



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi *sandwich* merupakan generasi atau sekelompok individu yang merasakan situasi terjepit untuk memenuhi kepentingan serta tuntutan hidup bagi dua generasi sekaligus yakni, generasi atas dan generasi bawah. Generasi ini dituntut harus bisa untuk menangani kebutuhan pribadi, kebutuhan orang tua, dan kebutuhan anak, adik, atau lainnya. Kebutuhan yang harus terpenuhi baik secara fisik, mental-emosional, serta finansial (Ward & Spitze, 1998).

Tabel 1.1 Komposisi Penduduk menurut Generasi

Generasi	Persentase	Jumlah Penduduk (Jiwa)
<i>Pre-Boomer</i>	1,87%	5,03 juta
Post Gen Z	10,88%	29,17 juta
<i>Baby Boomer</i>	11,56%	31,01 juta
<i>Gen X</i>	21,88%	58,65 juta
<i>Milenial</i>	25,87%	69,38 juta
<i>Gen Z</i>	27,94%	74,93 juta

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (2020)

Generasi *sandwich* pada abad ke-21 di Indonesia tidak lagi dengan generasi pelaku rawat (*middle age*) namun, menjepit dua generasi paling besar di Indonesia saat ini yakni, generasi milenial (kelompok kelahiran tahun 1981-1996) sebanyak 25,87% dan generasi z (kelompok kelahiran tahun 1997-2012) sebanyak 27,94%. Situasi mengenai generasi *sandwich* ini masih banyak yang belum mengetahui oleh generasi-generasi tersebut. Tekanan yang harus ditanggung serta tanggung jawab akan dua generasi sekaligus membuat generasi ini terjadi kurangnya pengetahuan dan persiapan diri dalam menghadapi situasi tersebut.

Situasi yang dialami oleh generasi ini rentan akan pada kesehatan baik, secara fisik maupun mental. Hal tersebut disebabkan oleh generasi ini menanggung beban serta harus bertanggung jawab atas pemenuhan kebutuhan layanan seperti transportasi, perawatan kesehatan, urusan rumah tangga, hingga

kebutuhan pangan (dr. Zulvia Oktanida Syarif, Sp.KJ, Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa RS Pondok Indah, 2021). Hal lainnya dengan adanya tantangan pada kondisi masa pandemi dan status pendapatan per kapita di Indonesia kembali menurun dari US\$4.050 di tahun 2019 menjadi US\$3.870 di tahun 2020. Pendapatan per kapita ini membuat negara Indonesia kembali masuk menjadi kategori negara berpendapatan menengah ke bawah (*Lower Middle - Income Country*) (World Bank Country Data, 2021).

Fenomena ini diambil dan diangkat berdasarkan penulis melihat kondisi generasi-generasi muda di Indonesia yang banyak mengalami situasi terjepit ini. Hal ini bisa menjadi efek domino bagi generasi muda dan terus-menerus terulang kembali sebagai generasi *sandwich*. Berdasarkan uraian diatas, diperlukan adanya media informasi mengenai generasi *sandwich*. Sesuai dengan judul Tugas Akhir yakni, Perancangan Media Informasi Mengenai Generasi *Sandwich* yang ditujukan untuk generasi z (kelompok kelahiran tahun 1997-2012). Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi yang strategis sebagai bentuk preventif dan pembekalan diri untuk memutuskan rantai fenomena generasi *sandwich*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka, rumusan masalah yang menjadi acuan untuk perancangan media informasi ini adalah

Bagaimana perancangan media informasi mengenai generasi *sandwich* pada generasi z?

1.3 Batasan Masalah

Adanya batasan masalah berdasarkan latar belakang dari perancangan media informasi mengenai generasi *sandwich* adalah sebagai berikut:

- 1) Geografis:
 - a) Domisili : DKI Jakarta dan Tangerang
- 2) Demografis:
 - a) Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
 - b) Usia : 17-24 tahun

- c) Pendidikan : Minimal SMA
- d) Kelas Ekonomi : SES B dan SES A
- 3) Psikografis :
 - a) Generasi yang belum sadar akan adanya fenomena *sandwich generation*.
 - b) Generasi yang memiliki gaya hidup yang cenderung konsumtif.
 - c) Generasi yang memiliki emosi yang kurang stabil.
- 4) Luaran Media :
 - a) Media Primer : Buku ilustrasi
 - b) Media Sekunder : *Social Media*, *Poster*, *Collateral*, dan *Merchandise*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari tugas akhir ini dengan menghasilkan desain media informasi mengenai generasi *sandwich*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut adanya beberapa manfaat dari tugas akhir ini yang dibagi menjadi tiga bagian yakni, manfaat bagi penulis, bagi orang lain, dan bagi universitas:

1) Manfaat bagi penulis

Hasil dari tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak pengetahuan secara lebih luas mengenai situasi generasi *sandwich*. Tugas akhir ini juga merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu.

2) Manfaat bagi orang lain

Masyarakat luas atau lintas generasi dapat mengetahui dan menambah pengetahuan yang baru mengenai permasalahan serta situasi yang dihadapi oleh generasi *sandwich*.

3) Manfaat bagi universitas

Hasil dari tugas akhir mengenai perancangan media informasi mengenai generasi *sandwich* dapat digunakan sebagai bahan studi referensi bagi mahasiswa berikutnya.