

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perbedaan jenjang usia merupakan salah satu pemicu konflik antar individu. Rentang waktu yang memisahkan generasi melahirkan karakter khas akibat pengaruh budaya, nilai-nilai, dan pengalaman hidup yang berbeda (Troksa, 2016 dalam Dahara & Liyanti, 2020, h.158). Inilah yang dinamakan *generation gap*, yakni perbedaan ciri dan pandangan di antara anggota generasi yang berbeda (Ulya, 2023, h.4).

Kurangnya pemahaman akan perbedaan karakteristik inilah yang menjadi faktor utama terus munculnya konflik (Medium, 2024) yakni berkembang dari pembentuan stereotip negatif yang menggeneralisir satu individu pada satu generasi (Szabó & Maczó, 2021, h.111) lalu berujung menjadi konflik (Mashuri, dalam Kompas, 2024). Berdasarkan survei oleh National Youth Council (Channel News Asia, 2022), *generation gap* sudah menjadi problematika sejak puluhan tahun, yang terjadi karena satu individu memiliki kecenderungan berpikir bahwa generasinya superior (Saif, dalam The Finansial Express, 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu membuktikan *generation gap* berdampak nyata di berbagai aspek sosial. Mulai dari friksi antar karyawan akibat stereotip antar generasi (Winasis, 2018, h.25), pertentangan antar dosen dan mahasiswa akibat variasi komunikasi yang berbeda (Ariyanto, et al., 2019, h.194, 207), serta ketidakharmonisan hubungan keluarga akibat adanya *gap* antara anak dengan orang tua (Zahra & Wulandari, 2022, h.23-24). Konflik *generation gap* berpotensi mengancam pembangunan dan keberlangsungan sosial (ProPeople, 2025), menghambat penyelesaian masalah (BaktiNews, 2024), dan merusak hubungan antar generasi (Kompas, 2023). Padahal perbedaan generasi adalah hal positif jika disikapi dengan benar (The Jakarta Consulting Group, 2024).

Generasi Z yang menempati komposisi demografis terbesar di Indonesia tepatnya 27,94% (BPS, 2025), kerap menjadi sasaran stereotip negatif dari generasi lain (Jimly, 2023). Namun Gen Z juga adalah kelompok usia yang sedang dan akan

mendominasi ruang sosial masa depan (FISIP UNS, 2025). Gen Z, yang juga dijuluki *Woke-Generation*, berpotensi memainkan peran strategis sebagai agen perubahan dalam konflik *generation gap* karena keberaniannya untuk bersuara (Warta EQ, 2024), kesadaran dan kepeduliannya terhadap isu sosial (United Way NCA, 2024), keinginannya menjadi *cycle-breaker* (Wandira, 2025), serta kemampuan emosional dan empati yang baik (Dakto & Warastri, 2025, h. 333).

Upaya mengatasi isu *generation gap* telah dilakukan melalui beberapa media. Salah satunya kampanye IM3 *Nyatakan Silaturahmi* (2024) menampilkan video iklan *storytelling* dengan narasi konflik generasi antara ibu dan anak. Kampanye ini berhasil menarik attensi Gen Z dan membangun secara emosional, namun tidak memberikan pemahaman karakteristik generasi untuk mencegah awal terjadinya konflik. Kemudian terdapat *workshop* Life Skills Indonesia (2025) yang menyajikan materi pelatihan komunikasi lintas generasi di lingkup pekerjaan, namun lebih fokus pada solusi praktis bukan pemahaman mendalam, memiliki keterlibatan emosi yang minim, dan hanya mengacu pada konteks profesional.

Dengan demikian, diperlukan media yang tidak hanya persuasif, tetapi lebih dahulu membagikan informasi komprehensif sebagai upaya dasar menghadapi *generation gap*. Solusi perancangan media informasi adalah bacaan yang menggunakan pendekatan komunikatif, empatik, reflektif, dan interaktif agar Gen Z merasa terlibat, bukan digurui (Kompas, 2024), seperti media *zine*. *Zine* sendiri dapat didefinisikan sebagai media alternatif yang dipublikasi mandiri untuk penyebaran informasi, aspirasi ekspresif, hingga gerakan sosial, yang dilakukan dengan proses kreatif tanpa batas (IDN Times, 2020; Duncombe, 1971 dalam Putra, D. P., 2022, h.3), termasuk aspek interaktif yang banyak ditemui pada *zine* era ini. *Zine* yang mulai populer dan ditekuni kembali semakin menonjolkan teknik visual yang beragam (Whiteboard Journal, 2018). Hal ini pun menjadi sesuai dengan Gen Z yang menyukai visual karena memiliki rentang attensi singkat dan menilai daya tarik media literasi dari tampilannya (Kompas, 2024). Sehingga ciri khas *zine* sebagai medium aspirasi sosial yang informatif, menggunakan gaya bahasa komunikatif, memiliki ragam visual yang ekspresif, dan bersifat interaktif, tidak hanya relevan dengan pengangkatan isu *generation gap*, tetapi juga beresonansi dengan preferensi dan karakteristik Gen Z selaku target perancangan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penulis menemukan masalah yang ada, yakni sebagai berikut:

1. *Generation gap* merupakan perbedaan karakteristik antar generasi. Kurangnya pemahaman akan karakter masing-masing generasi terus melahirkan berbagai stereotip negatif yang menjadi faktor utama konflik *generation gap* berkepanjangan yang banyak ditemui di berbagai lingkup sosial.
2. Upaya menghadapi konflik *generation gap* membutuhkan pemahaman mendasar melalui media informasi. Tetapi media informasi yang ada untuk memahami karakteristik generasi masih terbatas. Selain itu belum ditemukan media dengan pendekatan yang tepat bagi Generasi Z, seperti *zine*. Penyampaian informasi yang sudah ada cenderung dengan bahasa dan visual yang kaku dan belum sesuai dengan preferensi Gen Z yang membutuhkan media ekspresif, interaktif, dan empatik.

Oleh sebab itu, penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana perancangan *zine* bagi Generasi Z dalam menghadapi konflik *generation gap* di kehidupan sosial?”

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, penulis membuat batasan masalah sebagai acuan dalam penelitian. Perancangan ini ditujukan kepada Generasi Z usia 20-24 tahun, SES A-B, berdomisili di Tangerang Selatan dan Daerah Khusus Jakarta, melalui pendekatan informasi interaktif. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada media *zine* interaktif yang berfokus memberi informasi seputar perbedaan karakteristik generasi, faktor pembentuknya, stereotip generasi, hingga konflik lintas generasi di lingkup sosial, terutama tentang Generasi Baby Boomer, Generasi X, Generasi Milenial, Generasi Z, dan Generasi Alpha.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang, rumusan masalah, dan batasan masalah, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah membuat perancangan *zine*

bagi Generasi Z dalam menghadapi konflik *generation gap* di kehidupan sosial, melalui pemahaman perbedaan karakteristik berbagai generasi.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Selanjutnya penelitian inti juga diharapkan mampu memberikan manfaat. Manfaat dibagi menjadi dua bagian yakni teoretis dan praktis, yang dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis:**

Penelitian ini merupakan usaha meminimalisir konflik *generation gap* melalui media informasi interaktif. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait materi *zine* berisi pemahaman tentang perbedaan karakteristik generasi dalam konflik *generation gap*, yang dapat dijadikan referensi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama yang ingin mengembangkan media informasi interaktif lainnya.

#### **2. Manfaat Praktis:**

Secara praktis, penelitian ini menjadi pengalaman bagi penulis dalam menerapkan keilmuan bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya pengembangan solusi desain berupa *zine*. Penelitian juga membangun kemampuan *problem-solving* penulis dalam mengatur strategi desain untuk menyampaikan pesan edukatif.

Hasil penelitian dapat menjadi acuan dan peluang bagi peneliti lain dalam mengkaji isu *generation gap* dari pendekatan media informasi interaktif. Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi memperkaya kumpulan pengetahuan akademik Universitas Multimedia Nusantara, khususnya tentang pengembangan penelitian berbasis media *zine* mengenai isu *generation gap*.