

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Quarter Life Crisis merupakan krisis emosional yang dialami oleh manusia di usia 20-30 tahun. Krisis ini ditandai dengan adanya perasaan terisolasi, meragukan diri sendiri, merasa tidak pantas, dan takut akan kegagalan.¹ Krisis pada usia ini muncul karena pengaruh media sosial dan tuntutan sosial, sehingga muncul sikap membandingkan diri yang membuat seseorang menjadi tertekan.²

Pada tahun 2017, LinkedIn pernah mengadakan survei yang melibatkan responden dewasa muda dengan rentang usia 25-33 tahun. Data yang terkumpul menunjukkan bahwa sebesar 75% responden mengalami *Quarter Life Crisis*.³ Azri Agustin selaku Psikolog Klinis Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, mengatakan bahwa ketika krisis yang terjadi tidak segera ditangani, terdapat bahaya gangguan kesehatan mental yang lebih berat yang dapat terjadi, seperti depresi dan kecemasan (*anxiety*).⁴

Riset yang telah dilakukan oleh tim dari Divisi Psikiatri Anak dan Remaja, Fakultas Kesehatan Universitas Indonesia, melibatkan responden dengan usia 16-24 tahun di Indonesia. Hasil riset menunjukkan sebanyak 95,4% responden pernah mengalami gejala kecemasan (*anxiety*), dan sebanyak 88% responden pernah mengalami gejala depresi. Sebanyak 96,4% dari keseluruhan responden kurang mengerti bagaimana cara mengatasi *stress* yang dialami. Usia ini merupakan masa kritis di mana seseorang rentan mengalami masalah kesehatan mental, sehingga dibutuhkan usaha untuk meningkatkan resiliensi.⁵ Menurut riset yang dipaparkan oleh Bagus Takwin selaku Ketua Laboratorium *Cognition, Affect, & Well-Being* Fakultas Psikologi UI, menyebutkan bahwa tingkat resiliensi orang Indonesia tergolong rendah. Hal ini berdampak pada timbulnya sikap pesimis terhadap masa depan dan cenderung tidak tahan terhadap tekanan.⁶

¹ Dikutip dari pembahasan di YouTube berjudul “*Bagaimana Menghadapi Quarter-Life Crisis? (Apakah Berbahaya?)*” yang diunggah oleh Satu Persen – Indonesian Life School pada 15 November 2019. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=pjNEpUA14M8> pada 17 Maret 2022.

² Dikutip dari artikel berjudul “*Fenomena Quarter Life Crisis*” dalam situs Rumah Sakit Jiwa Menur pada 17 Mei 2021. Diakses dari <http://rsjmenur.jatimprov.go.id/post/2021-05-17/fenomena-quarter-life-crisis> pada 17 Maret 2022.

³ Dikutip dari artikel berjudul “*New LinkedIn research shows 75 percent of 25-33 year olds have experienced quarter-life crises*” dalam situs LinkedIn pada 15 November 2017. Diakses dari <https://news.linkedin.com/2017/11/new-linkedin-research-shows-75-percent-of-25-33-year-olds-have-e> pada 17 Maret 2022.

Pengurus Bidang Strategi Komunikasi Ikatan Psikolog Klinis Indonesia wilayah DKI Jakarta, Masfuukhatur Rokhmah, menyebutkan banyak remaja yang menerima informasi dari internet melakukan *self-diagnose* tanpa konsultasi ahli.⁷ Juzi Delianna selaku Subkoordinator Substansi Masalah Kesehatan Jiwa Anak dan Remaja Kemenkes RI mengatakan bahwa masyarakat membutuhkan media edukasi untuk meningkatkan pengetahuan dan pencegahan masalah kesehatan mental.⁸



Gambar 1. Poster Webinar “101 Ways to Face Quarter Life Crisis”
Sumber: Diakses dari Instagram @care_2k22 pada 23 Maret 2022



Gambar 2. Cover Buku “Survive Menghadapi Quarter Life Crisis”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

Saat ini, akses untuk mengetahui hal-hal seputar *Quarter Life Crisis* secara mendalam hanya dapat diperoleh dari webinar, YouTube, atau kelas *online* dengan narasumber psikolog klinis (lihat Gambar 1). Selain media tersebut, *Quarter Life Crisis* sudah pernah dikemas dalam buku yang berisi pembahasan secara teoritis, tapi memiliki tampilan visual yang kurang menarik (lihat Gambar 2).

⁴ Dikutip dari acara diskusi berjudul “*Quarter Life Crisis: Leading to Anxiety or Depression*” pada 13 Juni 2021. Diakses dari <https://ugm.ac.id/id/berita/21247-kiat-menghadapi-quarter-life-crisis> pada 17 Maret 2022.

Di Instagram juga sudah terdapat beberapa akun yang khusus dibuat untuk topik ini, tapi beberapa tampilan dari *feeds* yang disajikan kurang tertata dan kurang menarik. Sebagian besar *intermezzo* tentang *Quarter Life Crisis* hanya disajikan sedikit pada platform psikologi yang ada di Instagram. Bahasan yang ada di platform psikologi biasanya lebih condong pada pengetahuan secara umum dan mencakup topik yang beragam, dan juga lebih berfungsi sebagai media promosi webinar atau sesi konseling yang diadakan oleh platform tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan komunikasi visual yang tepat, menarik, dan informatif, yang berfungsi memberikan pengetahuan secara mendalam, solusi, sekaligus hiburan bagi remaja untuk mempersiapkan atau menghadapi fase *Quarter Life Crisis*.



⁵ Dikutip dari artikel berjudul “Riset: usia 16-24 tahun adalah periode kritis untuk kesehatan mental remaja dan anak muda Indonesia” dalam The Conversation, 28 Oktober 2021. Diakses dari <https://theconversation.com/riset-usia-16-24-tahun-adalah-periode-kritis-untuk-kesehatan-mental-remaja-dan-anak-muda-indonesia-169658> pada 17 Maret 2022.

⁶ Dikutip dari webinar berjudul “Resiliensi di Masa Pandemi: Studi tentang Resiliensi dan Dampaknya Terhadap Kesehatan Mental pada Orang Indonesia” pada 10 Juli 2021. Diakses dari <https://psikologi.ui.ac.id/2021/07/12/riset-f-psi-ui-resiliensi-orang-indonesia-cenderung-rendah/> pada 17 Maret 2022.

⁷ Dikutip dari artikel berjudul “Memprihatinkan, banyak remaja "self-diagnose" kesehatan mental” dalam situs berita ANTARA pada 9 Oktober 2021. Diakses dari <https://jateng.antaranews.com/berita/408093/memprihatinkan-banyak-remaja-self-diagnose-kesehatan-mental> pada 17 Maret 2022.

⁸ *Ibid.*

1.2. Identifikasi Masalah

Uraian pada latar belakang yang telah dijabarkan dapat menunjukkan poin-poin penting mengenai permasalahan dari topik yang diangkat. Berikut merupakan identifikasi permasalahan yang dapat diambil untuk pembuatan perancangan ini

- Usia remaja merupakan masa krisis di mana seseorang rentan mengalami gangguan kesehatan mental
- Salah satu krisis yang dapat dialami di usia remaja adalah *quarter life crisis* yang dipengaruhi oleh adanya media sosial dan tuntutan sosial
- Sebagian besar remaja tidak mengerti bagaimana cara mengatasi *stress* yang diakibatkan oleh *stressor*
- Banyak remaja yang melakukan *self-diagnose* mengenai gangguan kesehatan mental hanya berdasarkan informasi yang beredar di internet
- Diperlukan adanya perancangan komunikasi visual yang dapat mengedukasi remaja tentang *quarter life crisis*

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang diterapkan dalam perancangan ini bertujuan untuk menghindari adanya konten yang keluar dari topik bahasan. Selain itu, pembatasan dilakukan agar perancangan tetap sejalan dengan tujuan yang sudah ditentukan. Berikut merupakan batasan perancangan yang digunakan

a. Konten Perancangan

Konten yang dibuat dalam perancangan memiliki batasan mengenai topik yang akan diangkat. Batasan tersebut, antara lain

- Lingkup perancangan berfokus pada edukasi kesehatan mental seputar *Quarter Life Crisis*.
- Solusi yang diberikan mengenai penanganan *Quarter Life Crisis* merupakan solusi yang memungkinkan untuk dilakukan secara pribadi. Jika target audiens merasa butuh bantuan lebih lanjut mengenai permasalahan emosinya, maka akan dianjurkan untuk melakukan konsultasi dengan psikolog.

b. Target Audiens

Terdapat batasan mengenai target audiens yang dituju dalam perancangan ini agar lebih mudah mengidentifikasi penggunaan komunikasi visual yang akan dirancang. Target audiens dari perancangan ini merupakan remaja Indonesia yang berusia 18-22 tahun dengan jenjang pendidikan SMA / Perguruan Tinggi.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan topik mengenai permasalahan yang diangkat dalam perancangan ini, rumusan masalah yang dapat ditarik adalah

- Bagaimana perancangan komunikasi visual yang tepat, menarik, dan informatif bagi remaja untuk memberikan edukasi mengenai kesehatan mental yang berfokus *Quarter Life Crisis*?

1.5. Tujuan Perancangan

Perancangan ini dilakukan dengan mengedepankan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang menjadi latar belakang. Berikut merupakan tujuan dari adanya perancangan ini

- a. Bagi Penulis
 - Memenuhi persyaratan kelulusan program studi Desain Komunikasi Visual
 - Menambah wawasan dan pengalaman mengenai keterkaitan desain komunikasi visual dan kesehatan mental
- b. Bagi Masyarakat
 - Memberikan edukasi mengenai *Quarter Life Crisis* pada remaja melalui komunikasi visual
 - Membantu remaja dalam mempersiapkan dan menghadapi *Quarter Life Crisis*
- c. Bagi Bidang Akademis
 - Meneliti dan merancang komunikasi visual yang bersinggungan dengan topik kesehatan mental

1.6. Manfaat Perancangan

Perancangan ini dilakukan dengan memikirkan manfaat yang akan didapatkan oleh beberapa pihak. Berikut merupakan manfaat dibuatnya perancangan ini

- a. Bagi Penulis
 - Untuk menyelesaikan Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan pada bidang studi Desain Komunikasi Visual
 - Untuk menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam membuat desain komunikasi visual tentang kesehatan mental

- b. Bagi Masyarakat
 - Untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai *Quarter Life Crisis* dan cara mengatasinya melalui desain komunikasi visual
 - Untuk menghindari dilakukannya *self-diagnose* tentang permasalahan mental pada remaja
- c. Bagi Bidang Akademis
 - Untuk menjadi rujukan bagi pengembangan penelitian selanjutnya

1.7. Metode Perancangan

Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode *design thinking*. Ambrose dan Harris (2010:10-27) menyebutkan bahwa desain merupakan sebuah proses yang mengubah instruksi atau permintaan menjadi sebuah solusi. Proses desain mencakup 7 tahapan yang membutuhkan *design thinking* di setiap tahapnya. Tahapan *design thinking* antara lain

a. *Define*

Tahap pertama adalah mencari tahu permasalahan yang ada dan menyusunnya ke dalam sebuah *brief*. Pertanyaan seputar *who, what, when, where, why, dan how* dapat digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan solusi dari masalah yang muncul. Pada perancangan ini, permasalahan yang muncul adalah adanya peristiwa *quarter life crisis* dan pentingnya edukasi mengenai kesehatan mental agar tidak terjadi *self-diagnosis*.

b. *Research*

Tahap kedua adalah melakukan riset untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan ide. Metode riset yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif, dengan cara melakukan studi literatur, pengumpulan dokumen, dan wawancara ahli. Penjelasan lebih lengkap akan dijabarkan di BAB III.

c. *Ideate*

Tahap ketiga adalah membuat alternatif ide sebagai sebuah solusi dari permasalahan. Pembuatan ide dapat dilakukan dengan metode *brainstorming* dan pembuatan sketsa. Pemikiran mengenai ide perancangan terdapat di BAB III.

d. *Prototype*

Tahap keempat adalah penyelesaian solusi dengan mengaplikasikan ide ke dalam bentuk fisik untuk menguji aspek visual yang dipresentasikan sebagaimana nantinya akan diproduksi. Hasil *prototyping* akan dimunculkan di BAB IV.

e. *Select*

Tahap kelima adalah pemilihan solusi desain yang akan dikembangkan lebih lanjut. Pemilihan ini didasarkan pada kriteria apakah desain tersebut sesuai dengan kebutuhan dan tujuan di *brief*, dan dapat dengan efektif menyampaikan komunikasi dengan target audiens. Pemilihan desain akan dilakukan di BAB IV.

f. *Implement*

Tahap keenam adalah mengimplementasikan solusi desain yang sudah dibuat untuk menjadi sebuah produk final. Dalam tahap ini dibutuhkan manajemen proyek untuk memastikan hasil yang keluar sesuai dengan ekspektasi, dengan mempertimbangkan anggaran dan waktu pembuatan. Pengaplikasian desain pada media akan ditampilkan di BAB IV.

g. *Learn*

Tahap ketujuh adalah mempelajari apa saja yang sudah terjadi selama tahapan proses desain berlangsung dan menerima *feedback*. Kemampuan untuk belajar dari setiap tahapan desain dapat meningkatkan pengembangan *design thinking*, sehingga dapat memengaruhi keberhasilan desain. Tahap ini akan dijelaskan di BAB V.