

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z adalah orang-orang yang lahir di generasi internet, generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet. Pada umumnya generasi Z lahir pada tahun 1995 sampai 2012 (Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja, 2018). *MTV* mendefinisikan generasi itu sebagai orang-orang yang lahir selepas Desember 2000 (Time.com, 2015). Generasi Z sedang berada pada jenjang pendidikan mulai dari SD sampai perguruan tinggi dan beberapa sudah masuk pada dunia kerja.

Teknologi internet yang berkembang pesat memiliki dampak yang besar pada generasi Z. Saat ini anak muda lebih suka menonton *Netflix* daripada televisi, memesan makanan melalui aplikasi, belajar dengan guru online, dan lainnya. Salah satu teknologi internet yang digemari yaitu adalah hiburan. Game dan media sosial seperti *Instagram*, *YouTube*, *Twitter*, *Facebook* merupakan sarana hiburan generasi Z.

Dari data yang telah diperoleh *tirto.id* melalui metode pengumpulan data kuisioner, penggunaan internet khususnya media sosial, sebesar 34,1% generasi Z mengakses media sosial per hari selama 3-5 jam, dan aplikasi yang paling sering dikunjungi adalah *instagram*. Aplikasi lain yang sering dikunjungi yaitu *Line* sebanyak 45,4%, *Google Tools* sebanyak 42,1%, dan *YouTube* sebanyak 39,4% (Tirto.id, 2018). Dengan penggunaan media sosial yang sering, memunculkan cita-cita yang tergolong baru pada generasi Z, yaitu menjadi Gamer 14,3% dan *Youtuber* 2,9%. Adanya keinginan menjadi Gamer dan *Youtuber* menandakan begitu dekatnya generasi Z dengan teknologi internet, khususnya media sosial (Tirto.id, 2018).

Jenjang perguruan tinggi (mahasiswa) merupakan jenjang dimana generasi Z sudah memiliki tanggung jawab yang lebih besar dan berorientasi ke masa depan. Seiring dengan perkembangan teknologi internet, mahasiswa mampu secara dewasa menggunakan teknologi tersebut dengan baik, karena secara tidak langsung mahasiswa merupakan kalangan akademis yang siap dengan kemajuan teknologi, sehingga

pemanfaatan hobi bersosial media menjadi suatu pekerjaan merupakan bekal baru mahasiswa untuk masa depan generasi Z dalam memanfaatkan teknologi secara cerdas.

Mahasiswa memiliki karakter, dan perilaku yang bermacam-macam, ada mahasiswa yang manja, mahasiswa yang pintar bikin lagu, mahasiswa yang sibuk kerja, mahasiswa kura-kura (kuliah rapat-kuliah rapat), mahasiswa kost yang sering tidak punya uang dan yang lainnya (penelitian pribadi, 2020). Masing-masing perilaku mahasiswa tersebut jika dapat dikemas secara menarik di media sosial, bisa menjadi hiburan untuk mahasiswa lainnya serta menjadi *agen of change*, untuk mahasiswa lain agar memanfaatkan media sosial secara cerdas.

Pemanfaatan hobi bersosial media agar menjadi suatu pekerjaan dirasa perlu untuk memanfaatkan media sosial secara cerdas. Pemanfaatan hobi bersosial media ditujukan untuk mengenalkan berbagai macam penyedia layanan teknologi internet yang bisa dimanfaatkan untuk menjadi pekerjaan, seperti menjadi *YouTuber*, *Gamer*, *Influencer*. Hal ini di dasari dari seringnya mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Pengenalan pekerjaan ini ditujukan agar mahasiswa siap memanfaatkan teknologi internet secara tepat dan cerdas, serta diharapkan mahasiswa bisa menjadi *agen of change* untuk mahasiswa lain serta masyarakat agar mampu menguasai perkembangan teknologi internet yang berkembang pesat.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat ditarik beberapa masalah yang timbul yaitu :

- a. Generasi Z kecanduan menggunakan media sosial
- b. Munculnya cita-cita yang tergolong baru pada Generasi Z yaitu menjadi *Gamer* dan *YouTuber*
- c. Mahasiswa ingin memanfaatkan sosial media menjadi pekerjaan namun belum tahu caranya

1.3 Batasan Permasalahan

1.3.1 Lingkup Pembahasan

Pembahasan dalam perancangan ini, penulis membatasi permasalahan

yang akan dikaji, yaitu hanya pada upaya memberi pengenalan serta memberikan pengalaman interaktif mengenai bagaimana cara memanfaatkan sosial media untuk menjadi pekerjaan.

1.3.2 Lingkup Demografi

Dari lingkup pembahasan tersebut, penulis melakukan pendekatan untuk mendapatkan data ke target mahasiswa di Kota Semarang.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, perancang mengidentifikasi masalah yang akan digunakan dalam bahan penelitian selanjutnya, yaitu :

Bagaimana merancang eksibisi untuk memamerkan pengalaman beraktivitas mengenai pemanfaatan sosial media untuk menjadi pekerjaan kepada mahasiswa di Semarang melalui desain komunikasi visual?

1.5 Tujuan Dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

Tujuan adanya penelitian dan perancangan eksibisi ini adalah memberi pengalaman beraktivitas mengenai pemanfaatan sosial media untuk menjadi pekerjaan, semisal merasakan menjadi *vlogger*, *YouTuber tutorial*, dll. Dengan pesatnya perkembangan teknologi terutama dalam perkembangan internet dan media sosial serta seringnya mahasiswa dalam menggunakan internet dan media sosial, perancangan eksibisi ini diharapkan mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk mencari hiburan namun juga mampu dimanfaatkan untuk mencari penghasilan.

1.5.2 Manfaat

a. Masyarakat

Masyarakat khususnya mahasiswa dapat mengetahui mengenai perkembangan teknologi internet yang kini mampu menciptakan sebuah pekerjaan khususnya di media sosial, serta masyarakat khususnya mahasiswa mendapatkan manfaat dalam menggunakan sosial media untuk mencari penghasilan.

b. Institusi

Institusi bisa memahami potensi yang bisa didapat dalam pemanfaatan hobi bersosial media untuk pekerjaan ini, dan merespons serta memfasilitasi hobi serta profesi baru di masa depan dengan melakukan beberapa penyesuaian materi dan pendekatan selama pembelajaran.

c. Diri Sendiri

Diri sendiri mendapatkan pengetahuan tentang perancangan eksibisi yang tepat mengenai pemanfaatan hobi bersosial media untuk menjadi pekerjaan, yang selama ini kurang dipahami mahasiswa untuk cara memulainya.

1.6 Metodologi Perancangan

1.6.1 *User Research*

User Research dalam perancangan eksibisi ini mengarah pada target mahasiswa aktif di Kota Semarang, dengan rentan usia 19-22 tahun dari semester awal hingga semester akhir.

1.6.1.1 *Behaviour*

- Memiliki hobi yang beragam
- Aktif membuat konten sosial media
- Memiliki waktu luang yang banyak
- *Eksis* dalam lingkungan pertemanan

1.6.1.2 *Need*

- Eksibisi yang berhubungan dengan pemanfaatan sosial media yang berdampak baik untuk mahasiswa
- Penggunaan sosial media yang lebih bermanfaat seiring dengan banyaknya layanan fasilitas sosial media yang bermunculan seperti *YouTube*, dsb.

1.6.1.3 *Problems*

- Sosial media hanya digunakan untuk mencari hiburan saja

- Mencari perhatian di media sosial
- Bingung dalam memanfaatkan sosial media untuk mencari penghasilan

1.6.1.4 *Attitude*

- Sering update sosial media setiap ada momen menarik
- Aktif dalam mengembangkan hobi
- Menganggap konten sosial yang dibuat dapat berguna bagi orang lain

1.6.2 *Insight*

Insight yang didapatkan berdasarkan data dan tinjauan pustaka yang berkaitan, yaitu:

- a. Mahasiswa paham dan terbiasa dengan teknologi internet
- b. Mahasiswa memiliki karakter yang beragam
- c. *Platform* media online yang banyak bermunculan yang bisa dimanfaatkan untuk menjadi pekerjaan
- d. Mahasiswa menggunakan media sosial untuk berbagi cerita dan bakat yang dimilikinya

1.6.3 *Background Research*

Generasi Z terutama mahasiswa merupakan "Anak Jaman Now!", karena mahasiswa lahir saat teknologi terutama internet sudah berkembang, sehingga mahasiswa memiliki aktivitas dan kebiasaan yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mahasiswa lebih mahir dan bertanggung jawab dalam memanfaatkan teknologi internet.

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet, banyak *platform* penyedia layanan yang hadir memfasilitasi, contohnya seperti *YouTube*, *Instagram*, *Webtoon*, *Spotify* dan lainnya.

Mahasiswa merupakan generasi yang tidak bisa lepas dengan teknologi. Dengan adanya *platform* penyedia layanan yang muncul satu

persatu beriringan dengan perkembangan teknologi, mahasiswa dapat memanfaatkan peluang ini untuk membuat hobi mereka menjadi pekerjaan.

Dalam perancangan ini digunakan pula metode-metode pengumpulan data agar dapat memperkuat studi kasus dan target dalam perancangan ini. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey kuisisioner, observasi *offline*, dokumentasi, studi pustaka.

Survey kuisisioner digunakan untuk mendapatkan data pendukung dengan 5 responden dari mahasiswa Unika Soegijapranata dengan usia 21-22 tahun dari Fakultas Arsitektur dan Desain, Fakultas Teknik, Fakultas Teknologi Pertanian.

Fakultas Hukum, dan Fakultas Bahasa dan Sastra. Sehingga di dapat data yang dapat membantu terlaksananya perancangan ekshibisi ini.

Observasi *Online* dan *Offline* digunakan untuk mendapatkan data pendukung lainnya. Observasi *online* dilakukan dengan mengamati kegiatan sosial media target, seperti update konten instagram. Update sosial media contohnya seperti update informasi atau foto pengalaman di *Instagram*. Pada observasi online ini dilakukan dokumentasi sehingga observasi ini dapat terlaksananya perancangan eksibisi ini dengan adanya bukti-bukti kegiatan. Observasi *offline* dilakukan untuk mendapatkan data tambahan dengan memfoto aktivitas mahasiswa hal ini bertujuan untuk menambah informasi tentang data pribadi mahasiswa di lingkungan.

Forum Group Discussion digunakan untuk mendapatkan data utama. FGD ini dilakukan dengan 6 peserta diskusi dari FAD Unika Soegijapranata. Diadakannya FGD ini untuk mendapatkan data mengenai penggunaan sosial media, minat mahasiswa, *platform* yang semakin memfasilitasi, serta apa kelebihan serta kekurangan jika diadakannya mengangkat tema ini pada mahasiswa.

Studi Pustaka digunakan untuk mendapatkan data pendukung lainnya dengan cara mengumpulkan data dari jurnal, buku, artikel, internet yang

mempunyai dasar yang kuat dan valid terpercaya, yang memiliki pembahasan yang sesuai dengan perancangan sehingga memberikan dasar proses menganalisa data yang didapat.

1.6.4 *Initial Concept*

Setelah didapatkan riset awal yang sudah dianalisa, perancang menemukan masalah utama yaitu mahasiswa sangat memahami media sosial serta menggunakan media sosial untuk berbagai hal, namun mahasiswa belum paham untuk memanfaatkan hal itu untuk menjadi peluang pekerjaan. Keinginan mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial terhambat karena kurangnya informasi serta media sosial hanya dianggap sebagai sarana mencari hiburan saja.

Perancang menggunakan pendekatan eksibisi untuk menyelesaikan permasalahan ini, karena dirasa tepat dalam menyampaikan pesan akan potensi media sosial yang besar di saat ini. Eksibisi ini memiliki tema utama yaitu pemanfaatan hobi bersosial media serta game yang didasarkan pada perkembangan teknologi internet. Pemanfaatan ini dimaksudkan agar mahasiswa dapat mengetahui pekerjaan apa saja yang bisa diraih jika tekun dalam memanfaatkan media sosial dan game. Hal ini juga mendukung kemungkinan adanya profesi baru dimasa datang yang didasari pada media sosial dan game.

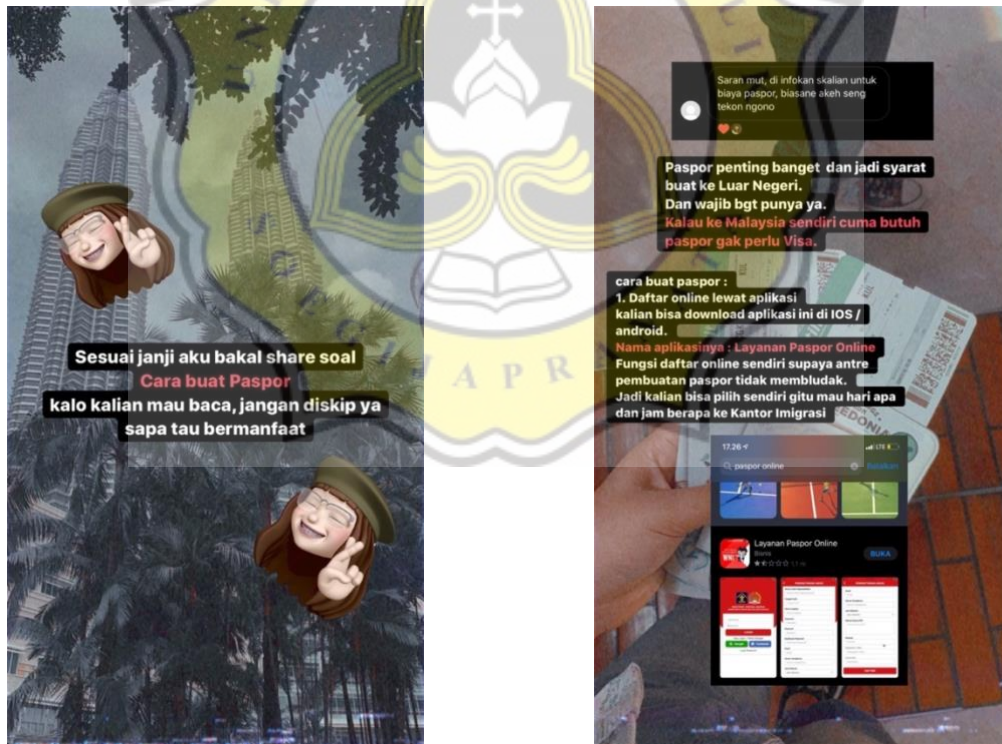
Dalam eksibisi tersebut berisi pekerjaan apa saja yang bisa diraih jika memanfaatkan media sosial dan game. Pekerjaan yang di eksibisi-kan merupakan pekerjaan yang memanfaatkan sebuah *platform* penyedia layanan seperti contohnya *Youtube, Instagram, Gojek, Ciayo* dan lainnya sehingga dari *platform-platform* tersebut dapat dimanfaatkan untuk menjadi pekerjaan seperti *Youtuber, Influencer, Pembisnis, Gamers E-Sport* dan lainnya.

Dalam pengenalan pekerjaan tersebut dikemas dalam media interaktif yang mengajak mahasiswa beraktivitas layaknya *Youtuber*, memberikan dasar-dasar membentuk *Influencer*, dll. Sehingga mahasiswa

yang tertarik dengan peluang kerja tersebut bisa memulai untuk melakukannya. Pengenalan pekerjaan ini diharapkan memberikan pandangan lain kepada mahasiswa terhadap perkembangan teknologi yang pesat, serta dapat memanfaatkan perkembangan itu secara cerdas.

Media yang digunakan oleh perancang dalam pelaksanaan eksibisi ini adalah media-media yang ringkas namun konten langsung tersampaikan. Multimedia merupakan media yang cocok untuk target mahasiswa. Dengan beragam media, mahasiswa lebih tertarik untuk mengetahui isi konten dalam eksibisi yang akan dibuat. Penggabungan gambar, teks dan video *motiongraphic* yang ringkas namun tersampaikan dengan jelas. Dengan pendekatan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami potensi media sosial saat ini dan memanfaatkan potensi itu dengan sebaik-baiknya.

1.7 Dokumentasi Target



Gambar 1.1 Dokumentasi Online Konten Media Sosial
(Sumber: *instagram*: mutiarawwr)



Gambar 1.2 Dokumentasi *Offline* Mahasiswa Eksis
(Sumber: dokumen pribadi, 2020)



1.8 Skema Perancangan

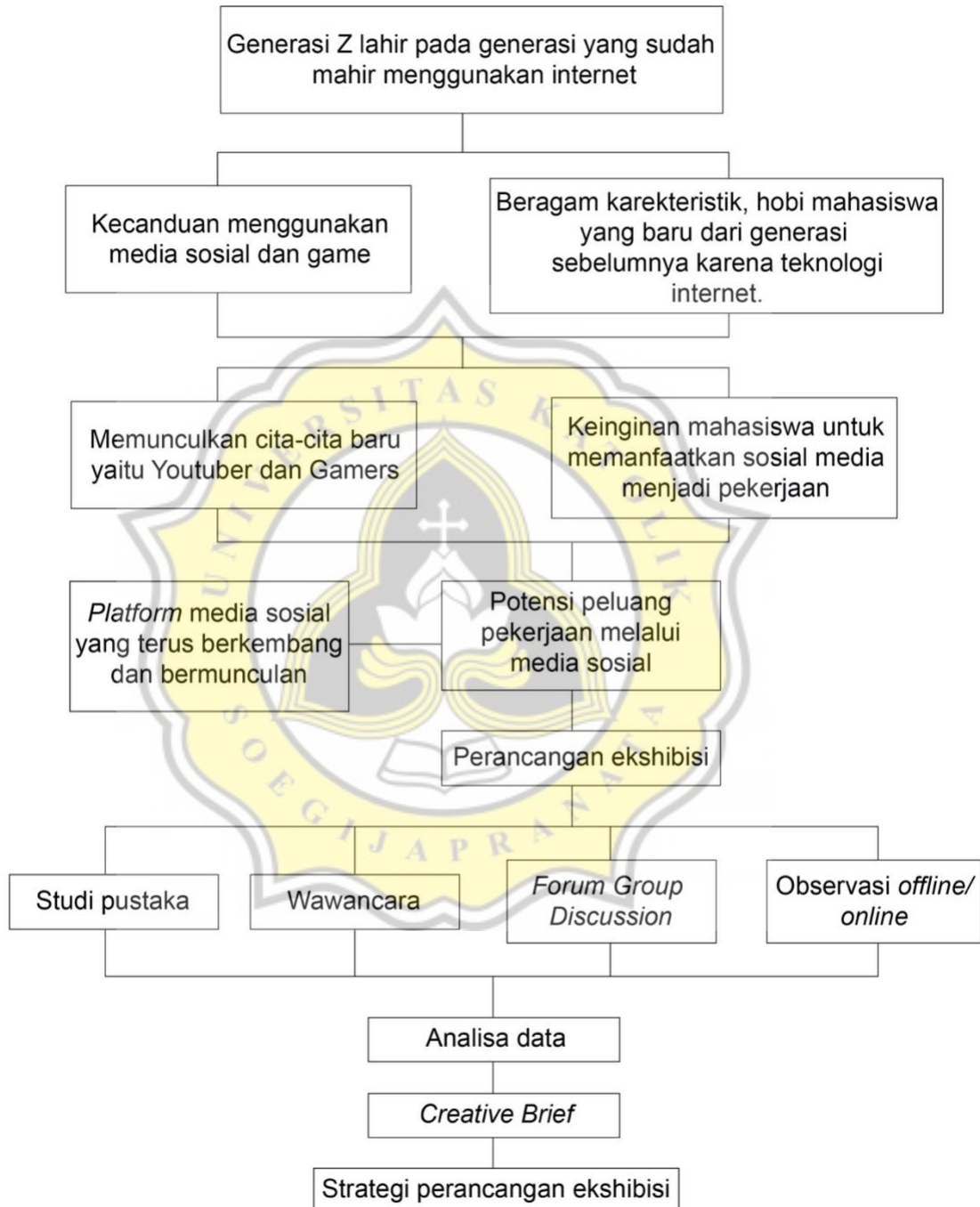


Diagram 1.1 Skema Perancangan

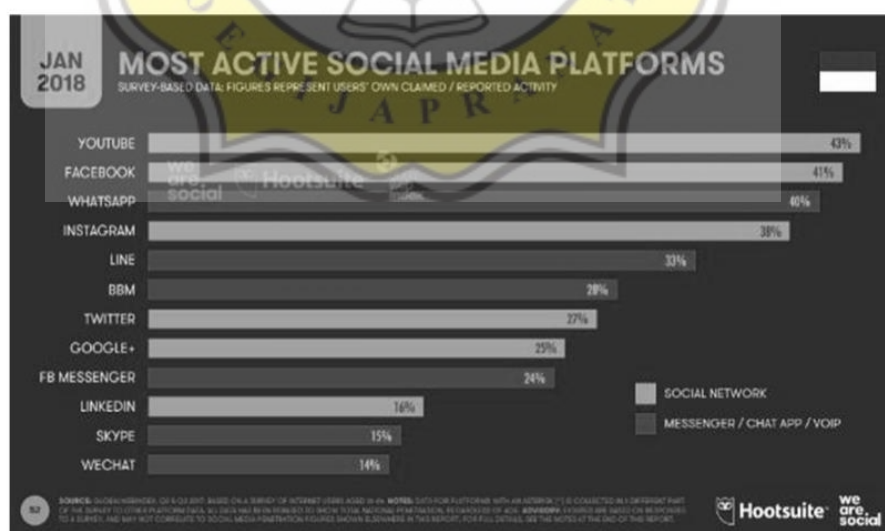
1.9 Tinjauan Pustaka

1.9.1 bertagar.id (2017, 13 Agustus) Pengaruh Media Sosial Terhadap Peluang Mendapatkan Pekerjaan. Diakses pada 1 Maret 2020, dari <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/pengaruh-media-sosial-terhadap-peluang-mendapat-pekerjaan>

Media sosial memiliki hal positif dan negatif. Jika mampu memanfaatkannya secara benar, merupakan hal yang positif, sebaliknya jika memanfaatkannya secara salah, merupakan hal negatif. Media sosial mampu membuka banyak peluang serta kesempatan untuk mendapatkan hal-hal yang sebelumnya belum dilakukan.

Misalnya mendapatkan penghasilan tambahan dengan berbisnis di rumah, memperoleh peluang kerja yang lebih baik, memperluas jaringan, atau pun mendapatkan berbagai informasi yang dapat mendukung pengembangan karier ke depannya.

1.9.2 Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 23 No 1, Hal 33 (Rangga Saptya Mohamad Permana dan Jimi Narotama Mahameruaji, Juni 2019)



Gambar 1.3 Platform media sosial yang paling aktif 2018
(Sumber: Indonesia Digital Landscape, 2018)

Seperti yang terlihat dari Gambar 1.3, berdasarkan riset yang dilakukan oleh *GlobalWebIndex* pada Januari 2018, *platform* media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia adalah *YouTube*, sebesar 43%. Dengan memiliki banyak subscriber dalam kanal *YouTube*. NET memiliki konten-konten program yang menarik serta disukai oleh masyarakat yang diunggah dalam kanalnya. Selanjutnya, dengan memiliki banyak *subscriber* di kanal *YouTube* NET., kemungkinan akses khalayak menuju *Zulu.id* pun makin tinggi. Semakin banyak akses pada kanal *YouTube* NET. dan *Zulu.id* sehingga konten acara NET. bisa ditonton lebih banyak oleh masyarakat. NET. pun akan memiliki publisitas tinggi sehingga mudah untuk menarik calon sponsor atau mempertahankan kerja sama dengan sponsor yang sudah ada. Dengan strategi konten acara NET. yang diunggah ke *Youtube* dan *Zulu.id* dapat meningkatkan sektor finansial dan eksistensi NET.

