

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia kerja di Indonesia saat ini tengah memasuki fase transisi generasi, di mana Gen Z mulai mendominasi populasi usia produktif dan secara bertahap memasuki pasar tenaga kerja. Diketahui bahwa generasi terbesar saat ini di Indonesia adalah Gen Z (Sunaryanto, 2025), dimana dunia kerja mayoritas akan dipenuhi oleh Gen Z, dan diperkirakan sekitar 27% Gen Z akan memasuki dunia kerja pada tahun 2025, menjadikan kelompok ini sebagai calon mayoritas tenaga kerja dalam waktu dekat (Hapsari et al., 2024). Akan tetapi, pandemi COVID-19 memicu masalah prokrastinasi karena sistem perkuliahan daring yang membuat Gen Z semakin terbiasa menunda pekerjaan akibat kurangnya pengawasan langsung (Wang et al., 2022). Penelitian pada Gen ZUIN Syarif Hidayatullah Jakarta melaporkan bahwa 61% responden berada pada kategori prokrastinasi akademik (Fadilah, 2023). Kebiasaan ini dapat menghambat produktivitas, serta menurunkan kepercayaan perusahaan terhadap lulusan baru. Studi pada karyawan bank di Jakarta membuktikan bahwa prokrastinasi kerja berdampak negatif terhadap produktivitas serta kualitas hasil kerja (Rohayati, 2023).

Salah satu permasalahan perilaku yang masih banyak ditemui pada Gen Z adalah prokrastinasi atau kebiasaan menunda pekerjaan. Prokrastinasi kerap dianggap sebagai persoalan personal yang berkaitan dengan manajemen waktu individu. Namun, dalam konteks dunia kerja, perilaku ini dapat berdampak lebih luas, seperti menurunnya produktivitas tim, terganggunya alur kerja, serta berkurangnya kepercayaan dalam lingkungan profesional. Penelitian menunjukkan bahwa faktor lingkungan kerja, seperti beban kerja dan tekanan tugas, berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku prokrastinasi (Huda et al., 2024). Hal ini menegaskan bahwa prokrastinasi tidak hanya bersifat individual, tetapi juga merupakan isu kolektif yang mempengaruhi efektivitas lingkungan kerja. Apabila

kebiasaan ini terbawa ke dunia kerja, Gen Z dapat dianggap tidak disiplin, sulit mencapai target, hingga menurunkan kepercayaan perusahaan (Wibowo et al., 2025).

Situasi ini menegaskan kebutuhan akan kampanye yang dapat menyadarkan Gen Z *fresh graduate* mengenai bahaya prokrastinasi ketika akan memasuki dunia kerja. Di sisi lain, kampanye produktivitas yang menyasar Gen Z pekerja urban juga telah banyak dilakukan, salah satunya melalui kampanye *#LevelUpAfterWork* oleh Enervon Active (2025). Kampanye ini mendorong generasi muda untuk tetap aktif dan produktif setelah jam kerja melalui pendekatan gaya hidup sehat dan konten digital yang interaktif. Namun, fokus kampanye tersebut lebih menekankan pada keseimbangan aktivitas fisik dan gaya hidup, bukan pada pembentukan kesadaran terhadap perilaku kerja yang berisiko, seperti prokrastinasi. Dengan demikian, masih terbuka ruang bagi perancangan kampanye sosial yang secara persuasif mengaitkan isu produktivitas Gen Z dengan dampak prokrastinasi terhadap profesionalitas dan efektivitas lingkungan kerja.

Penelitian menunjukkan bahwa kampanye berbasis media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi Gen Z *fresh graduate* terhadap isu sosial (Hakim et al., 2024). Selain itu, riset IDN Populix (2022) mencatat bahwa mayoritas Gen Z menghabiskan lebih dari tiga jam per hari untuk mengakses media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi persuasif untuk membangun kesadaran akan pentingnya sikap profesional dan kesiapan kerja, khususnya dalam menghadapi kebiasaan prokrastinasi.

Dikarenakan belum banyak kampanye sosial yang secara spesifik menargetkan Gen Z *fresh graduate* yang sedang berada pada fase transisi dari dunia akademik menuju dunia kerja, pesan mengenai dampak prokrastinasi terhadap reputasi dan kesiapan profesional sering kali tidak tersampaikan secara kontekstual dan relevan bagi calon tenaga kerja muda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye sosial berbasis media visual, sebagai bentuk untuk menyadarkan Gen Z *fresh graduate* untuk mengubah perilaku dari masalah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka berikut adalah pertanyaan yang dapat penulis ajukan untuk proses perancangan: Bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai dampak prokrastinasi Gen Z terhadap lingkungan kerja perusahaan swasta di Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada Gen Z *fresh graduate* di Jakarta dengan rentang usia 20-25 tahun, dan sedang mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja sebagai *fresh graduate*. Fokus perancangan diarahkan pada pembuatan media persuasif berupa kampanye sosial, dengan tujuan untuk membantu Gen Z yang sedang menghadapi bahaya kebiasaan prokrastinasi akademik yang berpotensi terbawa ke dunia kerja, sekaligus memberikan strategi dalam mengatasinya. Penelitian ini difokuskan pada konteks Gen Z *fresh graduate* di wilayah Jakarta, khususnya yang sedang menghadapi prokrastinasi yang akan segera menjadi *fresh graduate* dan berpotensi bekerja di perusahaan swasta. Oleh karena itu, konten perancangan akan menekankan pada prokrastinasi sebagai kebiasaan yang dapat menghambat profesionalitas, serta melukai kredibilitas mereka kedepannya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah merancang kampanye sosial mengenai dampak prokrastinasi Gen Z terhadap lingkungan kerja perusahaan swasta di Jakarta.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini dibagi menjadi 2 bagian, yaitu Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis:

1. Manfaat Teoritis

Perancangan kampanye sosial berbasis media visual ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai peran desain komunikasi dalam menyadarkan

Gen Z *fresh graduate* terkait bahaya prokrastinasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam mengembangkan strategi kampanye sosial yang efektif dan relevan dengan kebutuhan Gen Z pada masa transisi menuju dunia kerja.

2. Manfaat Praktis

Melalui kampanye sosial yang dirancang dengan pendekatan Human-Centered Design, penelitian ini diharapkan mampu membantu Gen Z *fresh graduate* untuk menyadari pentingnya mengatasi kebiasaan prokrastinasi, sehingga mereka akan lebih siap memasuki dunia kerja sebagai *fresh graduate* yang disiplin dan professional.

