang memiliki kesadaran diri publik yang tinggi akan cenderung menaruh perhatian pada identitas sosialnya dan reaksi orang lain pada dirinya. Berdasarkan pemaparan para tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran diri adalah kemampuan untuk mengakui atau mengenal perasaan diri ataupun keadaan dimana seseorang bisa memahami dirinya sendiridan juga merupakan syarat agar kita dapat bekerja dengan orang lain secara efektif.

Faktor dimensi kesadaran diri mengandung tiga kompetensi antara lain: [5].

1. *Emotional Awareness* : mengenal emosi diri dan pengaruhnya.
2. *Accurate Self Assesment*: mengetahui kekuatan dan keterbatasan diri.
3. *Self Confidence* : Pengertian yang mendalam akan kekuatan diri

Rendahnya kesadaran generasi Y dan Z saat ini mengenai Indonesia Emas 2045 ditandai diantaranya, ketidakmampuan generasi membedakan berita palsu (*fakenews*) dan berita benar, serta hanya menjadi pasar (konsumen) dari dampak pertumbuhan ekonomi digital. Padahal, banyak proyeksi mengatakan Indonesia akan menjadi negara dengan kekuatan ekonomi nomor empat

diduniasetelah Tiongkok, India dan Amerika Serikat tahun 2050, lima tahun setelah Indonesia merayakan 100 tahun usia kemerdekaannya. Kesadaran tersebut harus dibangun saat ini jika benar-benar serius untuk mewujudkan visi Indonesia Emas 2045.

Dalam konteks ini, penulis berpendapat rendahnya kesadaran generasi muda saat ini mengenai Indonesia Emas tahun 2045 harus diatasi dengan pemanfaatan kemajuan teknologi digital. Oleh karena itu, dalam tulisan ini penulis mengajukan sebuah gagasan mengenai Inovasi *platform* [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) menjadi strategi tepat dan khusus karena generasi ini mempunyai karakteristik, diantaranya, melek teknologi digital.



Gambar 1 : Potensi Bonus Demografi Indonesia Menuju Indonesia Emas Tahun 2045

Tanpa adanya kesadaran dari generasi emas yang akan memegang estafet kepemimpinan dan penggerak ekonomi (usia produktif dan bonus demografi) negara. Maka jangan harap partisipasi dan kontribusi akan didapat bahkan sebaliknya.

### Revolusi Industri 4.0

Era Revolusi Industri keempat ini diwarnai oleh kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), super komputer, rekayasa genetika, teknologi nano, mobil otomatis, dan inovasi. Perubahan tersebut terjadi dalam kecepatan eksponensial yang akan berdampak terhadap ekonomi, industri, pemerintahan, dan politik. Pada era ini semakin terlihat wujud dunia yang telah menjadi kampung global.

Industri 4.0 adalah sebuah istilah yang diciptakan pertama kali di Jerman pada tahun 2011 yang ditandai dengan revolusi digital. Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari 3D printing hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas. Sebelum ini telah terjadi tiga revolusi industri yang ditandai dengan: 1. Ditemukannya mesin uap dan kereta api tahun 1750-1930; 2. Penemuan listrik, alat komunikasi, kimia, dan minyak tahun 1870-1900; 3. Penemuan komputer, internet, dan telepon genggam tahun 1960-sekarang.

Kemunculan mesin uap pada abad ke-18 telah berhasil mengakselerasi perekonomian secara drastis dimana dalam jangka waktu dua abad telah mampu meningkatkan penghasilan perkapita negara-negara di dunia menjadi enam kali lipat tetapi dampaknya menimbulkan banyak pengangguran. Revolusi industri kedua dikenal sebagai Revolusi Teknologi. Revolusi ini ditandai dengan penggunaan dan produksi besi dan baja dalam skala besar, meluasnya penggunaan tenaga uap, mesin telegraf. Selain itu minyak bumi mulai ditemukan dan digunakan secara luas dan periode awal digunakannya listrik. Pada revolusi industri ketiga, industri manufaktur telah beralih menjadi bisnis digital. Teknologi digital telah menguasai industri media dan ritel. Revolusi industri ketiga mengubah pola relasi dan komunikasi masyarakat kontemporer, masyarakat tanpa tapal batas atau yang disebut

masyarakat global. Revolusi ini telah mempersingkat jarak dan waktu, revolusi ini mengedepankan sisi *real time*.

Industri 4.0 ditandai dengan peningkatan digitalisasi manufaktur yang didorong oleh empat faktor: 1) peningkatan volume data (*Big Data*), kekuatan komputasi, dan konektivitas; 2) munculnya analisis, kemampuan, dan kecerdasan bisnis; 3) terjadinya bentuk interaksi baru antara manusia dengan mesin; dan 4) perbaikan instruksi transfer digital ke dunia fisik, seperti robotika dan 3D printing [12]. Prinsip dasar industri 4.0 adalah penggabungan mesin, alur kerja, dan sistem, dengan menerapkan jaringan cerdas di sepanjang rantai dan proses produksi untuk mengendalikan satu sama lain secara mandiri [13].

Ada empat desain prinsip industri 4.0. Pertama, interkoneksi (sambungan) yaitu kemampuan mesin, perangkat, sensor, dan orang untuk terhubung dan berkomunikasi satu sama lain melalui *Internet of Things (IoT)* atau *Internet of People (IoP)*. Prinsip ini membutuhkan kolaborasi, keamanan, dan standar. Kedua, transparansi informasi merupakan kemampuan sistem informasi untuk menciptakan salinan virtual dunia fisik dengan memperkaya model digital dengan data sensor termasuk analisis data dan penyediaan informasi. Ketiga, bantuan teknis yang meliputi; (a) kemampuan sistem bantuan untuk mendukung manusia dengan menggabungkan dan mengevaluasi informasi secara sadar untuk membuat keputusan yang tepat dan memecahkan masalah mendesak dalam waktu singkat; (b) kemampuan sistem untuk mendukung manusia dengan melakukan berbagai tugas yang tidak menyenangkan, terlalu melelahkan, atau tidak aman; (c) meliputi bantuan visual dan fisik. Keempat, keputusan terdesentralisasi yang merupakan kemampuan sistem fisik maya untuk membuat keputusan sendiri dan menjalankan tugas seefektif mungkin [14].

### **Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Dengan Inovasi Digital Platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org)**

Revolusi Industri 4.0 dan Indonesia Emas tahun 2045 seperti dua kutub yang tidak bisa dipisahkan. Karena, terwujudnya Indonesia Emas tahun 2045 tergantung bagaimana kesiapan generasi Y dan Z yang merupakan Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0. Inovasi *platform* [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) ini menjadi strategi tepat dan khusus untuk meningkatkan kesadaran generasi Y dan Z akan visi Indonesia Emas tahun 2045. Karena, generasi ini mempunyai karakteristik, diantaranya, melek teknologi digital.

*Platform* digital [www.Indonesia2045.org](http://www.Indonesia2045.org) adalah wadah Generasi Emas Indonesia tahun 2045. Didirikan pada, 03 September 2016 di Kota Pekanbaru, Riau. Dengan visi: Menyebarkan Mimpi Anak Muda Untuk Indonesia 2045 sedangkan Misi: Mengundang Anak-Anak Muda Indonesia Agar Menceritakan Mimpi Mereka Untuk Indonesia 2045. Saat ini pengurus [www.Indonesia2045.org](http://www.Indonesia2045.org) sebagai berikut:

Founder	: Anju Nofarof Hasudungan
Sekretaris	: Wulan Asih Novianti
Wakil Sekretaris	: Merri Natalia S
Kepala Divisi Pengorganisasian	: Murni Wahyuni
Wakil Kepala Divisi Pengorganisasian	: Nadila Putri
Kepala Divisi Informatika dan Kreatif	: Benny Tri Syahputra
Wakil Kepala Divisi Informatika dan Kreatif	: Fadillah Rachman
Anggota	: Zosluis Malau
Kepala Divisi Kerjasama	: Sardiman
Wakil Kepala Divisi	: Muhammad Nur Bintang

Dalam inovasi *platform* [www.Indonesia2045.org](http://www.Indonesia2045.org) terdapat konten-konten yang menjelaskan mengenai kesempatan dan tantangan Indonesia di tahun 2045 yang penting disampaikan kepada Generasi Emas Indonesia. Saat ini *platform* digital [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) telah memanfaatkan media sosial seperti, Instagram (Generasi\_Emas\_Indonesia), dan Facebook (Indonesia2045.org). Memanfaatkan media sosial untuk menambah wawasan generasi Y dan Z mengenai Indonesia 2045 juga memperlebar jangkauan dari konten-konten yang ada.

Mungkinkah mewujudkan mimpi, sedangkan mimpinya saja tidak diketahui. Keraguan inilah yang membuat penulis beranggapan bahwasanya peran mengkampanyekan Indonesia Emas 2045 untuk menyadarkan generasi Y dan Z melalui media digital adalah cara mengatasi masalah yang mendasar.

Bagaimana Indonesia Emas 2045 akan terwujud sedangkan aktor utamanya, yaitu generasi Y dan Z yang menjadi penentu Indonesia Emas 2045 tidak memiliki wawasan mengenai visi/cita-cita Indonesia Emas 2045 itu sendiri ? Visi itu harus dikomunikasikan dengan baik dan jelas, serta harus ada yang mau menyampaikan visi Indonesia Emas 2045 kepada generasi Y dan Z khususnya. Jika masalah mendasar ini dibiarkan terus bertumbuh, penulis berpendapat bahwa sangat sulit terwujudnya Indonesia Emas 2045. Negara yang mandiri, maju, adil dan makmur serta negara besar dunia yang merupakan cita-cita Indonesia Emas 2045 hanya menjadi angan belaka. Terhadap masalah kurangnya wawasan generasi Y dan Z mengenai Indonesia Emas 2045, inovasi *platform* [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) menjadi bagian dari jawaban untuk mengatasi persoalan tersebut. *Platform* [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) adalah wadah digital untuk Generasi Emas Indonesia yang saling terhubung dalam jejaring sosial digital untuk saling berbagi kesadaran, mimpi, gagasan dan pemikiran dan saling menguatkan satu sama lain demi terwujudnya Indonesia Emas tahun 2045. Kami ingin menyebarkan semangat optimisme dan nasionalisme ke seluruh anak-anak muda Indonesia dari Sabang sampai Merauke dari Miangas ke Rote.



Gambar 2: Peta Konsep Implementasi Gagasan Penulis

Meningkatkan kesadaran itu dimulai dengan menjelaskan kesempatan dan tantangan Indonesia menuju usia emasnya di tahun 2045 kepada Generasi Emas Indonesia (Y dan Z) melalui *platform* [www.Indonesia2045.org](http://www.Indonesia2045.org). Kesempatan dan tantangan tersebut sebagai berikut:

Indonesia akan mengalami bonus demografi pada tahun 2020-2035. Tidak berhenti disana, kabar baik datang dari *PricewaterhouseCoopers (PwC)* memproyeksikan Indonesia di tahun 2050 akan menjadi negara dengan kekuatan ekonomi terbesar nomor empat di dunia setelah, Tiongkok, India dan Amerika Serikat [6]. Penelitian lembaga asing tersebut, serasa jodohnya dengan momentum seratus tahun Indonesia merdeka tahun 2045 atau yang sering disebut sebagai Generasi Emas Indonesia. Artinya, lima tahun setelah Indonesia merayakan 100 tahun usia kemerdekaannya, Indonesia akan menjadi negara keempat ekonomi terbesar di dunia.

Tidak salah rasanya, jika Presiden Joko Widodo segera menyikapi hal tersebut dengan merumuskan tiga strategi dalam mewujudkan Generasi Emas Indonesia. Satu diantaranya adalah pembangunan sumber daya manusia [7]. Pembangunan manusia yang dimaksud ialah penyiapan

generasi emas Indonesia [8]. Lalu, siapa saja generasi emas itu ? Yakni, anak-anak Indonesia yang lahir di tahun 1995 hingga 2014 atau yang disebut dengan generasi Z. Jika dihitung rata-rata usia generasi Z saat tahun 2045, maka usianya rerata 40, 5 tahun, usia dimana estafet kepemimpinan bangsa ini dipegang di segala bidang [9]. Selain itu juga, Indonesia menjadi negara peringkat pertama dunia dalam bidang kerelaan generasi muda dalam berkarya, (*International Youth Foundation*, 2017) [10]. Hal tersebut juga merupakan potensi karena tanpa kesadaran generasi muda akan perannya, mustahil pemerintah dapat mewujudkan Indonesia Emas.

Betapa banyak pun generasi emas yang dimiliki Indonesia dengan kecerdasan dan keahlian khusus yang beraneka ragam sangat sulit untuk mencapai visi Indonesia Emas 2045 tanpa sinergitas. Ditambah lagi, saat bersamaan kompleksitas masalah pada dunia umumnya dan Indonesia khususnya perlu penanganan yang bersinergi.

Hal ini juga berdasarkan penelitian *World Economic Forum* tahun 2016 bahwa kolaborasi adalah kompetensi utama abad ke-21 [11]. Artinya, generasi emas harus bersinergi dalam menghadapi abad ke-21, abad dimana Indonesia Emas akan terjadi. Seperti yang dilakukan *The Founding Fathers* Indonesia pada masa awal pergerakan nasional. Bahwa, mereka menyadari diperlukannya persatuan dan kesatuan bangsa untuk melawan penjajah, semangat dan identitas mereka adalah nasionalisme Indonesia. Mereka adalah golongan terpelajar yang tercerahkan, menjadikan perbedaan yang ada sebagai kekuatan yang hebat dan mereka berhasil. Jika visi mereka mencapai kemerdekaan di tahun 1945, maka visi generasi saat ini adalah mengisi kemerdekaan menuju Indonesia Emas 2045.

Sinergitas bukan hanya untuk mewujudkan Indonesia Emas tahun 2045. Tetapi, juga untuk menemukan berbagai solusi atas kompleksitas masalah yang akan dihadapi dunia pada umumnya dan Indonesia khususnya. Kompleksitas masalah tersebut diantaranya, perubahan iklim, laju penduduk, meningkatnya populisme, kesenjangan sosial, hunian-perumahan, kecerdasan buatan, krisis pangan dan air serta isu-isu kontemporer lainnya.

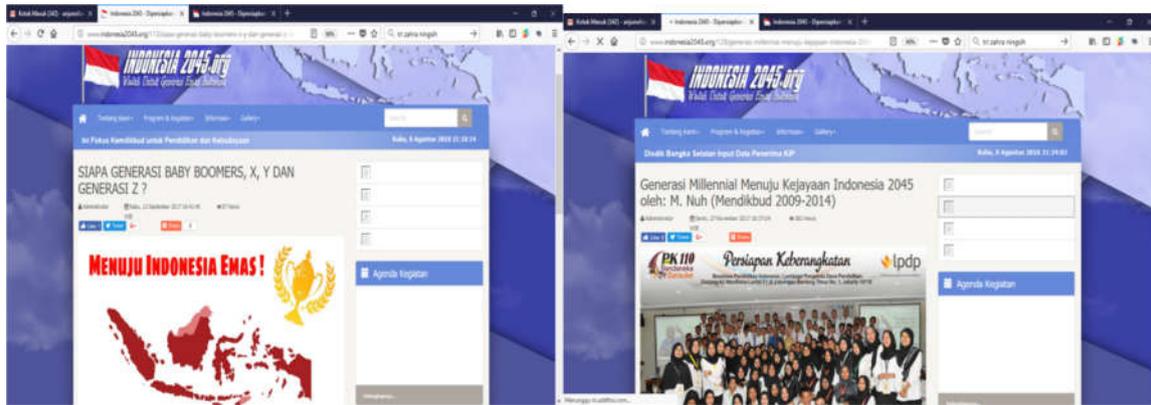
Jika dihitung dari tahun 2018 maka kita masih ada waktu 27 tahun untuk mewujudkan Indonesia Emas Tahun 2045. Waktu yang relatif cukup panjang untuk mendapatkan solusi dalam mengatasi kompleksitas masalah tersebut.

Selain tantangan sinergitas generasi emas Indonesia, ketidakdewasaan berpolitik telah menjadi penghambat pembangunan nasional, khususnya sejak pemilihan umum 2014. Baik dalam pemilihan legislatif maupun eksekutif (kepalada negara/kepala daerah). Fenomena *Unfriend* dan debat di media sosial sudah lazim kita perhatikan sejak pemilihan umum 2014 bahkan hingga saat ini, lebih parah lagi munculnya ujaran kebencian dan fitnah dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Karena, saat ini perbedaan pandangan politik menjadi suatu hal yang haram hukumnya. Tidak adanya penghargaan terhadap kebebasan berpendapat, berserikat dan bersikap menjadi indikasi munculnya masyarakat yang primitif. Generasi emas memainkan peranan penting untuk mengatasi ini, karena dominasi kuantitatif dan intelektualitasnya.

Mengutamakan kepentingan bangsa dan kedewasaan berpolitik adalah sikap yang harus dipastikan dimiliki setiap insan generasi emas di masa depan. Jika tidak, kita akan tercerai-berai dan mimpi Indonesia Emas pupus sudah, lebih parah lagi Indonesia hanya tinggal nama saja.

Mengapa pentingnya meningkatkan kesadaran Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 melalui inovasi digital platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org), tidak di media cetak (koran, majalah) ataupun buku pelajaran?

Dikarenakan terwujudnya Indonesia Emas tahun 2045 tergantung bagaimana kesiapan generasi emas (Y dan Z) menghadapi Revolusi Industri 4.0, seperti yang penulis jelaskan sebelumnya, generasi Y dan Z adalah generasi melek teknologi, generasi yang tak terlepas dari media *online*, yang interaksi sosialnya intens karena internet. Jadi, kampanye pentingnya wawasan Indonesia Emas 2045 di media *digital online* adalah pilihan yang tepat karena efektif, sesuai dengan kehidupan sehari-hari aktor utama sang penentu Indonesia Emas 2045.



Gambar 3 dan 4: Satu Diantara Konten di Platform digital [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org)

## Penutup

Era Revolusi Industri 4.0 menjadi kesempatan dan tantangan tersendiri bagi Generasi Emas Indonesia dalam mewujudkan proyeksi mengenai Indonesia di tahun 2045. Diantaranya, Indonesia akan menjadi kekuatan ekonomi nomor 4 di dunia. Era Revolusi Industri 4.0 ditandai dengan era digital ekonomi. Artinya, tercapainya Indonesia Emas 2045 dipengaruhi kesiapan Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. Kesiapan tersebut harus dimulai dengan kebijakan yang khusus dan tepat. Dalam hal ini, pemanfaatan perkembangan teknologi digital dewasa ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Inovasi platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Generasi Emas Indonesia dalam menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. Rendahnya kesadaran generasi emas mengenai hal tersebut, ditandai diantaranya, ketidakmampuan generasi membedakan berita palsu (*fakenews*) dan berita benar, serta hanya menjadi pasar (konsumen) dari dampak pertumbuhan ekonomi digital. Tanpa adanya kesadaran dari generasi emas yang akan memegang estafet kepemimpinan dan penggerak ekonomi (usia produktif) negara maka jangan harap partisipasi dan kontribusi akan didapat bahkan sebaliknya. Dalam penulisan ini, dipergunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan, pengumpulan data melalui metode studi kepustakaan. Inovasi platform [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) ini menjadi strategi tepat dan khusus karena generasi ini sebagiannya adalah generasi milenial yang mempunyai karakteristik, diantaranya, melek teknologi digital.

Revolusi Industri 4.0 dan Indonesia Emas seperti dua kutub yang tidak bisa dipisahkan. Karena terwujudnya Indonesia Emas tahun 2045 tergantung bagaimana kesiapan menghadapi Revolusi Industri 4.0. Akhir kata, penulis mengajak dan mengundang kita semua untuk bersama-sama mengkampanyekan Indonesia Emas tahun 2045 dan menulis mimpi dan gagasannya di [www.indonesia2045.org](http://www.indonesia2045.org) demi terciptanya kesadaran generasi Y dan Z akan visi Indonesia Emas tahun 2045.

## Daftar Pustaka

- [1]. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan: Sambutan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada Peringatan Hari Pendidikan Nasional 2012, Rabu, 2 Mei 2012).
- [2]. John W. Creswell. 2018. *Ningsih2* [3]. Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [4]. Brigham, J.G. 1991. *Social Psychology ( 2nd ed)*. New York. Harper Collins Publishing Inc
- [5]. Boyatzis, R.E., & Burckle M. 1999. *Psychometric Properties of The ECI*, The Hay/McBer Group.
- [6]. <https://www.pwc.com/gx/en/issues/economy/the-world-in-2050.html> Accessed 15 Agustus 2018.
- [7]. <http://www.presidentri.go.id/berita-aktual/tiga-tahapan-pembangunan-menuju-indonesia-2045.html> Accessed 15 Agustus 2018.
- [8]. <https://www.ristekdikti.go.id/mengoptimalkan-bonus-demografi/> Accessed 14 Agustus 2018.
- [9]. <https://magazine.banananina.co.id/generasi-x-y-z-alpha-baby-boomers-termasuk-yang-manakah-kamu/> Accessed 14 Agustus 2018.
- [10]. <https://www.iyfnet.org/blog/2017-global-youth-wellbeing-index-provides-call-action#> Accessed 15 Agustus 2018.
- [11]. <https://www.weforum.org/agenda/2016/03/21st-century-skills-future-jobs-students/> Accessed 15 Agustus 2018.
- [12]. Lee, J., Lapira, E., Bagheri, B., Kao, H., 2013. *Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment*. *Manuf. Lett.* 1 (1), 38–41
- [13]. Liffler, M., & Tschiesner, A. 2013. *The Internet of Things and the Future of Manufacturing*. McKinsey & Company.
- [14]. Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. 2016. *Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios*. Presented at the 49th Hawaiian International Conference on Systems Science.