

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Masa transisi dari remaja menuju dewasa bisa menjadi fase hidup yang paling berat bagi seseorang. Menurut Robinson dalam Robison, Wright, dan Smith (2013, p. 4, para. 2) seseorang yang sedang mengalami transisi menuju dewasa berisiko tinggi untuk mengalami penyakit mental. Dalam kondisi ini, seseorang bisa kehilangan motivasi untuk sekolah, bekerja, atau melanjutkan hidup (Silviananda, 2019, para. 3). Di masa-masa ini, seseorang cenderung mengalami *quarter life crisis* saat memasuki fase akhir pendidikan untuk terjun ke dalam dunia kerja (Stapleton, 2012, p. 142, para. 5).

Quarter life crisis terjadi ketika seseorang dihadapkan dengan realita kehidupan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (Brigham, 2021). Istilah *quarter life crisis* merujuk bahwa situasi ini terjadi saat 25 persen pertama kehidupan seseorang (Miles, 2022). Akan tetapi, Miles (2022) juga mengatakan bahwa *quarter life crisis* tidak berpatok pada usia spesifik. Krisis seperempat abad ini pun terjadi pada seseorang yang sedang melangkah seperempat jalan menuju kedewasaan.

Quarter life crisis biasanya terjadi di usia 20 tahun atau 30 tahun, tergantung pada kondisi kehidupan seseorang. Selaras dengan Brigham, Alex Fowke dalam Piskorz (2018, para. 3) memahami *quarter life crisis* sebagai periode kehidupan individu di usia 20-an merasakan kekecewaan, keraguan, dan ketidakamanan pada karier, hubungan, ataupun situasi keuangan.

Pada tahun 2017, Censuwide melakukan survei atas nama LinkedIn tentang *quarter life crisis* dan karier. Total responden dari survei ini adalah 6,014 orang berusia 25-33 tahun yang tinggal di Amerika Serikat, Inggris, India, dan Australia. Hasilnya menunjukkan 75 persen individu berusia 25 sampai 33 tahun

mengalami *quarter life crisis* dengan usia rata-rata 27 tahun. Data dari LinkedIn juga menunjukkan bahwa 61 persen dari mereka di usia rata-rata merasa kecemasan (*anxiety*) karena belum menemukan pekerjaan atau karier yang mereka sukai. Alasan lain untuk cemas adalah membandingkan diri mereka dengan teman yang lebih sukses.

Di tahun 2023, generasi Z akan memasuki usia dewasa. Pew Research dan Badan Pusat Statistik Indonesia membagi generasi Z di rentang waktu yang sama. Generasi Z dikategorikan mereka yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012 (berusia 26 hingga 11 tahun di 2023). Gen Z juga menjadi kelompok usia yang mendominasi Indonesia. Hasil Sensus Penduduk 2020 menunjukkan dari 270,2 juta jiwa di Indonesia, 27,94 persen atau 74,93 juta penduduk adalah generasi Z.

Generasi Z pun sudah atau akan segera memasuki *quarter life crisis*. Di Indonesia, data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan sebanyak 7.665.516 mahasiswa sedang menempuh pendidikan tinggi pada tahun 2021. Miles (2022) mengatakan salah satu pemicu *quarter life crisis* adalah tidak memiliki rencana yang matang setelah menyelesaikan pendidikan tinggi. Robinson (2018, p. 1, para. 3) berpendapat bahwa masa pengangguran ditambah dengan pencarian pekerjaan yang intensif dapat berdampak negatif pada stres dan harga diri.

Hal lain yang dapat menambah ketakutan pada fase *quarter life crisis* generasi Z di Indonesia adalah permasalahan ekonomi. Meskipun mendominasi populasi Indonesia, generasi Z digadang akan kesulitan untuk membeli rumah menurut pernyataan Menteri Keuangan Indonesia Sri Mulyani pada acara Securitization Summit 2022. Hal ini disebabkan oleh daya beli yang rendah dan harga jual yang tinggi. Selain itu, harga barang kebutuhan hidup lain seperti minyak goreng dan Bahan Bakar Motor (BBM) yang melambung yang membuat uang menjadi sangat berharga. Masalah finansial yang tidak tercukup ini dapat menjadi salah satu pemicu *quarter life crisis*.

Akan tetapi, *quarter life crisis* tidak hanya disebabkan oleh permasalahan ekonomi saja. Ada beberapa perubahan dalam hidup yang dapat memicu *quarter*

life crisis. Salah satunya transisi setelah menyelesaikan pendidikan tinggi juga termasuk perubahan tempat tinggal, hubungan, identitas, gaya hidup, dan dukungan finansial (Robinson, 2018). Perubahan-perubahan ini yang dapat menggiring seseorang dalam masa krisis ketika ia kewalahan dan tidak dapat mengatasi perubahan yang terjadi (Slaikeu, 1990 dalam Robinson, 2018, p. 2, para. 1).

Namun terlepas dari bayangan berat bebannya, *quarter life crisis* tidak melulu membawa dampak negatif. Tergantung dari bagaimana seorang individu menyikapi krisis seperempat abadnya, *quarter life crisis* justru dapat memberikan motivasi untuk memberikan yang terbaik dalam mencapai kesuksesan. Brigham (2022) berpendapat bahwa *quarter life crisis* adalah sesuatu fase dalam kehidupan yang baik dan penting untuk dihadapi semua orang. Dampak positif *quarter life crisis* bagi seorang individu menurut Brigham (2022) adalah kesempatan untuk merefleksikan dan memeriksa kembali pilihan-pilihannya hidupnya ketika dihadapkan pada *quarter life crisis*.

Semua orang di dunia akan melewati masa-masa *quarter life crisis*. Ditambah dengan banyaknya jumlah generasi Z di Indonesia yang akan atau sedang mengalami krisis seperempat hidup ini membuatnya penting untuk segera disadari. Topik *quarter life crisis* pun menjadi perbincangan hangat dan membuatnya dikemas dalam berbagai media.

Industri perfilman Amerika Serikat kerap kali mengangkat tema *quarter life crisis* dalam layar lebar ataupun layar kaca. Salah satunya film *Into The Wild* yang menceritakan perjalanan seorang lulusan kuliah mencari jawaban atas krisis seperempat abadnya dengan mendaki dan hidup di alam. Topik krisis seperempat abad ini juga banyak dikemas dalam bentuk buku seperti *How to Survive Your Quarter-Life Crisis* oleh Jodanna Bird yang memberikan banyak tips menghadapinya. Di Indonesia topik *quarter life crisis* pun kerap dikemas dalam berbagai bentuk. Misalnya dalam lagu berjudul *Takut* oleh penyanyi Indonesia Idris, *quarter life crisis* digambarkan sebagai ketakutan seorang di awal usia

20an karena ekspektasinya terhadap kehidupan tidak sesuai dengan apa yang dijalani.

Topik *quarter life crisis* juga banyak diangkat dalam dialog *podcast*. Biasanya *podcast* yang membahas *quarter life crisis* masuk dalam kategori *self-help*, *health*, dan *motivational* seperti *podcast Pengembangan Diri* oleh Andreas Bordes x Box2BoxID dan *podcast Quarterlife Talks*. Pada *podcast Pengembangan Diri*, *quarter life crisis* tidak dibahas secara spesifik, tetapi *podcast* ini membahas permasalahan orang-orang di usia 20an. Sementara itu, *podcast Quarterlife Talks* mengupas tuntas soal krisis seperempat hidup ini dari berbagai aspek.

Belakangan ini, *podcast* menjadi media yang sedang digandrungi oleh generasi Z. Hasil survei Spotify dalam laporan berjudul Culture Next: 2022 menunjukkan bahwa setidaknya generasi Z di rentang usia 18 hingga 24 tahun mendengarkan *podcast* minimal satu kali dalam seminggu (Spotify, 2022). Lalu, terdapat peningkatan rata-rata jumlah pendengar *podcast* sebanyak 27 persen di kuartal pertama tahun 2022 dibandingkan tahun 2021 di antara generasi Z di Indonesia (Spotify, 2022). *Podcast* yang mengangkat topik kesehatan mental menurut laporan Spotify (2022) mengalami peningkatan pendengar di Indonesia sebanyak 113 persen, Amerika Serikat 56 persen, dan Inggris sebanyak 24 persen. Beberapa *podcast self-help* yang membicarakan tentang motivasi dan pengembangan diri dari luar negeri contohnya *The Habit Coach with Ashdin Doctor*, *On Purpose with Jay Shetty*, dan *How To Fail With Elizabeth Day*.

Survei Spotify menyatakan alasan utama generasi Z mendengarkan *podcast* karena bentuk media ini menawarkan ruang aman untuk melatih pikiran. Sebanyak 69 persen generasi Z berusia 18 sampai 24 tahun bahkan berkata bahwa mereka berganti mendengarkan *podcast* untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan sulit atau terlalu pribadi sebelum dibicarakan dengan keluarga (Spotify, 2022).

Podcast berjudul Cerita Kita dibuat penulis sebagai panduan untuk generasi Z dalam mempersiapkan diri menghadapi *quarter life crisis*. Selaras dengan pendapat Miles (2022), *quarter life crisis* baiknya tidak dihadapi sendiri. *Podcast* Cerita Kita hadir dalam bentuk *podcast* sebagai salah satu laporan jurnalistik yang mengisahkan pengalaman mereka yang telah berhasil melewati *quarter life crisis* sehingga menjadi panduan bagi generasi Z di rentang usia 18 sampai 25 tahun yang akan atau sedang menghadapi *quarter life crisis*.

Podcast Cerita Kita mengandung empat nilai berita, yaitu relevansi (*relevance*), kedekatan (*proximity*), ketokohan (*prominence*), dan pengaruh (*impact*). Fenomena *quarter life crisis* memiliki nilai relevansi dan kedekatan secara psikologis bagi pendengar *podcast* Cerita Kita, yaitu generasi Z berusia 18-25 tahun yang sudah atau sebentar lagi akan memasuki fase *quarter life crisis*. Lalu, *podcast* Cerita Kita menghadirkan kisah dari figur-figur yang berhasil melewati *quarter life crisis* dan sekarang sukses dalam hidupnya sebagai nilai ketokohan. Topik *quarter life crisis* dalam *podcast* Cerita Kita pun memiliki pengaruh untuk memotivasi pendengar agar tidak berlarut-larut dalam krisis yang dihadapinya.

Sebuah peristiwa yang memiliki konsekuensi atau berdampak ke banyak orang, layak menjadi berita (Ishwara, 2011, p. 78). Salah satu elemen jurnalisme oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2021) adalah jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting, menarik, dan relevan. Tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan khalayak untuk memahami dunia. Informasi dengan kemasan yang menarik dan relevan tentu dapat membantu khalayak memahami sebuah fenomena.

Podcast Cerita Kita menyajikan reportase *quarter life crisis* dalam bentuk audio *storytelling*. Konten sebuah *podcast* menjadi menarik ketika dibawakan dalam bentuk *storytelling*, terlebih kisah seseorang yang memiliki nilai ketokohan. *Podcast storytelling* memiliki kekayaan informasi yang dapat mengunci fokus pendengar. Heshmat, Yang, dan Neustaedter (2018) membuktikan

bahwa pendengar *podcast* mencari informasi yang unik dan menyangkut seseorang yang ahli di bidangnya. Demikian dengan *podcast* Cerita Kita yang membawakan kisah orang-orang ternama mengenai pengalaman *quarter life crisis* mereka.

Penulis memilih untuk mempublikasikan karya ini ke dalam platform Spotify. Menurut laporan Dailysocial.id pada 2018, terbukti bahwa Spotify merupakan platform yang paling banyak digunakan publik untuk mendengarkan *podcast* (Eka, 2018). Dengan demikian, *podcast* Cerita Kita dibagi menjadi 5 episode yang masing-masing berdurasi kurang lebih 10-15 menit dan mengudara di Spotify.

1.2 Tujuan Karya

Adapun tujuan dari karya ini adalah sebagai berikut.

1. Menghasilkan sebuah karya *podcast* berdurasi kurang lebih 10 menit yang terdiri dari 5 episode dalam format *storytelling* dengan mengangkat isu *quarter life crisis*.
2. Mendapatkan 100 pendengar.
3. Mendistribusikan program *podcast* berbentuk audio yang dapat diakses melalui *platform* Spotify.

1.3 Kegunaan Karya

Selain itu, karya ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut.

1. Hasil karya ini diharapkan dapat memberikan informasi dan motivasi bagi pendengar *podcast* dari kisah inspiratif seorang yang sudah berhasil melewati *quarter life crisis* dan sukses dengan jalan hidupnya.
2. Hasil karya ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi mereka yang akan menghadapi dan/atau sedang menghadapi *quarter life crisis*.

3. Hasil karya ini diharapkan mampu menjadi solusi dalam mengurangi dampak negatif dari *quarter life crisis* berupa depresi.

