

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena *hustle culture* sebetulnya sudah ada sejak dulu, namun sekarang semakin menjadi perhatian bersamaan dengan banyaknya para tokoh *entrepreneur* yang ada di Indonesia. Seiring berjalannya waktu kini Indonesia menduduki era bonus demografi yang dimana mayoritas penduduk Indonesia berada dalam usia produktif yakni berada dalam persentase 70,72% (Badan Pusat Statistik, 2020), selain itu bisa dikatakan bahwa keberadaan generasi Z saat ini dapat memberikan efek pada perkembangan negara ini dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Badan Pusat Statistik generasi Z adalah orang-orang yang hadir di tahun 1997-2012, yang artinya berusia 24-10 tahun. Saat ini generasi Z dikenal sebagai generasi yang memiliki tekad yang cukup tinggi untuk mendapatkan keinginannya, berusaha agar bisa membiasakan diri dengan perubahan, serta senang berkomunikasi dengan teknologi (Berkup, Sezin Baysal 2014). Namun, memiliki tekad yang tinggi terutama dalam ranah pekerjaan juga tidak baik, karena pada akhirnya hal tersebut akan menyebabkan ancaman bagi dirinya sendiri. Tekad maupun semangat dan keinginan yang tinggi seringkali membawa para generasi Z terjebak dalam fenomena *hustle culture*.

Wayne oates dalam bukunya tahun 1971 *Confessions of a workaholic: the truth about work addiction*. Menjelaskan bahwa *hustle culture* atau *workaholic* merupakan sebuah gaya hidup di kelompok anak muda atau saat ini berorientasi pada gen Z yang berpendapat bahwa dirinya akan berhasil jika mereka bekerja tanpa melihat waktu, ditambah lagi dengan adanya kesenangan dalam diri saat melakukan suatu pekerjaan secara terus menerus. *Workaholism* mengakibatkan seseorang tidak sadar bahwa mereka dituntut untuk bekerja (Oates, 1971).

Kelompok orang yang tergolong dalam gaya hidup *hustle culture* adalah para pekerja dan mahasiswa. Generasi Z saat ini memiliki persepsi bahwa mereka harus bertanggung jawab atas produktivitas, pengembangan, dan kemajuan diri sendiri, ditambah lagi mereka termotivasi dengan tokoh *entrepreneur* yang sukses di usia muda. Sedangkan bagi mahasiswa, kini mereka sedang berlomba-lomba mengikuti program *internship* yang

diselenggarakan oleh perusahaan, tujuannya adalah dengan mengikuti program tersebut akan memudahkannya saat melamar pekerjaan nanti. Tetapi tanpa disadari mereka terjebak dalam fenomena *hustle culture*, yang dimana mahasiswa harus menyelesaikan tugas yang diberikan perusahaan serta harus mengerjakan juga kewajiban yang kampus berikan.

Menurut Clark et al (2016) *Hustle culture* terbentuk karena adanya sifat perfeksionis didalam diri nya, hal itu juga didorong dengan adanya faktor yang tidak selalu merasa puas atas hasil yang dikerjakan, dan ingin rencananya terwujud sesuai harapan. Secara umum anggapan yang tumbuh di masyarakat mengenai fenomena *hustle culture* adalah sebanyak apapun seseorang melakukan pekerjaan belum tentu menjamin dirinya akan sukses. Sebab faktor keberhasilan seseorang tidak hanya diukur dari lamanya bekerja, namun meliputi beberapa faktor seperti fisik, mental, tenaga, bahkan manusia (Peiperl dan Jones, 2001). Adanya pendapat seperti itu akan berdampak terhadap terbentuknya konsep diri yang negatif pada pelaku *hustle culture* sendiri. Sebagaimana konsep diri merupakan penentu seseorang akan berperilaku seperti apa, bisa itu perilaku positif maupun negatif. Terutama saat individu akan mengambil sebuah keputusan tentunya hal itu sangat dipengaruhi oleh konsep diri, karena konsep diri merupakan bayangan atau gambaran yang seseorang miliki, dan terbentuk melalui sekumpulan pengalaman yang didapat melalui proses interaksi antar individu dari sejak dulu hingga saat ini (Hendriati, 2006:139).

Konsep diri adalah persepsi psikologis yang terjadi karena adanya komunikasi antar individu D. Brooks (Dalam Maulana rezi, 2018). Menurut Symonds (dalam Agustiani, 2006) mencetuskan bahwa persepsi mengenai diri sendiri tidak datang pada saat manusia terlahir, namun seiring berjalannya waktu persepsi akan muncul secara perlahan diiringi dengan kemampuan saat seseorang mulai memahami bahkan mengenal sesuatu lebih dalam. Menurut Calhoun dan Acocella,1990 ada tiga faktor yang mendorong konsep diri, yaitu : (1) orang tua satu-satunya faktor yang paling kuat karena hubungan yang dimiliki individu ikatannya begitu erat , informasi yang diberikan pun lebih tertanam dibandingkan orang lain (2) kawan sebaya merupakan faktor kedua setelah orang tua yang dapat mempengaruhi konsep diri, sebab intensitas komunikasi antara individu dengan kawan sebaya dapat dikategorikan cukup sering setelah orang tua, (3) masyarakat adalah pemicu

dari individu menjadi siapa, karena mereka seringkali menilai seseorang dengan jabatan, status sosial, dan masih banyak lagi. Sementara tahapan atau proses pembentukan konsep diri menurut Elizabeth B. Hurlock (1978:59-60) meliputi gambaran diri, dan harga diri.

Sedangkan menurut George Herbert Mead konsep diri individu berkembang karena adanya interaksi dengan masyarakat dan hal tersebut diperoleh dengan adanya proses komunikasi. Maka dari itu manusia mengenal diri sendiri melalui seseorang, yang menjadi acuan untuk diri sendiri. Hurlock (1993) menyebutkan bahwa konsep diri adalah konsep seseorang dari siapa dan apa dia itu. Konsep diri merupakan bayangan cermin yang ditentukan sebagian besar oleh peran dan dihubungkan dengan orang lain, dan apa yang kiranya reaksi orang lain terhadapnya.

Berdasarkan pemikiran dari George Herbert Mead konsep diri yang peneliti bahas termasuk dalam teori interaksi simbolik serta termasuk dalam tema besar interaksi simbolik yaitu : (1) pentingnya makna bagi perilaku manusia, (2) pentingnya konsep mengenai diri (*self concept*), dan (3) hubungan antara individu dengan masyarakat. Dijelaskan juga oleh Mead (dikutip dari West dan Turner, 2008) di dalam interaksi sosial individu akan membentuk dan dibentuk oleh masyarakat atau *society* melalui interaksi. Salah satu hasil dari apa yang diinteraksikan individu dengan masyarakat adalah konsep diri. Karena konsep diri sendiri bisa digambarkan sebagai aspek-aspek yang tertanam di dalam diri individu seperti emosi, pikiran, peranan, serta nilai yang ada dalam dirinya (West dan Turner, 2008). Selain itu Mead juga menambahkan bahwa interaksi merupakan salah satu pembentuk konsep diri individu.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti semakin tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai konsep diri generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*. Maka dari itu peneliti perlu mengamati lebih dalam tentang konsep diri generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*. Sebab dalam konsep diri terdapat banyak perspektif yang bisa mengungkapkan alasan mengapa generasi Z menerapkan *hustle culture* pada dirinya.

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Shopee, karena dengan melihat sistem kerja shopee yang cukup terbilang normal yaitu delapan jam per hari, namun walaupun jam kerjanya bisa terbilang normal pekerjaan menuntut mereka untuk *overtime* yang dimana waktu delapan jam tadi mau tidak mau harus ditambahkan sesuai dengan beratnya pekerjaan. Sehingga saat mereka selesai delapan jam bekerja, sesampainya di rumah pun

tetap harus lembur. Selain itu pegawai yang bekerja di Shopee rata-rata berstatus *fresh graduate* yang artinya berumur sekitar 22-24 tahun, secara tidak langsung para pegawai Shopee masuk kedalam kategori generasi Z.

Berdasarkan data yang salah satu informan berikan TY (24), pemicu ia melakukan *hustle culture* disebabkan karena tidak ingin menunda-nunda pekerjaan dan ingin menyelesaikan pekerjaannya pada hari itu juga, serta didasari dengan diri yang senang melakukan pekerjaan meskipun diharuskan bekerja secara *overtime*. Disisi itu alasan informan melakukan suatu pekerjaan yang bersifat *hustle* karena atas rasa tanggung jawab dirinya terhadap suatu perusahaan. Informan sendiri mengakui bahwa budaya seperti itu merupakan tabiat yang buruk, serta ia pun tidak sadar *culture* tersebut terbentuk sejak kapan.

Penelitian yang hampir sama mengenai konsep diri cukup banyak dibahas, namun dalam konteks berbeda. Salah satunya jurnal yang dipaparkan oleh Yudit Oktaria Kristiani Pardede (2008), berjudul Konsep Diri Anak Jalanan Usia Remaja. Penelitian tersebut berisi mengenai sebab remaja menjadi anak jalanan melalui beberapa dimensi yang digambarkan melalui keluarga, sekolah, teman-teman, dan masyarakat. Serta faktor mengapa konsep diri tersebut bisa terbentuk. Penelitian terdahulu dengan peneliti yang saat ini sama menggunakan metode kualitatif, tetapi dengan pendekatan yang berbeda yaitu penelitian yang disusun oleh Yudit Oktaria memakai studi kasus sementara penelitian saat ini menggunakan fenomenologi.

Maka dari itu dengan melihat latar belakang diatas, dan melihat fenomena yang ada, sebagai peneliti tertarik untuk membahas konsep diri generasi Z dengan data yang diambil melalui beberapa informan yang telah mengalami fenomena tersebut. Untuk itu peneliti mengambil judul **Konsep diri Generasi Z Sebagai Pelaku *Hustle Culture* (Studi Fenomenologi pada Pegawai Shopee).**

1.2 Fokus Penelitian

Berlandaskan fenomena tersebut, peneliti akan memfokuskan pada konsep diri generasi Z sebagai pelaku *Hustle Culture*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *Hustle Culture* merupakan suatu kebiasaan yang terjadi pada kalangan anak muda bahkan saat ini sudah terjadi pada generasi Z, mereka menganggap dirinya akan sukses

jika terus bekerja. Peneliti hanya membahas konsep diri pada generasi Z yang melakukan *hustle culture*, selain itu belum ada penelitian terdahulu yang meninjau persoalan mengenai konsep diri terhadap generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*. Peneliti melakukan observasi di kalangan generasi Z yang bekerja di Perusahaan Shopee dengan rata-rata usia 22 – 24 tahun.

1.3 Identifikasi Masalah

- 1) Apa motif generasi Z sebagai pelaku *hustle culture* ?
- 2) Bagaimana proses terbentuknya konsep diri generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui motif generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*
- 2) Untuk mengetahui proses terbentuknya konsep diri generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*

1.5 Manfaat Penelitian

1) Manfaat teoritis

Berharap penelitian yang dipaparkan ini dapat menambah pemahaman serta wawasan di bidang konsep diri generasi Z. Serta pengetahuan, teori dan konsep yang peneliti paparkan merupakan salah satu bentuk penerapan dari pelajaran yang telah diajarkan dari prodi S1 *Digital Public Relations*.

2) Manfaat Praktis

Dengan adanya peneliti ini berharap menjadi sumber informasi bagi sekumpulan generasi Z sebagai pelaku *hustle culture*. Juga menjadi bahan informasi bagi Perusahaan Shopee.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tabel 1. 1 Periode Penelitian

		2021	2022
--	--	------	------

No.	Keterangan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Mencari topik penelitian, mengumpulkan data dan informasi									
2.	Menyusun Bab I									
3.	Menyusun Bab II dan III									
4.	Desk Evaluation									
6.	Revisi <i>Desk Evaluation</i>									
7.	Menyusun Penelitian									
8.	Sidang Skripsi									