

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan dalam dunia kerja menjadi sangat cepat, bahkan sering kali sulit mengantisipasi banyak perubahan yang terjadi dalam semalam. Meskipun sebagian individu yang sudah bekerja dalam jangka waktu lama mampu menyesuaikan diri dengan perubahan baru, proses ini bisa menjadi sangat berat bagi individu yang memasuki dunia kerja. Laporan World Economic Forum (2023) menyebutkan bahwa perubahan struktur dunia kerja kini tidak hanya disebabkan oleh teknologi, tetapi juga oleh pergeseran nilai dan ekspektasi angkatan kerja baru yang masuk ke sistem yang sudah ada. Akibatnya, banyak lulusan baru menyadari bahwa semua yang mereka pelajari di perkuliahan tidak cukup mempersiapkan mereka untuk dunia kerja yang sesungguhnya.

Generasi Z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 memang memiliki arah sendiri terhadap dunia kerja. Mereka tidak hanya fokus pada jenis pekerjaan yang mereka miliki, tetapi juga peduli bagaimana cara kerja lingkungan tersebut. Mereka menginginkan sistem kerja yang lebih fleksibel, komunikasi yang lebih baik antar rekan kerja, serta adanya perhatian terhadap kesehatan mental (Deloitte, 2022). Sayangnya, banyak tempat kerja yang tidak menyediakan kondisi tersebut. Sama seperti di banyak industri, di industri kreatif masih terdapat banyak organisasi dengan sistem dan struktur kerja yang sangat tradisional. Banyak yang masih menerapkan jam kerja panjang dan mengharapkan komitmen kerja yang tinggi dari karyawan mereka, layaknya sistem kerja di perusahaan besar.

Beberapa tahun terakhir telah menunjukkan pertumbuhan pesat bagi agensi kreatif karena adanya peningkatan bisnis yang membutuhkan layanan mulai dari branding, konten digital, hingga pemasaran visual di kota Medan. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), sektor komunikasi visual dan periklanan di Sumatera Utara terus tumbuh dan Medan menjadi salah

satu pusatnya. Tapi sayangnya, pertumbuhan ini tidak dibarengi dengan sistem kerja yang rapi. Akibatnya, Gen Z yang baru masuk terpaksa harus menyesuaikan diri dengan cepat, bahkan dalam situasi yang kacau. Inilah yang membuat pekerja Gen Z di agensi kreatif Medan lebih mudah mengalami culture shock, baik soal tantangan kerja maupun adaptasi lingkungan.

Sayangnya, meski hal ini sering terjadi, media yang secara spesifik membahas konteks lokal Medan masih sangat sedikit. Konten tentang culture shock di dunia kerja yang tersebar di platform digital masih bersifat umum atau menggunakan perspektif perusahaan besar seperti perusahaan di Jakarta atau bahkan luar negeri. Padahal, kondisi yang terjadi tidak selalu sama. Pekerja muda di Medan yang mengalami culture shock di agensi kecil atau lokal tidak banyak memiliki referensi yang benar-benar “berbicara” dengan pengalaman mereka sendiri. Hal ini juga sesuai dengan temuan Maulana & Sihombing (2022), yang menyatakan bahwa konten yang terasa dekat dengan pengalaman sehari-hari cenderung lebih mudah dipahami dan diterima.

Oleh sebab itu, penelitian ini mencoba menggunakan pendekatan yang sedikit berbeda. Konsep Creative Survival Guide yang digunakan di sini bukan hanya sekadar nama, tetapi lebih sebagai upaya untuk menyusun semacam panduan adaptasi yang terasa lebih realistis. Bukan dalam bentuk teori yang kaku, melainkan kumpulan pengalaman yang bisa dijadikan acuan, terutama bagi mereka yang sedang berada di fase awal karier. Pendekatan seperti ini mengarah pada konsep peer learning dan narrative-based education, yang dianggap lebih efektif dalam membantu individu memahami situasi dan mengambil keputusan, khususnya pada kelompok usia muda (Schank, 2011).

Oleh sebab itu, media video edukasi hadir sebagai pendekatan yang berbeda dan layak dipertimbangkan. Berbeda dari lain yang menggunakan teks atau infografis, video mampu menyampaikan pesan secara multisensori, menggabungkan narasi, visual, musik, dan emosi dalam satu wadah yang mudah dikonsumsi. Ito-Jaeger et al. (2022) membuktikan bahwa video digital terbukti

efektif meningkatkan kesadaran dan pemahaman audiens muda mengenai isu kesehatan mental dan adaptasi lingkungan. Bukan hanya menyebarkan informasi, video yang dirancang dengan pendekatan yang tepat mampu memicu refleksi diri dan membangun rasa koneksi yang sangat dibutuhkan oleh Gen Z saat proses adaptasi (Putra & Setiawan, 2024).

Untuk itu, penelitian ini menghadirkan konsep Creative Survival Guide sebagai panduan utama dalam perancangan videonya. Tidak seperti panduan kerja yang bersifat instruktif, Creative Survival Guide dirancang sebagai media yang menggabungkan representasi pengalaman nyata, testimoni autentik dari pekerja industri kreatif Medan yang telah melewati fase adaptasi, serta panduan praktis yang dapat langsung diterapkan. Pendekatan yang empatik dan tidak menggurui, melainkan menemani mereka. Praktik ini sejalan dengan Arnold dan O'Brien (2025) bahwa Gen Z lebih merespons konten yang terasa personal, jujur, dan terangkat dari pengalaman nyata, ketimbang yang bersifat formal dan searah.

Berdasarkan seluruh uraian di atas, penelitian ini memiliki urgensi yang nyata. Perancangan video edukasi Creative Survival Guide untuk mengatasi culture shock pekerja Gen Z di industri agensi kreatif Medan bukan sekadar upaya kreatif, tetapi sebuah respons yang mengangkat kebutuhan yang belum terjawab. Penelitian ini ingin mengisi celah dengan mengangkat pengalaman yang selama ini tersembunyi di balik layar industri kreatif lokal, dan mengubahnya menjadi media yang berguna bagi yang membutuhkannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana bentuk culture shock yang dialami oleh pekerja Generasi Z ketika memasuki lingkungan kerja di agensi kreatif di kota Medan, serta bagaimana dampaknya terhadap kondisi psikologis mereka?

2. Bagaimana proses perancangan video creative survival guide yang mampu efektif untuk membahas pengalaman culture shock pekerja Generasi Z di industri agensi Medan?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tetap terarah dan tidak melebar, maka ditetapkan beberapa batasan sebagai berikut:

1. Subjek penelitian difokuskan pada pekerja Gen Z dengan tahun lahir 1997–2012 yang memiliki pengalaman kerja antara 0–3 tahun di agensi kreatif di kota Medan.
2. Pembahasan culture shock dibatasi pada proses transisi dari dunia akademik ke dunia kerja, termasuk aspek ekspektasi, adaptasi terhadap lingkungan kerja, serta dampaknya terhadap kesehatan mental.
3. Media yang dirancang berupa video edukasi dengan konsep creative survival guide berdurasi sekitar 2–5 menit yang berisi narasi representatif, testimoni autentik, dan panduan menghadapinya.
4. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi serta memahami pengalaman culture shock yang dialami oleh pekerja Generasi Z di agensi kreatif di kota Medan, termasuk faktor penyebab dan dampaknya.
2. Merancang video edukasi Creative Survival Guide yang mampu membahas pengalaman tersebut secara visual, sehingga dapat dimengerti mudah oleh Gen Z.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian desain komunikasi visual, khususnya dalam pemanfaatan media video untuk mengangkat isu kesehatan mental di lingkungan kerja.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi pekerja Gen Z yang sedang atau akan memulai karier di industri kreatif, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis dan representasi pengalaman yang relevan sehingga mereka merasa lebih dipahami dan mampu bangun dari masalah yang mereka alami. Bagi industri kreatif, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih manusiawi dan memperhatikan proses adaptasi karyawan baru. Bagi para desainer dan konten kreator, proses perancangan ini dapat menjadi referensi metodologis dalam mengembangkan media edukasi dengan pengalaman nyata.

1.5.3 Manfaat Sosial

Secara lebih luas, penelitian ini diharapkan dapat mendorong terbukanya diskusi tentang kesehatan mental dan pengalaman adaptasi di tempat kerja, topik yang masih dianggap tabu untuk dibahas di lingkungan kerja. Dengan mengangkat pengalaman nyata pekerja muda di Medan, penelitian ini turut membantu dalam membangun empati antargenerasi serta mendorong terbentuknya ekosistem kerja yang lebih suportif.