

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bekerja merupakan sebuah usaha yang dilakukan manusia untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan hidup sehari-hari (Arifudin, 2020). Manusia akan memperoleh keuntungan atau imbalan penghasilan sebagai balasan dari jasa yang telah dilakukan. Manusia juga dapat mengembangkan potensi diri melalui bekerja. Oleh karena itu, tak jarang manusia ingin selalu terus produktif, baik karena tuntutan pekerjaan itu sendiri ataupun tuntutan dari lingkungan sekelilingnya.

Sebagaimana dijelaskan oleh dr. Erikavitri Yulianti, Sp. KJ (2021), keinginan seseorang untuk selalu bekerja secara terus menerus meskipun telah menyelesaikan tanggungannya dapat disebut dengan *toxic productivity*. Seseorang mampu terdorong untuk selalu produktif seakan-akan belum ada yang dicapai karena dianggap mampu memberikan rasa aman untuk menutupi berbagai ketakutan atau ketidakpastian yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Didukung oleh artikel dari Halodoc yang ditinjau oleh dr. Rizal Fadli (2021), seseorang dapat dikatakan mengalami *toxic productivity* ketika merasa tidak puas dengan apa yang dikerjakan dan butuh untuk bekerja lebih keras lagi meski sebenarnya tidak perlu dilakukan, karena yang menjadi fokus adalah hal-hal yang belum dilakukan ketimbang hal-hal yang telah dikerjakan atau dicapai.

Faktor lain yang menyebabkan munculnya *toxic productivity* adalah pandangan dalam kehidupan sehari-hari yang menilai tinggi produktivitas, seakan-akan seseorang dianggap semakin berguna jika memiliki banyak hal yang dikerjakan (CIMSAs, 2020). Pandangan itu dapat melahirkan kebiasaan untuk bekerja lebih keras atau berlebihan sampai mengabaikan kemampuan diri untuk mencapai kesuksesan. Kebiasaan tersebut juga muncul dari target yang tidak realistis sehingga muncul rasa tidak pernah puas dan rasa bersalah ketika beristirahat yang berujung kepada pola hidup tidak sehat (Kemnaker, 2021). Data dari survei yang dilakukan oleh The Finery Report pada tahun 2021, dengan responden yang berasal dari 27 industri, menunjukkan bahwa 60,8% responden merasa bersalah jika mereka tidak bekerja lebih lama dari semestinya.

Menurut penjelasan ilmuwan riset Andrew Smart yang dilansir dari laman BBC (2018), memperpanjang waktu fokus dan produktivitas secara sewenang-wenang dan berterusan menjadi sesuatu yang berbahaya karena hanya akan menimbulkan kerugian

bagi diri sendiri. Dalam Undang-Undang No. 13 tahun 2003 telah diatur batasan jam kerja yaitu 40 jam dalam seminggu, 7 jam dalam sehari untuk 6 hari kerja dan 8 jam sehari untuk 5 hari kerja. Studi WHO (2021) mengemukakan pula bahwa kerja berkepanjangan dapat menimbulkan bahaya kesehatan yang tidak dapat dianggap remeh. Tubuh menjadi tidak bugar karena sebagian besar waktu digunakan untuk bekerja. Pada umumnya diiringi dengan pola tidur yang berantakan, pola makan yang tidak sehat, serta mendorong terjadinya *stress* yang dapat mempengaruhi kerja jantung dan tekanan darah. *Stress* yang muncul dapat mempengaruhi kualitas hasil pekerjaan maupun kemampuan individu dalam menghadapi lingkungan sebab kelelahan fisik, mental, dan emosional yang dapat disebut dengan *burnout* (Putri dkk, 2020).

Berdasarkan Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia (2018:7), sebanyak 50,36% dari semua jumlah penduduk usia produktif di Indonesia merupakan generasi milenial. Simpulan hasil rekap dalam buku tersebut menjelaskan bahwa kelahiran antara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 tergolong ke dalam generasi milenial (Kemenppa, 2018:16). Generasi milenial yang tumbuh besar dengan kemajuan teknologi memiliki karakteristik kreatif, informatif, memiliki *passion*, dan produktif. Disamping itu, generasi ini juga memiliki peluang dan potensi tinggi untuk mengembangkan diri didukung oleh pola pemikiran yang terbuka, bebas, kritis, dan pemberani (Kemenppa, 2018:18). Dalam pembahasan Deloitte Indonesia Perspective (2019:33) mengenai generasi milenial, disebutkan bahwa generasi ini memiliki tendensi untuk bekerja lebih cepat dan ingin mendapatkan umpan balik secara cepat pula. Menurut hasil penelitian Gallup (2016) mengenai karakteristik generasi milenial dalam segi bekerja, generasi milenial selalu mencari kesempatan untuk mengembangkan diri, ingin mempelajari hal baru, mengembangkan kemampuan dan kelebihannya sehingga bekerja telah menjadi bagian dalam hidup mereka (Kemenppa, 2018:20). Maka dari itu, seperti yang dituturkan oleh Psikolog Graheta Rara Purwasono (2021), banyak para pekerja, terutama generasi milenial di berbagai perusahaan bekerja terus-terusan hingga melebihi waktu normal, baik itu dipicu oleh faktor internal maupun faktor eksternal seperti celoteh atau motivasi orang untuk bekerja lebih keras dalam meraih kesuksesan.

Diungkapkan oleh Psikolog Yudha Heka Satria, M.Psi (2022), media sosial menjadi salah satu hal yang mempengaruhi perspektif mengenai kesuksesan. Media sosial dapat digunakan untuk mengekspresikan diri, termasuk menunjukkan kesibukan atau kegiatan yang mampu memicu pengamatnya untuk menyeimbangi atau melebihi pencapaian tersebut. Melalui media sosial, banyak orang memandang bahwa dengan bekerja lebih

keras bisa lebih cepat mendatangkan kesuksesan. Persepsi yang keliru ini menjadi faktor lain yang menyebabkan generasi milenial terjebak dalam *toxic productivity*, di mana produktivitas yang dilakukan belum tentu efektif dan efisien, atau bahkan tidak sesuai dengan tujuan di masa depan.

Hadirnya media sosial merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang membentuk era *digital* seperti sekarang ini. Era *digital* ditandai dengan penggunaan media atau perangkat dengan kode *digital* yang dapat dimanfaatkan untuk menyimpan dan menyebarkan informasi serta mempermudah komunikasi hingga jarak jauh (Zis dkk, 2021). Informasi pada era *digital* dapat tersebar, didapatkan, dan diakses dengan mudah dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat. Tumbuh besar seiring dengan kemajuan teknologi, adanya kenaikan tingkat dalam menggunakan maupun keakraban dengan komunikasi, teknologi dan media *digital* dibanding generasi sebelumnya menjadi salah satu ciri utama generasi milenial (Kemenppa, 2018:18). Dalam kehidupan generasi milenial, teknologi dapat terlibat dalam seluruh aspek kehidupan, yang ditandai dengan penggunaan ponsel atau *smartphone* yang dianggap lebih efisien dan praktis serta dapat membantu meningkatkan produktivitas. Generasi milenial menjadi generasi yang cenderung memanfaatkan teknologi dibanding cara konvensional dalam kesehariannya, diakibatkan oleh kehidupan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan dan kemajuan teknologi (Febriani, 2020).

Perkembangan teknologi di era *digital* meningkatkan pemanfaatan dan penyebaran informasi melalui media *digital* seperti *website*, media sosial, aplikasi, dan lain-lain, yang dapat diakses oleh perangkat elektronik seperti *gadget*. Desain Komunikasi Visual memiliki keterlibatan untuk menyampaikan informasi yang dikomunikasikan dengan bahasa rupa kepada target sasaran sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai melalui berbagai media (Noor, 2019). Perancangan ini akan memanfaatkan teknologi *digital* untuk menghasilkan media yang dapat memberikan informasi dan menjadi pengingat akan bahayanya *toxic productivity* kepada target sasaran.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam perancangan ini yaitu sebagai berikut:

1. Produktivitas tanpa batas dengan mengesampingkan kebutuhan dasar menjadi sesuatu yang berbahaya dan merugikan diri sendiri.
2. Adanya ketidakseimbangan antara peran produktif atau bekerja dan kehidupan pribadi.

3. Gangguan kesehatan fisik dan mental atau pola hidup yang tidak sehat akibat produktif berlebih.
4. Dibutuhkan media komunikasi visual yang dapat meningkatkan *awareness* atau kesadaran mengenai bahayanya terjebak dalam *toxic productivity*.

1.3 Batasan Masalah

Pada pengerjaan perancangan ini perlu dilakukan pembatasan masalah untuk memberi ruang lingkup yang jelas dan menghindari pembahasan yang terlalu luas. Perancangan ini dilakukan dengan strategi kreatif dengan tujuan untuk menghasilkan media komunikasi visual yang dapat membantu para pekerja terhindar dari produktivitas yang tidak sehat. Ada pula ruang lingkup dalam perancangan ini, yaitu sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Geografis:
 - Kota Semarang
2. Ruang Lingkup Demografis
 - Berusia 24-30 tahun
 - Generasi milenial
 - Jenis kelamin perempuan dan laki-laki
 - Bekerja di sebuah kantor atau perusahaan
 - Status ekonomi menengah ke atas
3. Ruang Lingkup Psikografis
 - Memiliki kebiasaan untuk selalu produktif
 - Selalu ingin mengembangkan diri dan kemampuan
 - Familiar dan banyak menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari

1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah didapatkan sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana merancang media komunikasi visual yang tepat untuk menghindari *toxic productivity* bagi para pekerja?

1.5 Tujuan Perancangan

Perancangan ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang sebuah media komunikasi visual yang tepat dengan harapan dapat membantu bagi para pekerja untuk selalu menyeimbangkan peran antara produktif dan kehidupan pribadi sehingga terhindar dari *toxic productivity*.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Bagi Perancang

- Menambah wawasan dan meningkatkan kesadaran perancang mengenai pentingnya manajemen produktivitas agar tidak membahayakan diri sendiri.
- Dapat memperluas dan menambah ilmu pengetahuan dalam melakukan perancangan komunikasi visual yang tepat dan efektif.

2. Bagi Masyarakat

- Mengingatkan masyarakat mengenai pentingnya mewujudkan keseimbangan peran antara produktif dengan kehidupan pribadi.
- Dapat memberikan informasi mengenai bahayanya terjebak dalam *toxic productivity* melalui media komunikasi visual.

1.7 Metodologi Perancangan

1.7.1 Metode Perancangan

Ada beberapa langkah yang perlu dilaksanakan dalam perancangan untuk mencapai hasil final. Metode perancangan yang akan digunakan adalah metode *Design Thinking*. Dalam buku Suatu Pengantar: Metode dan Riset Desain Komunikasi Visual DKV (Eva, 2020:15-16) dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam metode *Design Thinking*, yaitu sebagai berikut:

1. *Empathize*

Merupakan tahapan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman seputar target sasaran seperti kegiatan yang dilakukan, kebutuhan fisik atau emosional, cara berpikir, dan sebagainya. Pemahaman dapat dilakukan dengan pengumpulan data yang berkaitan dengan target sasaran baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghindari dugaan yang bersifat subjektif. Wawasan yang diperoleh dari pemahaman empatik menjadi arahan dalam merancang solusi yang efektif.

2. *Define*

Tahap ini akan menjadi dasar dalam perancangan komunikasi visual dengan menggambarkan sebuah ide atau pandangan khalayak sasaran. Dapat disebut juga sebagai tahap analisis dari data yang telah terkumpul untuk mengungkapkan dan merumuskan permasalahan secara jelas.

3. *Ideate*

Tahap ideasi merupakan langkah yang dapat dilakukan setelah data telah terkumpul dan dianalisis secara mendalam sehingga dapat menemukan ide atau alternatif terkait perancangan yang akan dibuat untuk memberikan solusi yang tepat dan mudah diterima bagi masyarakat.

4. *Prototype*

Mengubah dan mewujudkan ide perancangan menjadi bentuk konkret hingga menghasilkan model atau *prototype* sederhana yang menyerupai hasil aslinya.

5. *Test*

Tahap pengujian secara menyeluruh sehingga dapat mengetahui apakah solusi yang diusulkan sesuai dengan apa yang diharapkan.

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjadi langkah yang penting dalam perancangan ini karena memiliki tujuan untuk memperoleh data-data valid dari responden agar dapat menemukan jawaban dan kesimpulan dari masalah yang diteliti. Data dalam perancangan ini akan dikumpulkan dengan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur berhubungan dengan studi teoritis untuk data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Studi literatur dilakukan untuk memperoleh data atau teori menggunakan literatur yang telah ada sebelumnya, dapat melalui buku, jurnal, artikel, dan sebagainya.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap objek penelitian sehingga dapat mengetahui gejala-gejala yang terjadi di lapangan. Dalam perancangan ini, observasi akan dilakukan secara *online* melalui internet untuk mencari dan mengetahui informasi mengenai permasalahan yang ada.

3. Wawancara

Wawancara merupakan instrumen penelitian untuk mendapatkan informasi terkait kejadian yang tidak dapat diamati secara langsung dengan cara menggali pemikiran, konsep, pengalaman, atau pengalaman dari narasumber (Soewardikoen, 2019:53). Dalam perancangan ini wawancara akan dilaksanakan secara *online* untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam seputar permasalahan.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah daftar berisi pertanyaan mengenai suatu hal atau bidang. Pengumpulan data dari khalayak umum dilakukan dengan kuesioner yang merupakan strategi pengumpulan data dari banyak orang dalam kurun waktu relatif singkat (Soewardikoen, 2019:59-60). Dalam perancangan ini, akan disebar kuesioner *digital* untuk mengumpulkan data pendukung yang berhubungan dengan perancangan media kepada target sasaran.

