

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi COVID-19 ini membuat anak muda Indonesia menghabiskan waktu untuk bermedia sosial. Sebagaimana laporan *HootSuite* dan *We Are Sosial* berjudul “Digital 2021,” menyebutkan bahwa pengguna internet aktif di Indonesia berjumlah 195,3 juta orang. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk berselancar di internet adalah antara 8-9 jam per hari. Aktivitas bermedia sosial digemari oleh 170 juta penduduk Indonesia yang menghabiskan waktu selama rata-rata 3 jam 14 menit untuk beraktivitas di semua platform jejaring media sosial (*We Are Sosial* dan *Hootsuite*, 2021). Sedangkan pengguna Instagram yang berusia 18-34 tahun di Indonesia mencapai 89% dari jumlah total pengguna internet (*Mailanto*, 2016).

Sebagian besar pengguna Instagram di Indonesia berasal dari Generasi Z, yaitu orang-orang yang lahir pada kurun waktu antara tahun 1998 sampai tahun 2010. Generasi Z atau Gen Z disebut juga dengan istilah *Internet Generation* (IGen) karena mereka lahir dan tumbuh disaat internet sudah berkembang pesat dan mengglobal (*Achmad & Ida*, 2019; *Aji*, 2018; *Malafitri et al.*, 2022; *White*, 2017). Keseharian Gen Z yang terpapar internet membuatnya lebih tanggap terhadap segala perubahan apapun terutama informasi. Karena sangat rentan dengan perubahan, Gen Z cenderung mengikuti berbagai hal yang dominan terjadi disekitarnya. Akibatnya segala perubahan media sosial akan berdampak langsung pada Generasi Z (*Ainiyah*, 2018).

Besarnya rata-rata waktu bermedia sosial oleh Gen Z, dan pesatnya kemajuan teknologi berdampak pada munculnya perasaan untuk *Hustling* atau budaya *hustle*. *Hustling* atau budaya *hustle* adalah rasa mempercayai bahwa aspek utama dalam hidup yang harus dicapai adalah bekerja keras terus menerus dan profesional (*Tundo*, 2019). Terpaan unggahan konten media

sosial berisi tentang produktivitas pada masa pandemi, membuat sebagian Gen Z terpacu untuk tetap produktif. Terlebih dengan hadirnya berbagai postingan *quotes* atau video yang mengandung makna “harus tetap produktif apapun situasinya” di Instagram.

Akibatnya banyak Gen Z berlomba-lomba untuk melakukan aktivitas produktif—menurut mereka—secara terus menerus, tanpa kenal waktu, dan tempat. Bersaing untuk menjadi orang yang paling sibuk dengan melakukan berbagai aktivitas untuk meningkatkan produktivitas. Gen Z mengalami kontaminasi budaya *hustle*, dengan mengembangkan gaya hidup sibuk berproduktif secara terus menerus. Predikat sebagai orang yang menyukai *hustling* menjadi kebanggaan sebagian Generasi Z. Kondisi *ToxicPositivity* dengan *hustling* lebih banyak melanda Generasi Z yang tinggal di kota-kota besar (Christina & Shasita, 2022; McCrindle & Fell, 2019)

Bangga memiliki budaya *hustle* yang bekerja secara berlebihan merupakan sisi gelap dari *ToxicPositivity* (Goodman, 2022). Sejatinya malah membuat seseorang tidak memiliki waktu istirahat yang cukup, karena merasa dituntut untuk terus berproduktif. Parahnya lagi adalah kepemilikan gambaran bahwa orang-orang yang santai atau selalu rebahan adalah simbol pemalas dan identik dengan kemiskinan (Kim & Lee, 2016; Savitri, 2020).

Unggahan konten *hustling* banyak berlangsung di Instagram (Tundo, 2019). Terlalu lama beraktivitas di Instagram, menimbulkan dampak buruk bagi Gen Z. Maksud diri ingin mencari motivasi di Instagram malah terasa terbebani dengan kalimat-kalimat penyemangat yang berdampak pada pola pikir Gen Z untuk *hustling* dan mengesampingkan situasi nyata. Kondisi untuk melakukan aktivitas produktif dengan mengabaikan kondisi diri sendiri (waktu, pikiran, tenaga, finansial, dan sosial) dinamakan dengan *ToxicPositivity* (Goodman, 2022).

Istilah *Hustle Culture* pertama kali dinyatakan oleh Wayne Oates pada tahun 1971. Pada masa itu, berkembang semangat untuk bekerja secara berlebihan dan banyak orang menghabiskan waktu untuk bekerja dengan mengabaikan aktivitas hidup lainnya. Perilaku orang

yang melakukan tindakan tersebut disebut sebagai *workaholic*, karena bekerja dalam waktu lama, mengabaikan aktivitas kehidupan di bidang yang lain, serta adanya tuntutan berlebih dari pekerjaan yang ditekuni (Oates, 1968). *Workaholic* atau pecandu kerja selain sibuk dengan pekerjaan, digambarkan sebagai perilaku yang berorientasi pada tugas, menjadi kompulsif, perfeksionis, neurotik atau cenderung kaku, sangat termotivasi untuk bekerja, memiliki banyak ide, memiliki ego tinggi, merasionalkan waktu lembur, dan tidak memiliki kemampuan untuk bersantai (Andreassen et al., 2007).

Hustle Culture biasanya diterapkan oleh orang-orang yang sangat mencintai pekerjaannya dan yang selalu memiliki ambisi besar akan segala pencapaian pada segala aspek kehidupan. Biasanya, mereka akan menghalalkan segala cara guna dapat memenuhi target-target yang telah ditetapkan. *Hustle Culture*, jika dilakukan dengan porsi serta strategi yang pas akan memiliki dampak yang luar biasa dalam membantu kesuksesan karir hingga target-target setiap individu dalam segala aspek kehidupan (Andreassen et al., 2007; Balkeran, 2020). Pola pikir *hustling* ini di banggakan oleh Gen Z melalui motto “*work life balance is out of the window.*” (Savitri, 2020). Positifnya adalah budaya ini mendorong seseorang untuk tetap selalu termotivasi mengejar impian dengan semangat dan selalu fokus untuk mencapainya. Sebelum memutuskan untuk bertindak *hustle* sebagai metode mencapai target, setiap orang harus paham prioritas terlebih dahulu, yaitu pilih pekerjaan utama yang difokuskan sesuai dengan *passion*, hingga paham mengatur waktu antara kerja dan istirahat. Disiplin waktu antara pekerjaan dengan waktu untuk menjalani hidup selayaknya (Hadijah, 2021; Yonathan, 2021).

Banyak sekali tokoh-tokoh besar yang menerapkan gaya hidup *hustle* untuk dapat mencapai target-target yang telah ditentukan, diantaranya: Mark Zuckerberg, Steve Jobs, dan Tae Lopez. Manusia akhirnya memiliki pola pikir jika kunci menuju sukses yaitu dengan bekerja tanpa henti, khalayak menjadi terbiasa akan segala tuntutan pekerjaan. Hal tersebut membuat dampak yang bagus layaknya batu lompatan untuk mencapai segala target yang telah

ditentukan. Tidak bisa dipungkiri juga jika *hustle* memiliki dampak yang baik akan jaringan relasi yang meluas, kesempatan-kesempatan yang didapat pun ikut bervariasi, karenanya *hustle* harus dijaga sesuai dengan kebutuhan dan skala prioritas masing-masing (Balkeran, 2020; Jason Wrobel & Lauritsen, 2020).

Pergeseran perilaku akhirnya terjadi seiring dengan berjalannya waktu Individu yang tidak paham bagaimana menjalankan *hustle*, menjadi tidak memiliki batasan antara waktu produktif dan waktu pribadi. Hal itulah yang membuat seseorang secara tidak langsung melakukan *multitasking* agar dapat menyelesaikan segala pekerjaannya dalam kurun waktu yang dekat. Seperti makan yang harus dengan membuat laporan, liburan disambi dengan telepon relasi, bahkan saat berada dikamar mandi pun tetap harus dengan berbalas pesan. Akibatnya timbul gejala *Burn Out*, yaitu terkurasnya energi, perasaan negatif dan sinis terhadap pekerjaan seseorang, dan berkurangnya sikap profesionalisme (World Health Organization, 2019). Menurut *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*, produktivitas adalah seberapa efisien produksi input untuk menghasilkan sesuatu. *OECD* juga mengemukakan jika bekerja dalam waktu yang lama akan menurunkan tingkat produktivitas.

Budaya *hustle* memaksa seseorang untuk multitasking ini dapat dilihat dari biasanya waktu istirahat dengan waktu bekerja atau beraktivitas, yang mengakibatkan seseorang melakukan aktivitas produktifnya bersamaan dengan makan atau waktu bersosialisasi. Sebagaimana penelitian dari University of Sussex mengatakan jika multitasking dapat mempengaruhi turunya produktivitas hingga 40%. Hal itu membuktikan jika seseorang tidak dapat menyelesaikan seluruh tugas nya dengan maksimal jika dilakukan bersamaan dengan aktivitas lainnya (Bradberry, 2014). Memaksakan diri untuk produktif terus menerus belum tentu mendapat hasil yang diinginkan, contoh kecilnya yaitu pencapaian materi (perekonomian). Dengan berkembangnya era modern kapitalisme, manusia lebih menghargai kepentingan individu dibanding dengan kelompok, ujung-ujungnya semua yang dilakukan

bertujuan untuk mendapatkan ekonomi yang berkecukupan, lagi-lagi karena faktor ekonomi suatu hal dapat terjadi, pada studi kasus ini faktor ekonomi menjadi alasan seseorang bertindak *hustle* (Dr. Chris Mullen, 2021; Savitri, 2020).

Salah satunya yang terjadi di Indonesia, kondisi ekonomi yang sulit membuat rakyat belum bisa mencakup seluruh kebutuhannya seperti pekerjaan, tunjangan, asuransi kesehatan, hingga air bersih, semakin memperkuat gaya hidup *hustling* pada Gen millennial dan Z. Selain faktor ekonomi, faktor himpitan lingkungan, faktor individu pribadi, dan faktor-faktor lainnya menjadi alasan kuatnya gaya hidup *hustling* yang dijalani dengan mengesampingkan dampak buruk bagi diri mereka sendiri. Budaya ini memiliki dampak negatif yang sangat bahaya yaitu, seseorang rentan mengalami stress, insomnia, anxiety, depresi, hingga penyakit-penyakit dalam karena terlalu sering begadang dan kurangnya gizi seimbang yang diserap oleh tubuh manusia (Jason Wrobel and Whitney Lauritsen, 2020; OCBC, 2021; Robinson & Kelley, 1998).

PodCast *The Ezra Klein Show* berjudul *Work as identity, Burnout as lifestyle*, di laman Vox Conversation, menyebutkan suatu gagasan jika Generasi Z tidak akan pernah bisa benar-benar meninggalkan pekerjaan mereka karena adanya teknologi modern, pekerjaan dan waktu luang menjadi tercampur sehingga semua terasa seperti pekerjaan. Generasi Millennial dan Z akan merasa bersalah jika tidak mengerjakan sesuatu (VoxConversation, 2019). Tidak sedikit para pebisnis dunia menggunakan alur kerja seperti ini, banyak yang mengatakan melalui media online bagaimana seseorang itu mencapai tujuan atau cita-citanya dengan bekerja terus menerus sepanjang waktu. Elon musk salah satu *entrepreneur* yang berkata melalui laman Twitter nya @elonmusk “*There are way easier places to work, but nobody ever changed the world on 40 hours a week.*”. Padahal tidak semua orang memiliki *starting point* yang sama. Melalui platform StudyInternational dalam artikel berjudul *Hard work alone does not lead to*

student success. Here's why. Mengatakan jika ada banyak hal yang sangat mempengaruhi kesuksesan seseorang salah satunya keistimewaan dan keuntungan (McKenna, 2020).

Merujuk pada tingkat toleransi stress yang dimiliki setiap individu yang berbeda-beda. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi individu merasa muak dengan kalimat-kalimat penyemangat (Soerjoatmodjo & Jaya, 2020). Individu seolah dibuat merasa bersalah akan rasa tidak baik-baik saja, padahal perasaan negatif juga harus divalidasi agar keseimbangan emosi menjadi stabil. Pada saat individu tidak dapat menguraikan perasaan negatif mereka, maka perasaan negatif tersebut akan menjadi lebih besar dan diproses lebih jauh (Lukin, 2019). Sebuah emosi apapun itu termasuk suatu informasi atau pemicu untuk tubuh tentang apa yang terjadi saat ini. Pendapat seorang profesor dalam bidang Psikologi Stephanie Preston, menjelaskan jika ungkapan positif yang kita baca atau terima membuat individu tidak dapat melihat kenyataan yang ada (Chiu, 2020).

Dalam konten Youtube Gitasav, episode *Everythings wrong with Hustle Culture* mengatakan, Produktivitas yang dibicarakan dan dilakukan oleh Generasi Z membuat stigma “teruslah bekerja/produktif hingga meraih kesuksesan”. Generasi Z adalah generasi yang dapat dibayangkan condong dalam *workaholic/ toxicproductivity* atau biasa juga disebut sering *Burn Out*. Artikel Buzzfeednews mengatakan jika alasan Generasi Z sering *Burn Out* adalah karena telah tertanamnya ideologi untuk terus bekerja setiap waktu dan didukung dengan keadaan lingkungan sekitar yang seolah memaksa untuk melakukan hal tersebut sejak kecil (Carmichael, 2016; Petersen, 2019). Pernyataan tersebut didukung oleh argumen Gitasav dalam Youtubenya yang mengatakan, jika *Hustle Culture* terjadi karena terbentuknya sistem di *modern capitalism* sehingga kompetisi antar manusia sangatlah tinggi, membuat banyak orang terutama Generasi Z berlomba-lomba untuk selalu berproduktif (Savitri, 2020).

Robinson mengatakan jika generasi Millennial dan Z sangat memungkinkan untuk menganut gaya hidup *hustle*. Sekitar 45% para *Hustler* memposting kegiatan “Produktivitas”

mereka di sosial media, sebagai simbol diri yang berdedikasi dan berkomitmen (Balkeran, 2020). Instagram sebagai sosial media dengan kedudukan ke-dua di Indonesia berhasil mengubah beberapa stigma dunia dengan cara yang tidak terduga. Salah satunya mengubah cara orang berpikir, mengubah sesuatu yang biasa menjadi sebuah fenomena yang viral, memunculkan trend baru, hingga menggerakkan aktivitas sosial (Brooks, 2018; Populix, 2022). Instagram sangat mempengaruhi pergeseran budaya, bagaimana cara orang berkomunikasi, hingga mengubah kebiasaan konsumtif individu (Nuzuli Rohmah, 2019; Syahreza & Tanjung, 2018). Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi kehidupan pribadi dalam bentuk foto, tetapi juga sebagai sarana untuk berbisnis, menyampaikan pikiran, dan menggerakkan aktivitas sosial (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022).

Ada beberapa kasus di Jepang mengenai tren budaya ini, salah satunya dilansir dari platform online The Guardian bahwa, 1 dari 5 pekerja di Jepang beresiko untuk meninggal karena bekerja terlalu berlebihan (*Japan: One Fifth of Employees at Risk of Death from Overwork – Report | Japan | The Guardian*, n.d.). Menurut survey pemerintahan setempat juga setiap bulannya lebih dari 20% pekerja masuk dalam kategori level berbahaya kasus berlebihan dalam bekerja. Salah satunya adalah kematian seorang jurnalis bernama Miwa Sado (31 tahun), akibat menghabiskan waktu bekerja selama 159 jam dan hanya mengambil 2 hari libur dalam sebulan. Fenomena gila kerja di Jepang tersebut diberi istilah *Karoshi* yang artinya *death by overwork* (Ma, 2017).

Pada tahun 2015 Matsuri Takahashi meninggal pada umur 24 tahun dengan cara bunuh diri dikarenakan stres bekerja 100 jam dalam seminggu. Satu minggu sebelum Takahashi meninggal tepat pada hari natal 2015, dia memposting cuitan melalui sosial media: “*I want to die*” (aku ingin mati), dan pada postingan selanjutnya Takahashi menyatakan, “*I’m physically and mentally shattered*” (fisik dan mental ku hancur). Bahkan, data jumlah kematian akibat bunuh diri terungkap lebih dari 2000 orang di Jepang mengalami stres dan melakukan bunuh

diri karena terlalu banyak bekerja pada Maret tahun 2016 (The Guardian, 2017). Sedangkan di Indonesia sendiri, 1 dari 3 pekerja mengalami gangguan kesehatan mental akibat jam kerja yang panjang di era COVID-19 yang semakin berkembang dengan seruan tetap produktif meski dari rumah (OCBC, 2021).

Dari penjelasan yang telah dijabarkan, Penelitian ini berfokus pada bagaimana *ToxicPositivity* Instagram berperan mengembangkan *Hustle Culture* Gen Z Kota Surabaya menggunakan studi etnografi virtual.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berikut:
Bagaimanakah *ToxicPositivity* di Instagram berperan mengembangkan *Hustle Culture* Gen Z Kota Surabaya.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui bagaimana *ToxicPositivity* di Instagram berperan mengembangkan *Hustle Culture* Gen Z Kota Surabaya?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah antara lain, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan studi ilmu teknologi media komunikasi mengenai *ToxicPositivity* Instagram mengembangkan tindakan *hustle* Gen Z.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat luas terutama pada Generasi Z mengenai *Toxic Positivity* Instagram mengembangkan budaya *hustle* .