

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan, setiap manusia akan mengalami perubahan fase menuju pendewasaan. Saat memasuki usia 20 tahun, manusia mengalami masa peralihan remaja ke dewasa atau bisa disebut masa dewasa muda. Rentan usia dewasa muda saat ini adalah 18-29 tahun (Riyanto & Arini, 2021). Pada masa dewasa muda, seseorang akan rentan mengalami krisis. Karena pada masa inilah manusia dituntut untuk mulai belajar mandiri, mengeksplorasi diri, mengembangkan nilai-nilai, dan membentuk hubungan (Papalia & Feldmad, 2014). Respon manusia dalam menghadapi masa dewasa muda berbeda-beda. Ada manusia yang merasa optimis dan tertantang untuk menjelajahi kehidupan baru yang belum pernah dilakukan. Namun tidak sedikit juga manusia merasa cemas karena banyaknya pilihan dan juga memikirkan risiko yang akan diterima (Nash & Murray, 2010). Hal inilah yang disebut dengan istilah *Quarter Life Crisis*.

Quarter Life Crisis merupakan rasa cemas terhadap ketidakpastian seseorang di masa dewasa muda dalam menjalani kehidupan yang mendatang. Perasaan cemas tersebut biasanya seputar sosial, relasi, karier, dan keuangan yang terjadi pada setiap manusia pada masa dewasa muda (Anwar, 2019). Menurut survei yang dilakukan oleh gumtree.com, sebanyak 86% dari 1100 responden generasi milenial mengalami *Quarter Life Crisis (QLC)*. Seseorang mengalami *Quarter Life Crisis* dikarenakan beberapa faktor, seperti: dituntut oleh orang lain, tidak siap dalam menghadapi risiko, banyaknya pilihan, belum menemukan tujuan yang ingin dicapai, dan lingkungan yang belum mendukung (Pulih, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui kuisioner ditemukan ada 60,7% responden yang memiliki rentang usia 20-30 tahun mengalami krisis di bidang karier dan masa depan. Menurut Habibie dan Anwar (2019), perkembangan akademis yang sering dihadapi oleh mahasiswa menuju dunia kerja adalah tuntutan kehidupan yang dapat menimbulkan luka serta ketidakstabilan emosi yang dapat

menimbulkan krisis emosional. Menurut Murithi (2019), lulusan universitas juga rentan mengalami depresi yang disebabkan karena ketidakpastian karier, kurang mengenal diri sendiri, dan kurangnya dukungan sosial dari lingkungan sekitar.

Saat ini kita telah memasuki era-digital, dimana perkembangan teknologi dipercepat dengan adanya kondisi pandemi. Berkariier di era-digital juga merupakan suatu tantangan baru dimana persaingan semakin ketat dan dituntut untuk pandai teknologi dalam berkariier. Kecemasan semakin dirasakan oleh para mahasiswa tingkat akhir ketika diperhadapkan pada kondisi perekonomian yang terhambat selama pandemik berlangsung, sehingga menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran. Berdasarkan laporan dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional menyebutkan jumlah pengangguran RI meningkat 3,7 juta orang selama pandemik (Fauziah, 2020). Ketidakstabilan kondisi saat pandemik juga menyebabkan *quarter-life crisis* pada mahasiswa tingkat akhir maupun *fresh-graduated* di bidang karier. Jika krisis ini tidak diatasi dengan baik, individu akan mempertanyakan pilihan karier dan identitas diri, sebagian juga ada yang merespon untuk menunda keputusan karier, mengalami depresi atau mengembangkan gangguan kecemasan (Thorspecken, 2005). Saat seseorang menentukan karier kerap terjadi kebimbangan yang membuat kesulitan dalam menentukan minat dan pekerjaan yang pasti. Menurut Patton & Creed (2001), kebimbangan karier merupakan respon yang biasa terjadi saat fase remaja dalam menentukan karier kedepannya, namun jika perasaan bimbang tidak bisa diatasi dengan baik, maka dapat menyebabkan konsekuensi jangka panjang pada vokasional (Sawitri 2009).

Berdasarkan paparan diatas, diperlukan kampanye sosial berupa edukasi mengenai *quarter-life crisis*, motivasi untuk mengatasi krisis, dan bagaimana mengenal diri sendiri agar mahasiswa tingkat akhir maupun *fresh-graduated* dapat mengeksplorasi minat atau *passion* sehingga tidak cemas dapat menentukan karier dan dapat memasuki dunia kerja dengan baik. Konten kampanye sosial yang dirancang juga akan berdasarkan teori psikologis dan melibatkan tenaga ahli, yaitu psikolog/psikiater untuk menunjang solusi yang dipaparkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye sosial untuk membangun kesadaran mahasiswa tingkat akhir dan *fresh-graduated* akan pentingnya mengatasi *Quarter Life Crisis* dalam hal memilih karier dengan cara mengenal diri sendiri, mengetahui minat, dan mengeksplorasi karier.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari perancangan yang akan dirancang penulis adalah kampanye sosial mengenai pencegahan *Quarter Life Crisis* pada dewasa muda sebagai berikut:

A. Geografis

Secara geografis, target dari kampanye ini adalah mahasiswa dan *fresh-graduated* yang bedomisili di Jakarta.

B. Demografis

Demografis dapat dijabarkan sesuai target berikut:

- Jenis Kelamin : Pria & Wanita
- Usia : 20-30 tahun
- Pendidikan : S1
- Pekerjaan : Mahasiswa, *fresh-graduated*, *freelancer*
- Kelas Ekonomi : SES A-B

C. Psikografis

Psikografis dapat dijabarkan sesuai target:

- Dewasa muda yang sering menggunakan media sosial
- Dewasa muda yang belum memahami apa dan bagaimana mengatasi *Quarter Life Crisis* dalam kebingungan di bidang karier.
- Dewasa muda yang ingin belajar untuk mengenali identitas diri, memahami *passion*/bakat, mengambil keputusan dengan cerdas,

menanamkan pola pikir berkembang, dan berminat untuk mengeksplorasi karier.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang kampanye sosial untuk membangun kesadaran mahasiswa dan *fresh-graduated* akan pentingnya mengatasi *Quarter Life Crisis* (QLC) dalam hal karier dengan cara mengenal diri sendiri, mengetahui minat, dan mengeksplorasi karier. Melalui kampanye sosial yang membahas mengenai QLC di bidang karier ini, diharapkan mahasiswa tingkat akhir maupun *fresh-graduated* yang sedang mengalami krisis mendapatkan motivasi untuk mengatasi krisis dan mengenali *passion* yang dimiliki dengan melakukan eksplorasi karier untuk bersiap memasuki dunia kerja.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat tugas akhir yang ingin penulis persembahkan:

1. Manfaat Bagi Penulis

Tujuan penulis menyusun tugas akhir ini, ingin mengetahui dan menambah wawasan lebih dalam mengenai *Quarter Life Crisis* di bidang karier. Topik *Quarter Life Crisis* ini sangat penting untuk dibahas terlebih untuk dewasa muda agar dapat menemukan solusi untuk kebingungan di bidang karier.

2. Manfaat Bagi Orang Lain

Penulis berharap melalui perancangan kampanye sosial ini, mahasiswa tidak mudah menyerah dan berani eksplor untuk menemukan tujuan hidup dalam jenjang karier, serta memotivasi mahasiswa untuk mengatasi *Quarter Life Crisis* kebingungan dalam bidang karier.

3. Manfaat Bagi Universitas

Tugas akhir ini dapat menjadi panduan dan menambah wawasan mengenai topik *Quarter Life Crisis* untuk mahasiswa-mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yang ingin mendalami lebih lanjut.