



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 Z memiliki karakteristik yang selalu menggunakan dan memanfaatkan teknologi layaknya bernafas dalam kehidupan sehari-hari (Kemdikbud, 2021). Hal ini ditunjukkan dengan 98% dari Generasi Z telah memiliki gawai sendiri dengan rata-rata penggunaan di atas empat jam setiap harinya (Kastenholz, 2021) dengan rata-rata dua jam lima puluh tujuh menit bermain sosial media (*Global Web Index*, 2018). Nicholas Ling menyatakan bahwa sosial media mendorong setiap orang untuk selalu terhubung dan memamerkan kehidupan sempurna mereka sehingga mendorong masyarakat terutama generasi muda untuk terus melakukan *hustling* agar mencapai standar tersebut (Chan, 2019). Hasil riset oleh *American Psychological Association* (2018) menunjukkan Generasi Z memiliki risiko kesehatan mental yang paling rendah dibanding generasi lainnya karena faktor stress yang tinggi terutama dalam aspek uang dan pekerjaan.

Hustle culture adalah suatu gaya hidup dimana seseorang merasa harus selalu bekerja dimanapun dan kapanpun mereka berada (Devi, 2020, 00:03). Dosen Sosiologi Universitas Indonesia, Lugina Setyawati (2020) menyatakan bahwa *hustle culture* adalah budaya masyarakat yang menganut gaya hidup gila kerja. Kesibukan yang dilakukan tidak hanya terbatas suatu pekerjaan formal melainkan kegiatan dan aktifitas apapun yang dilakukan sehari-hari. Kegiatan *hustling* sendiri dilakukan bukan dengan tujuan untuk mencapai pemenuhan segi ekonomi melainkan suatu gaya hidup yang dimuliakan sehingga manusia tidak lagi bekerja untuk hidup melainkan sebaliknya (Assajjadiyyah, “*Hustle culture*”, 2020). Budaya *hustle* ini pada dasarnya adalah mekanisme pertahanan yang dapat digunakan untuk mencapai tuntutan ekspektasi yang tinggi (Petersen, 2020).

Budaya ini sudah ada pada masa revolusi industri dimana eksploitasi bekerja secara besar-besaran terjadi (Headlee, 2020) tetapi lebih mudah diterima generasi

muda saat ini karena telah menjadi suatu gaya hidup yang dinormalisasi. Lugina (2020) menyatakan bahwa budaya ini muncul karena perkembangan industri dan teknologi sehingga munculnya tuntutan untuk selalu menghasilkan sesuatu yang baru. Munculnya *techno-capitalism* akibat perkembangan teknologi juga menjadikan semua komoditas dapat dijual atau diuangkan sehingga mengakibatkan hilangnya batasan-batasan waktu dan tempat dalam bekerja (Assajjadiyyah, “*Hustle culture*”, 2020). Fenomena *hustling* banyak didukung karena tokoh-tokoh besar seperti Elon Musk pada media sosial Twitter miliknya pernah menyatakan bahwa dengan hanya bekerja 40 jam sehari, manusia tidak dapat membawa perubahan pada dunia (Musk, 2018).

Hustle culture memberikan dampak negatif karena tuntutan yang melebihi kemampuan fisik maupun emosional seseorang dapat menimbulkan *burnout*, depresi, dan rasa gelisah (Bethke, 2019, p. xvi). Hasil riset Takahashi (2019) mengenai permasalahan *sociomedical* di Jepang, sebagai negara yang dikenal dengan *overworking* hingga berujung kematian atau disebut sebagai *karoshi*, adalah bekerja berlebihan dapat menyebabkan permasalahan gangguan jiwa, keinginan bunuh diri, hingga kematian itu sendiri. Budaya ini juga menyebabkan manusia dinilai hanya berdasarkan kemampuan dan kesuksesan finansial mereka (Devi, 2020, 06:00).

Produktifitas bukan mengenai melakukan kegiatan ataupun memiliki kesibukan lebih, melainkan mengenai pencapaian dan proses yang dilakukan sehingga *hustling* belum tentu meningkatkan produktifitas (Doris, 2020, 05:35). Produktifitas memiliki berbagai cara untuk diukur dan berdasarkan *Organisation for Economic Co-operation and Development* salah satunya adalah dengan menghitung PDB per jam kerja yaitu dengan mengukur efisiensi berdasarkan input tenaga kerja dikombinasikan dengan faktor produksi lainnya (OECD, 2021). Menurut OECD (2021), Negara Belanda menduduki peringkat tiga terbaik dari empat puluh negara besar dalam aspek *work-life balance* karena persentase *overworking* yang sangat rendah (0,3%) dan waktu pribadi dengan rata-rata enam belas jam per hari. Pada November 2019, Microsoft Jepang mengungkapkan bahwa

uji coba empat hari kerja per minggu meningkatkan produktifitas pekerjaanya hingga 40% (Gilchrist, CNBC, 2020).

Generasi muda menjadi pelaku utama dari budaya *hustling* baik karena berbagai faktor seperti ekspektasi sampai seperti cara mereka dibesarkan (Griffith, 2019). Sensus 2020 Indonesia menyatakan bahwa Generasi Z di Indonesia menempati komposisi terbesar yaitu 27,94% (BPS, 2021). Devi (2020, 09:50) menyatakan bahwa di masa sistem *Neo-capitalism* saat ini terdapat kompetisi yang tinggi bahkan dengan teknologi. Generasi muda perlu melakukan banyak hal untuk dapat mencapai ekspektasi yang tinggi karena telah ditanamkan dari dini untuk sukses (Devi, 2020, 09:50). DKI Jakarta adalah ibu kota dari negara Indonesia dengan kepadatan penduduk nomor satu di tahun 2021 pada 14.555 orang per kilometer persegi dengan persentase angkatan kerja yang tinggi yaitu usia 20-24 tahun 71,52% dan usia 25-29 tahun 77,31% (BPS provinsi DKI Jakarta, 2021). Jakarta masih memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan Banten dengan persentase angkatan kerja aktif usia 20-24 tahun 68,38% dan usia 25-29 tahun 73,15% (BPS Provinsi banten) maupun Jawa Barat dengan usia 20-24 tahun 68,32% dan usia 25-29 tahun 71,19%.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, penulis memutuskan untuk merancang cerita interaktif mengenai *hustle culture* bagi remaja akhir. Cerita interaktif ini akan berisi edukasi mengenai *Hustle culture* dan dampaknya dari berbagai aspek bagi kesejahteraan hidup. Cerita interaktif atau *interactive storytelling* digunakan sebagai media edukasi karena merupakan metode yang holistik dan inklusif dalam mengedukasi melalui hati dan pikiran dengan kapasitas fleksibilitas, kreatifitas, dan kemampuan untuk mengerti (Jamissen et al., 2017). Diharapkan dengan adanya cerita interaktif mengenai *hustle culture*, masyarakat terutama remaja Indonesia dapat memiliki budaya bekerja yang lebih sehat dan produktif sebagai penggerak masa depan Negara Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menuliskan rumusan masalah untuk perancangan media informasi interaktif sebagai berikut :

1. Bagaimana perancangan cerita interaktif mengenai *hustle culture* melalui *mobile applications* bagi remaja akhir?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan cerita interaktif ini dibatasi :

A. Demografis

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 2) Usia : 17-25 tahun (Remaja akhir, Depkes RI 2009 dalam Amin, 2017)
- 3) Tingkat Ekonomi : SES A-B
- 4) Jenis Pekerjaan : Mulai bekerja (primer)
Mahasiswa tingkat akhir (sekunder)

B. Geografis

Lingkup perancangan media informasi interaktif ini adalah kota Jakarta.

C. Psikografis

- 1) Sibuk atau memiliki banyak kegiatan.
- 2) Memprioritaskan pekerjaan.
- 3) Memiliki tujuan yang ingin dicapai dengan segera.
- 4) Menggunakan teknologi dan akses internet.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan proposal tugas akhir ini ditujukan untuk merancang cerita interaktif mengenai *hustle culture* melalui *mobile applications* bagi remaja akhir.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan tugas akhir ini terbagi menjadi manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

A. Manfaat Bagi Penulis

Penulis mampu melakukan perancangan media informasi interaktif sebagai hasil dari pembelajaran selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara serta meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai *hustle culture*.

B. Manfaat Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat adalah untuk mendapatkan edukasi dan mengubah pola pikir generasi muda agar mampu bersikap bijak terhadap keseimbangan kehidupan dan pekerjaan melalui perancangan media informasi interaktif yang telah penulis rancang.

C. Manfaat Bagi Universitas

Manfaat bagi universitas adalah untuk berkontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan desain komunikasi visual. Perancangan yang dilakukan dapat menjadi referensi pembelajaran bagi mahasiswa lain dengan topik yang serupa maupun berkaitan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA