

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, karyawan dengan usia produktif mendominasi lingkungan kerja saat ini. Hasil data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 mencantumkan total angkatan kerja di Indonesia mencapai lebih dari 160 juta orang. 62,5 juta dari jumlah tersebut merupakan karyawan generasi Y atau disebut dengan *millennial*. Hal tersebut menandakan adanya dua sampai empat generasi yang berbeda dalam suatu perusahaan atau organisasi yang mengakibatkan kemungkinan terjadinya miskomunikasi atau kesenjangan dalam lingkungan pekerjaan meningkat (Putri et al., 2019).

Menurut Lase (2020) perubahan mobilitas yang meningkat dalam masyarakat telah membuat generasi ke generasi saling menjauh, kesenjangan ini menciptakan stereotip yang tidak faktual dan penurunan budaya sosial yang positif antargenerasi. Pakpahan (2020) dalam artikel Sindo News menjelaskan, adanya kesenjangan antara kelompok generasi muda dengan yang lebih tua pada pemerintahan, hal ini dituturkan oleh pengamat politik Universitas Brawijawa, Wawan Sobari. Wawan menjelaskan adanya kesenjangan generasi di mana kelompok usia yang relatif lebih tua atau disebut senior memiliki pendekatan basa-basi sebagai tanda sopan santun dalam menyampaikan informasi, sedangkan kelompok generasi muda, seperti Millennial memiliki pendekatan yang lugas.

Perubahan digital yang besar dan cepat ini merupakan tantangan bagi otoritas yang masih memegang sistem konvensional dengan generasi millennial yang ekspresif dan berpegang pada teknologi. Hal tersebut menjadikan kelompok usia yang lebih muda tidak memiliki aspirasi yang sama dengan kelompok generasi yang berbeda. Dalam kehidupan bermasyarakat dimana generasi-generasi saling bertemu dan dituntut untuk berkerja sama, perlu adanya jembatan agar setiap generasi saling memahami, menghargai dan dapat bertukar pengetahuan.

Nilai dan ekpektasi yang berbeda sering menimbulkan konflik antargenerasi, padahal yang dibutuhkan setiap generasi adalah untuk saling memahami dan menghargai. Sayangnya belum ada media informasi yang merangkum topik kesenjangan multigenerasi dengan visualisasi yang komunikatif untuk dipahami setiap generasi, sehingga dibutuhkan sebuah media informasi yang mampu merangkum topik tersebut. Menurut Putri et al. (2020, pp. 41-43) media informasi memiliki beberapa fungsi yaitu untuk mendidik, meyakinkan, hingga sebagai alat pemersatu. Media informasi dapat memberikan dampak kognitif untuk meningkatkan kesadaran dan memperluas ilmu.

Berdasarkan uraian fenomena tersebut disusunnya perancangan buku tentang *gap* multigenerasi adalah bentuk upaya membuat setiap generasi saling memahami karakteristik dan memahami kapabilitasnya dalam bekerja sama.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang media informasi tentang *gap* multigenerasi di lingkup kerja?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, berikut adalah *segmenting, positioning, dan targeting* yang dibuat untuk membantu penelitian:

1. Geografis: DKI Jakarta dan sekitarnya.
2. Demografis:
 - a. Gender: Laki-Laki dan Perempuan.

Karena perancangan media informasi buku ini bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang *gap* multigenerasi di lingkup pekerjaan, perancangan ini tidak dibatasi oleh satu jenis kelamin.

- b. Usia:

Primer: masa dewasa awal 21-25 tahun

Dalam Psikologi Perkembangan, Jajha (2011) menjelaskan masa dewasa awal di mulai dari umur 21 tahun di mana merupakan masa seseorang mencari kestabilan dalam hidupnya. Masa ini adalah masa aktif seseorang mencari pekerjaan, bersamaan dengan periode ketegangan emosional, perubahan nilai-nilai, pemutusan komitmen dan penyesuaian pola hidup yang baru.

Sekunder: Masa dewasa 25-35 tahun

Dalam Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat (2020) kelompok umur 25-35 Tahun adalah kelompok orang yang sudah menikah dan aktif dalam bekerja.

c. Pendidikan: SMA

Menurut Yuswohady & Gani (2015) seseorang yang telah menempuh tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) dan yang lebih tinggi telah memiliki kemampuan dan keterbukaan dalam memilah informasi.

d. Tingkat ekonomi: kelas menengah – ke atas

Kelas menengah ke atas sudah memiliki penghasilan yang tetap dan sudah peduli dengan hal-hal diluar kebutuhan primer sehingga mereka lebih terbuka terhadap perubahan teknologi dan informasi.

3. Psikografis: merasa ada kesenjangan generasi di lingkup pekerjaan, sering mengalami miskomunikasi dan merasa adanya hambatan dalam mengerjakan tugas karena kesenjangan generasi di lingkup pekerjaan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah merancang buku tentang gap multigenerasi agar mudah dipahami dan menciptakan hubungan yang baik di lingkup pekerjaan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas Akhir ini dirancang sebagaimana untuk memberikan manfaat-manfaat kepada beberapa pihak sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi penulis yaitu sebagai tolak ukur pencapaian penulis sebagai seorang mahasiswa desain grafis. Perancangan ini juga sebagai bentuk pembelajaran akhir dari seluruh materi yang telah tersampaikan dan diterima penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai referensi ilmu di bidang Desain Komunikasi Visual terutama topik media informasi.

3. Bagi pembaca atau calon peserta tugas akhir desain grafis

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi penulis adalah sebagai media informasi mengenai fenomena kesenjangan multigenerasi dan sebagai referensi visual buku ilustrasi.