

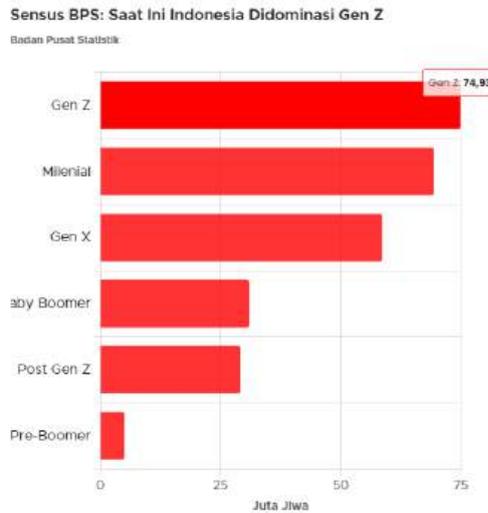
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Generasi Z tumbuh di era yang ditandai banyaknya perubahan, mulai dari perubahan sosial hingga perubahan ekonomi yang cepat. Tentu fenomena ini membuat generasi Z memiliki salah satu karakteristik yang menonjol, yaitu memiliki kekhawatiran terhadap berbagai aspek kehidupan. Selain dinilai sebagai generasi yang terus menerus khawatir akan masa depannya, generasi ini memang dikenal bermasalah oleh masyarakat. Hal demikian diperkuat oleh gagasan Seemiller dan Grace dalam (Munir, 2023) yang menyatakan jika salah satu karakteristik gen Z adalah kecenderungan berpikiran realistis perihal dunia dan juga kekhawatiran berlebih tentang masa depan baik dalam segi karir ataupun penghasilan.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini lahir di generasi serba internet, yang memungkinkan generasi ini sudah bisa menikmati kemajuan teknologi sejak lahir. Sebagai generasi yang tumbuh erat dengan perkembangan teknologi, generasi Z dituntut untuk terbiasa hidup di lingkungan yang berubah dengan cepat, baik dari segi sosial, ekonomi, dan budaya. Kemajuan ini membuat generasi Z dituntut untuk dapat beradaptasi dengan baik dan cepat terhadap perkembangan teknologi dan adanya tekanan sosial untuk dapat memenuhi ekspektasi orang lain. Adaptasi tersebut mencakup kemampuan generasi Z dalam memanfaatkan teknologi, membangun keterampilan, serta berpikir kritis di tengah perkembangan yang sangat cepat. Pernyataan ini sejalan dengan yang dipaparkan oleh (Zaman, 2024) yang menyebutkan bahwa generasi Z menghadapi tekanan sosial berupa tuntutan berlebih untuk dapat sukses dalam hidup mereka di mana pendidikan dan karier menjadi hal yang sangat penting namun disisi lain tekanan yang ada juga memicu hal negatif berupa kecemasan dan stres bagi generasi Z itu sendiri.



Gambar 1.1 Sensus BPS Generasi Z  
(Sumber: *Goodstats*, 2023)

Pada Gambar 1.1 di atas, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Generasi Z mendominasi jumlah penduduk di Indonesia dengan angka 74,93 juta jiwa. Generasi ini masih berada dalam usia muda hingga remaja awal, secara keseluruhan jumlah generasi Z ini seharusnya memiliki potensi lebih besar untuk menjadi agen perubahan sosial yang dapat berdampak bagi kehidupan dan masyarakat.

Tantangan kehidupan di mana karir menjadi hal yang sangat penting membuat generasi Z seringkali mengalami kecemasan hingga stres. Persaingan di dunia kerja, ekspektasi sosial, membuat mereka merasa tertantang untuk memenuhi harapan-harapan banyak orang, hal ini menyebabkan generasi ini merasakan beban yang berat. Tekanan kesuksesan dapat mempengaruhi kesehatan mental serta emosional Generasi Z. Disisi lain generasi Z juga memiliki kecenderungan mengalami stres, kecemasan dan depresi lebih sering jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya hal ini disebabkan salah satunya karena adanya tekanan sosial baik itu tekanan bidang akademik, media sosial dan juga ketidakpastian di masa depan (Munir, 2023).

Tantangan kehidupan membuat para generasi Z merasa bahwa mereka perlu melakukan sesuatu untuk mengubah jalan hidup mereka. Perubahan merupakan sebuah proses peralihan dengan upaya untuk meningkatkan kemampuan diri

agar dapat mencapai tujuan dan mimpinya. Gen Z seringkali menghadapi masalah dalam mewujudkan visi mereka menjadi kenyataan, mereka tidak mengetahui dari mana sebaiknya harus memulai dan cenderung menunggu waktu yang tepat. Hal ini yang membuat Gen Z menjadi generasi yang takut berubah dan berujung tidak mempunyai mimpi. Perubahan memang tidak mudah, tapi dalam prosesnya diperlukan keberanian untuk tetap teguh dan melangkah maju meskipun dalam ketidakpastian. Perubahan dapat memberikan manfaat baik untuk keberlangsungan hidup, perubahan yang dilakukan secara sengaja, lebih banyak melakukan atas dasar kemauan sendiri, atau saat otak kita berpikir untuk melakukan perubahan dapat dikatakan saat itu sedang terjadi perubahan (Arifin, 2017). Dengan adanya keinginan kuat untuk berani terus belajar dan berkembang, maka secara tidak langsung generasi Z dapat menjadi motor penggerak pendorong perubahan di era digital ini (Rasulong et al., 2024).

Faktanya, Gen Z adalah generasi yang memiliki potensi besar dalam hal kreativitas dan inovasi. Mereka adalah generasi yang terampil dalam teknologi dan bisa beradaptasi terhadap perubahan yang cepat, memiliki ide-ide yang menarik dan masih segar, serta memiliki semangat untuk menciptakan solusi baru yang dapat membawa perspektif baru dan perubahan positif dalam berbagai bidang. Dengan karakteristik generasi Z yang kreatif serta mempunyai beragam ide sebenarnya adalah hal yang sangat positif yang secara tidak langsung berpengaruh dalam dunia kerja serta diikuti dengan karakteristik yang sangat familiar dengan teknologi digital sehingga mereka ini cenderung berguna di zaman ini. Rata-rata dari mereka sangatlah *up to date* terhadap berita atau isu-isu terbaru dan hal ini sangat penting dalam mendorong perubahan yang berarti. (Rayya et al., 2023).

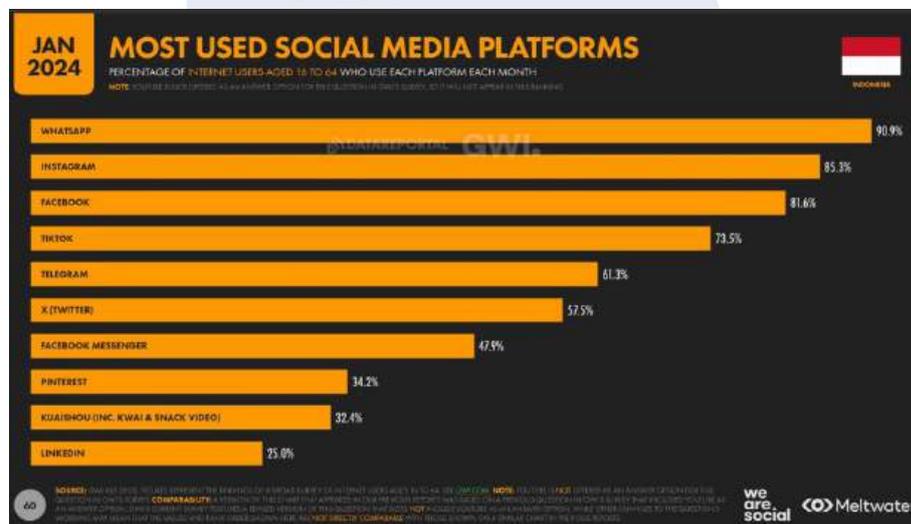
Generasi Z perlu bersikap realistis atas mimpi yang dimilikinya dengan jalan membawa dirinya sendiri ke arah perubahan positif pada lingkungannya dengan bantuan teknologi. Perubahan tidak selalu menjadi hal yang buruk, tapi perubahan dapat memberikan kesempatan bagi diri sendiri untuk membangun fondasi kebaikan yang berkelanjutan. Perubahan harus dimulai dari diri sendiri, satu perubahan kecil bisa berdampak besar bagi diri sendiri. Revolusi disini

perlu menyeluruh, suatu individu yang menghendaki terwujudnya perubahan positif pada diri sendiri yang diawali dengan revolusi mental dimana dalam hal ini individu akan terhindar dari rasa stres ataupun tertekan dalam menjalani kehidupan, dimana secara umum konsep ini menekankan bimbingan atas pembentukan manusia selain cerdas namun juga memiliki karakter yang mengarah ke manusia yang berkarakter (Adhasita et al., 2023).

Bagi generasi Z, perubahan merupakan salah satu hal yang sulit untuk dilakukan, namun untuk memulai perubahan itu, generasi Z perlu mendapatkan dukungan moral, berupa kata-kata motivasi, empati, dan pengakuan untuk membangun rasa percaya diri mereka. Hal ini secara langsung berhubungan dengan krisis identitas dan interaksi sosial yang kurang sehat (Mahmud, 2024). Namun disisi lain, generasi Z dapat introspeksi diri dan memanfaatkan dukungan media sosial untuk dapat berkembang sekaligus mendapatkan dukungan moral tersebut, generasi Z biasanya bergabung dalam sebuah komunitas yang di dalamnya dapat saling mendukung satu sama lain. Komunitas ini menjadi tempat yang memungkinkan untuk mereka merasa lebih terhubung dan terbimbing. Salah satu komunitas yang hadir untuk mendukung generasi Z ini adalah Cretivox. Hal ini dipertegas dengan pernyataan bahwa Gen Z diidentifikasi sebagai “*the communaholic*” yaitu generasi yang sangat inklusif dan tertarik terlibat dalam berbagai komunitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam rangka memperluas manfaat yang ingin mereka berikan (Sakitri, 2021).

Cretivox merupakan perusahaan media digital di bidang komunitas yang memanfaatkan media sosial untuk terus mengejar bersaing dan berkembang di era digital. Cretivox memiliki impian untuk terus memberikan *Impact* lewat *Cretivox Creative Community*. *Cretivox Creative Community* atau disingkat CCC merupakan sebuah media berbasis *community* yang menyediakan edukasi-edukasi menarik yang menjadikan Generasi Z usia 17 hingga 25 sebagai target marketnya. CCC memiliki program *Cretivox Creative Gathering* yang menjadi salah satu bentuk upaya Cretivox dalam mengembangkan komunitas. Dengan mengumpulkan generasi Z dari berbagai kampus di Jakarta, komunitas ini

dibuat untuk menciptakan ruang kolaborasi dimana mereka dapat saling berbagi inspirasi dan pengalaman. Pada *Cretivox Creative Gathering* ini, setiap mahasiswa yang hadir bisa belajar bersama dan mengeksplorasi kreativitas bersama karyawan Cretivox untuk pengembangan pribadi menuju dunia profesional. Dengan slogan *Impact, Cretivox Creative Community* ingin mengajak audiens untuk membuat perubahan khususnya perubahan kecil pada diri sendiri. *Cretivox Creative Community* mengajak audiens untuk terus melangkah, karena setiap langkah yang diambil dapat memicu perubahan. Perubahan dimulai dari hal-hal kecil dari diri manusia.



Gambar 1.2 Most used social media platforms 2024  
(Sumber: We Are Social, 2024)

Pada gambar 1.2 dapat terlihat bahwa media sosial yang sering digunakan pada tahun 2024 adalah WhatsApp dan Instagram. Dalam hal ini media sosial menjadi sebuah media yang dibuat untuk mendukung sebuah kampanye digital. Dalam konteks kampanye digital di Cretivox, Instagram menjadi platform media sosial yang dipilih untuk menyebarkan informasi. Instagram diharapkan dapat menjadi platform yang dapat menjangkau generasi Z dan menjadi tempat berbagai informasi disebarluaskan secara cepat. Dengan adanya komunikasi dan interaksi yang terjalin dalam media sosial salah satunya Instagram secara tidak langsung menunjukkan adanya suatu proses pengungkapan diri sebagai seorang individu. Keterbukaan diri di media

sosial khususnya Instagram merupakan sarana *urgent* dalam rangka interpretasi identitas diri yang sifatnya membangun dalam skala basis komunitas (Selfilia Arum Kristanti & Eva, 2022). Tingkat interaksi yang tinggi juga membuat Cretivox memilih Instagram sebagai salah satu platform media sosial untuk membangun media berbasis komunitas.

Dalam upaya meningkatkan kesadaran terhadap generasi Z, Cretivox *Creative Community* membuat kampanye digital ini dengan tema *#ChangeBeginsWithYou*. *Change begins with you* bukan hanya sekedar nama kampanye, tapi ini adalah sebuah ajakan untuk bertindak, bersama-sama mengambil langkah yang berarti dan berdampak. Bergerak dengan tujuan dan membuat perubahan. Perubahan memang tidaklah mudah, untuk itu dibutuhkan keberanian untuk tetap teguh dan melangkah maju meskipun dalam ketidakpastian.

Kampanye ini tidak hanya ingin menyebarkan kesadaran terhadap pentingnya perubahan untuk diri sendiri sebagai langkah pertama dalam mencapai tujuan dan masa depan kepada tetapi juga ingin membangun semangat kepada Generasi Z. Melalui Cretivox *Creative Community* dan *Change Begins With You* dan dengan memanfaatkan Instagram sebagai platform digital, kampanye ini bertujuan untuk menginspirasi serta membantu Generasi Z untuk menghadapi mimpi lewat perubahan dari diri sendiri. Dari kampanye ini, pesan yang disampaikan diharapkan bisa mendorong perubahan positif dalam perilaku audiens dan membantu memberikan pemahaman yang berdampak besar bagi audiens dalam melakukan perubahan kecil yang bisa berdampak positif juga ke masyarakat sekitar.

## 1.2 Tujuan Karya

1. Meningkatkan kesadaran generasi Z terhadap masalah yang dihadapi dengan cara, sebagai berikut:
  - a. Menyajikan pemahaman dan solusi untuk menciptakan kesadaran terhadap permasalahan yang sedang dialami oleh Generasi Z.
  - b. Menginspirasi para Generasi Z untuk bersikap lebih baik di masa pendewasaan ini, guna menciptakan masa depan yang sesuai dengan ekspektasi mereka.
2. Mendorong perubahan perilaku generasi Z dengan cara, sebagai berikut:
  - a. Mengedukasi dengan memberikan solusi atas permasalahan Generasi Z dengan upaya untuk membuat mereka memberikan perubahan dan dampak positif kedepannya untuk mimpinya.
  - b. Menyampaikan pesan melalui konten berupa motivasi sebagai bentuk komunikasi efektif dalam upaya menciptakan perubahan perilaku pada generasi Z.
3. Menginspirasi dan mengedukasi Generasi Z untuk melakukan perubahan kecil yang berdampak besar dengan cara, sebagai berikut:
  - a. Menggerakkan Generasi Z untuk melakukan tindakan melalui pesan yang memotivasi, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak positif dari perubahan yang dilakukan untuk menggapai sebuah pencapaian sebagai upaya edukasi yang penting dalam menciptakan kesadaran terutama pada kalangan Generasi Z.
  - b. Menginspirasi lewat karya yang dibuat melalui kampanye digital yang ditujukan kepada Generasi Z dengan menciptakan hubungan emosional yang dapat mendorong tindakan nyata.

### **1.3 Kegunaan Karya**

Kegunaan dari karya digital *campaign* ini dibagi menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut:

#### **1.3.1 Kegunaan Akademis**

Memberikan kontribusi penting dalam penelitian komunikasi dan media sosial, khususnya dalam meningkatkan kesadaran terhadap permasalahan-permasalahan Generasi Z yang dapat mempengaruhi perilaku Generasi Z di masa sekarang. Hasil karya ini diharapkan dapat menjadi rujukan utama dalam penelitian-penelitian lanjutan terkait kampanye media sosial dan komunikasi sosial.

#### **1.3.2 Kegunaan Sosial**

Sebagai media berbasis *community*, *digital campaign* ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan membantu menyediakan edukasi-edukasi menarik untuk Generasi Z. Melalui media sosial @ccc.ommunity dan hashtag #ChangeBeginsWithYou diharapkan *digital campaign* ini dapat mendorong audiens untuk bermimpi besar dan merasa termotivasi, membantu audiens merenungkan peran mereka dan potensi pribadi mereka, memberikan alat dan dukungan yang diperlukan untuk mengambil tindakan, dan memastikan bahwa semua orang merasa diterima dan terlibat dalam proses perubahan.

#### **1.3.3 Kegunaan Praktis**

Digital campaign ini diharapkan dapat membantu *Cretivox Creative Community* dalam merancang dan mengimplementasikan strategi media sosial yang efektif untuk melakukan sebuah *campaign*. Hasil dari *campaign* yang dilakukan juga diharapkan dapat memberikan beberapa pesan kepada Generasi Z dan bagaimana para Generasi Z harus bisa termotivasi dan mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-harinya, serta berubah menjadi Generasi Z yang mempunyai mimpi besar dan berani untuk memberikan *Impact* ke masyarakat luas. Dengan adanya *digital campaign*

ini, diharapkan juga Instagram *Cretivox Creative Community* ini bisa memberikan panduan praktis bagi para praktisi media sosial yang terlibat dalam *campaign* ini.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA