

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Setiap individu disadari atau tidak pasti mempunyai suatu gaya hidup yang tercermin dari pilihan-pilihan kecil dalam kehidupan sehari-harinya, dari aktifitasnya atau dari cara berpakaianya sehingga terciptalah sebuah identitas yang unik dari setiap individu atau suatu kelompok masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia VI daring (2016) gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari tergolong manusia di dalam masyarakat, sebuah cara mengepresikan diri melalui aktivitas, minat, dan opini, khususnya dengan citra diri. Setiadi (2019) dalam bukunya ‘Perilaku Konsumen : Perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen’, secara luas gaya hidup dapat diidentifikasi sebagai cara individu dalam menghabiskan waktunya (aktivitas), sesuatu yang dianggap penting oleh seseorang dalam lingkungannya (ketertarikan) dan cara seseorang berpikir tentang dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya (pendapat). Gaya hidup adalah kebiasaan, cara atau aktivitas yang dianggap penting dan dilakukan secara berpola oleh seseorang terkait manajemen waktunya sehingga aktivitas yang dilakukannya mempengaruhi seseorang dalam memandang dirinya sendiri dan dunia sekitarnya (Sumarwan 2011).

Dalam era digital ini banyak gaya hidup yang berkembang di *platform online*, salah satunya yaitu *trend Cottagecore* atau gaya hidup sederhana ala pedesaan di Inggris. Selain budaya Inggris *trend Cottagecore* dipengaruhi juga oleh mitologi dari Yunani kuno, tokoh Marie Antoinette dan *rococo style* (Dewayanti dan Andhini 2023). Bermula dari berkembangnya tagar *#Cottagecore* di media sosial semenjak pembatasan sosial Covid-19. Awalnya merupakan *trend* fesyen yang tumbuh alami dalam *platform* media sosial kalangan Gen Z namun seiring dengan lamanya waktu pembatasan sosial membuat Gen Z menjadi bosan berada didalam rumah, maka *trend* gaya hidup *Cottagecore* mulai diikuti oleh kalangan Gen Z. Aktivitas seperti memasak, merawat tanaman, membuat kerajinan tangan dan estetika yang ditawarkan oleh *Cottagecore* telah membuat Gen Z tertarik untuk mengikuti gaya hidup ini. Gaya hidup *Cottagecore* menawarkan kehidupan seperti di negeri

dongeng atau seperti berada di dunia animasi dari studio Ghibli maka Gen Z mulai mengikuti gaya hidup dan estetika ini untuk mengatasi kelelahan mental dan kesepian yang dirasakan oleh sebagian besar dari Gen Z. Berdasarkan hasil survei Jajak Pendapat (Jakpat) di Indonesia kepada Gen Z yang dilakukan pada tahun 2022 ada sekitar 59,1% Gen Z memiliki masalah kesehatan mental. Adapun, survei tersebut dilaksanakan secara daring pada periode 15 November 2022 melalui aplikasi Jakpat. Gen Z juga mempunyai tingkatan stres dua kali lipat dibandingkan generasi sebelumnya yaitu generasi milenial (goodstats.id 2023).

Cottagecore merupakan gabungan dari kata *cottage* dan *core* dalam bahasa Inggris. Menurut Kamus saku Inggris Indonesia – Indonesia Inggris (2013) *cottage* artinya pondok atau kabin dan *core* artinya inti tetapi *core* pada istilah *Cottagecore* merujuk pada konsep atau prinsip dalam menciptakan gaya desain dalam berbagai macam bidang seperti fesyen, arsitektur dan seni visual (blazon.revstance.com 2023). *Cottagecore* merupakan salah satu gerakan seni dan kerajinan yang muncul pada abad akhir-19 dan awal abad ke-20 yang mengedepankan keahlian tradisional dan kembali ke alam (thevou.com 2023). Dalam dunia fesyen, *Cottagecore* adalah salah satu gaya fesyen yang terinspirasi dari gaya berbusana orang-orang yang hidup di pedesaan dan juga peternakan di Amerika dan Eropa (fitinline.com 2022). Gambaran dari *Cottagecore* terlihat seperti pada Gambar I.1 di bawah ini.

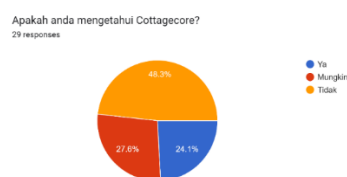


Gambar I. 1 *Cottagecore*

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/29977153763201759/>
(Diakses : 26 April 2024)

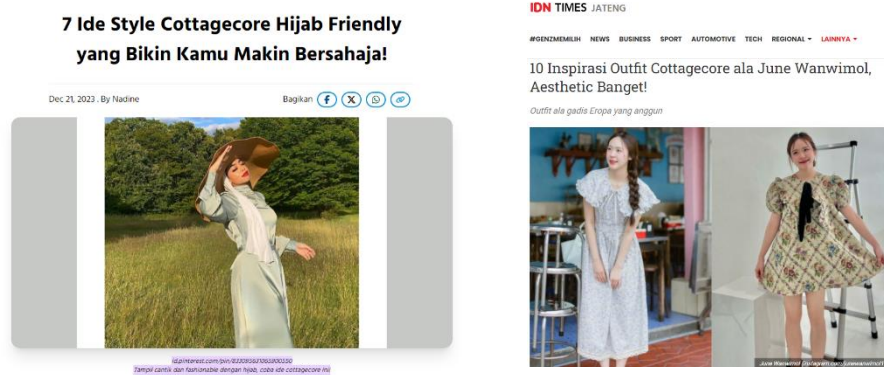
Cottagecore sebagai gaya hidup merupakan gaya hidup yang berfokus pada kehidupan sederhana di desa yang hidup berdampingan dengan alam. Melakukan aktifitas yang sederhana yang dapat dilakukan dirumah untuk rehat dari ketergantungan terhadap teknologi. Gaya hidup *Cottagecore* memiliki unsur-unsur dari gaya hidup seperti *minimalis*, *slow living* dan *sustainable*. *Cottagecore* bertujuan untuk melepaskan diri dari tekanan kehidupan *modern* dan kesibukan kota. Mengajarkan untuk dapat menikmati alam yang asri, membuat manusia dapat terkoneksi lagi dengan alam, melakukan aktivitas yang dapat membuat seseorang menjadi lebih bahagia, mengurangi kecemasan dan menyembuhkan mental seseorang (Kent 2021). Jones (2021) dalam bukunya yang berjudul “Escape Into *Cottagecore* : Embrace cosy countryside comfort in your everyday” berpendapat bahwa gaya hidup *Cottagecore* layaknya sebuah tempat untuk seseorang kabur dari sibuknya kehidupan *modern* yang kacau dan monoton untuk menciptakan kehidupan di desa yang seperti di dalam sebuah fantasi untuk menyembuhkan kembali kenangan masa kanak-kanak yang menyenangkan. Mengajarkan untuk terputus dari teknologi dan lebih menghabiskan waktu di alam, untuk sejenak membuat koneksi lagi dengan alam dan mengajarkan untuk menikmati aktivitas membuat kerajinan tangan sendiri untuk mengurangi praktek konsumerisme.

Gaya hidup *Cottagecore* ini diharapkan dapat membantu kalangan Gen Z untuk dapat meringankan masalah mentalnya dan mengekspresikan dirinya namun masih ada Gen Z yang belum mengetahui informasi tentang gaya hidup *Cottagecore* berdasarkan kuesioner *online* yang telah disebarakan saat penelitian desain pada tanggal 05 Januari 2024 – 11 Januari 2024 kepada para Gen Z di beberapa daerah di Indonesia untuk mengetahui apakah Gen Z mengetahui tentang *Cottagecore* dan gaya hidup *Cottagecore*, hasil yang diperoleh adalah 48.3 % responden menyatakan tidak mengetahui, 27.6% menyatakan mungkin dan 24.1% menyatakan ya, yang diperlihatkan pada Gambar I. 2.



Gambar I. 2 Pengetahuan Gen Z tentang *Cottagecore*
Sumber: Pribadi

Berdasarkan analisis media yang telah dilakukan, artikel yang membahas tentang *Cottagecore* di Indonesia umumnya hanya fokus pada aspek fesyennya. Artikel-artikel dari blibli.com dan idntimes.com yang membahas fesyen *Cottagecore* terlampir pada Gambar I.3 dan Gambar I.4 di bawah ini.



Gambar I. 3 Artikel Mengenai Fesyen *Cottagecore*

Sumber: <https://www.blibli.com/friends/blog/ide-style-cottagecore-hijab-friendly/>
dan <https://jateng.idntimes.com/life/women/pratiwi-eka-1/10-inspirasi-outfit-cottagecore-ala-june-wanwimol-aesthetic-banget-c1c2>

(Diakses : 15 April 2024)

Maka berdasarkan permasalahan diatas untuk membantu Gen Z dalam meningkatkan kesehatan mental melalui gaya hidup *Cottagecore*, diperlukan perancangan media informasi yang khusus untuk membahas gaya hidup *Cottagecore* di Indonesia. Perancangan ini dapat menjadi sumber informatif dan inspiratif tentang gaya hidup *Cottagecore* sehingga dengan adanya perancangan media informasi yang membahas gaya hidup *Cottagecore*, diharapkan Gen Z dapat memperoleh sumber inspirasi dan dukungan yang cukup untuk menerapkan gaya hidup ini dalam kehidupannya, sehingga dapat membantu meningkatkan kesehatan mentalnya dan mengurangi ketergantungan terhadap teknologi.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Masih ada Gen Z yang masih belum mengetahui tentang *Cottagecore*.
- Informasi yang membahas tentang *Cottagecore* di Indonesia umumnya hanya fokus pada aspek fesyennya saja.

1.3 Rumusan Masalah

Setelah melakukan analisis mendalam terhadap masalah yang ada, langkah selanjutnya adalah merumuskan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah didapatkan. Rumusan masalahnya adalah “ bagaimana cara agar Gen Z mengetahui informasi tentang gaya hidup *Cottagecore* agar dapat mempraktikannya?”.

1.4 Batasan masalah

Untuk memastikan fokus perancangan tetap terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, diperlukan batasan yang jelas agar proses perancangan berjalan efektif. Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah pada perancangan ini yaitu objeknya mengenai informasi tentang gaya hidup *Cottagecore* berupa pengetahuan dasar, sejarah, praktik pelaksanaannya, karakteristik dan gaya fesyennya. Subjek perancangan ini yaitu Gen Z. Lokasi dan waktunya yaitu ini dilakukan dari bulan Maret – Agustus 2024 di Indonesia.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dan manfaat dalam perancangan dapat membantu untuk memberikan arah dan fokus selama proses perancangan. Tujuan menetapkan hasil dan manfaat menjelaskan nilai yang ingin dicapai dalam suatu perancangan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dan manfaat yang didapat dari perancangan ini sebagai berikut:

1.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk memberikan Informasi mengenai *Cottagecore* dan gaya hidupnya pada Gen Z. Sehingga Gen Z yang ingin mencoba gaya hidup ini merasakan kemudahan dalam proses memahami gaya hidup, estetika, serta praktik sehari-hari yang terkait dengan *Cottagecore*. Melalui perancangan ini, diharapkan informasi yang disampaikan dapat memandu Gen Z untuk mengadopsi nilai-nilai *Cottagecore* dalam kesehariannya.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Manfaat dalam perancangan ini merupakan pencapaian dari tujuan perancangan. Dengan adanya manfaat ini, memastikan tujuan yang ditetapkan dapat tercapai dengan baik. Adapun manfaat dari perancangan ini yaitu :

- **Manfaat Bagi Gen Z**

Perancangan ini dapat menjadi panduan dalam memahami dan mengadopsi gaya hidup *Cottagecore*, sekaligus menjadi inspirasi bagi Gen Z yang tertarik untuk mengekspresikan identitas dan kreativitas melalui fesyen dan gaya hidup yang lebih terhubung dengan alam dan kesederhanaan.

- **Manfaat Bagi Masyarakat Umum**

Perancangan ini dapat memperluas pemahaman masyarakat tentang tren gaya hidup moderen yang berbasis nostalgia terhadap alam dan kehidupan pedesaan, serta dapat menjadi sumber edukasi bagi individu atau kelompok yang tertarik mempelajari sejarah, nilai-nilai, dan praktik *Cottagecore*.

- **Manfaat Bagi Bidang Keilmuan**

Menyediakan sumber informasi yang mendalam tentang gaya hidup *Cottagecore*. Ini juga berfungsi sebagai referensi yang mendalam untuk penelitian atau pengembangan proyek terkait. Selain itu, perancangan ini dapat memperkaya wawasan dan metode dalam menjelajahi tema-tema desain yang berhubungan dengan *Cottagecore*.