

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri agensi kreatif di Kota Medan tidak diimbangi dengan sistem kerja yang terstruktur, sehingga menciptakan celah besar antara dunia akademik dan dunia kerja profesional yang harus dihadapi oleh pekerja Generasi Z. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah fenomena *culture shock* yang dialami pekerja Gen Z saat memasuki agensi kreatif Medan, meliputi kesenjangan ekspektasi terhadap lingkungan kerja yang fleksibel dengan realita beban kerja tidak menentu, tenggat waktu tidak realistis, kompensasi yang tidak sepadan, serta minimnya dukungan kesehatan mental dari institusi. Hal ini berdampak pada tidak hanya bersifat psikologis, tetapi juga merambah ke gangguan kesehatan fisik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap tiga informan pekerja kreatif berpengalaman 1–3 tahun, kemudian dianalisis melalui metode analisis naratif untuk menggali bagaimana masing-masing individu memaknai proses adaptasinya. Berdasarkan temuan tersebut, dihasilkan sebuah video edukasi berdurasi ±13 menit dengan format dokumenter sinematik tiga segmen naratif, yang tidak dihadirkan sebagai panduan instruktif melainkan sebagai representasi pengalaman autentik untuk membantu audiens Gen Z merasa dipahami, siap secara psikologis, dan mampu menetapkan batasan profesional yang sehat sebelum memasuki dunia agensi kreatif.

Kata kunci: agensi kreatif, burnout, *culture shock*, Generasi Z, kesehatan mental, Medan, video edukasi.

ABSTRACT

The rapid growth of the creative agency industry in Medan has not been matched by structured working systems, creating a significant gap between academic life and the professional world that Generation Z workers are forced to navigate upon entry. This study addresses the phenomenon of culture shock experienced by Gen Z workers entering creative agencies in Medan, encompassing the clash between expectations of flexible and appreciative workplaces and the reality of unpredictable workloads, unrealistic deadlines, inadequate compensation, and insufficient institutional mental health support, which consequences that extend beyond psychological distress to tangible physical health disruptions. A qualitative descriptive-analytical approach was employed, with data collected through semi-structured in-depth interviews with three creative workers possessing 1–3 years of experience, and subsequently analyzed using narrative analysis to understand how each individual constructs meaning from their adaptation process. Based on these findings, an approximately 13-minute educational video was produced in a cinematic documentary format across three narrative segments, presented not as an instructional guide but as an authentic representation of lived experience designed to help Gen Z audiences feel understood, psychologically prepared, and capable of establishing healthy professional boundaries before entering the creative agency world.

Keywords: *burnout, creative agency, culture shock, educational video, Generation Z, Medan, mental health.*