

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi Z adalah generasi yang dikategorikan kepada individu yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan 2012. Gen ini menjadikan perkembangan teknologi menjadi integral dari kehidupan yang mempengaruhi perilaku, pola pikir dan cara mereka berkomunikasi serta pengambilan keputusan. Generasi ini sering disebut dengan *digital native*, dikarenakan mereka memiliki kemampuan akan adaptasi cepat terhadap dunia digital yang terus berkembang (Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Menurut Rumbik et al. (2024), mereka juga menyatakan bahwa generasi Z tumbuh pada era *digital native*. Mereka juga menjadikan teknologi sebagai bagian dari kehidupan, bahkan membantu mereka dalam suatu pekerjaan. Berdasarkan data Kemendikbud dalam Putra & Halpiah (2023), komposisi mayoritas penduduk di Indonesia adalah Generasi Z yang mencapai angka 27,94 persen dari total penduduk di Indonesia.

Dari angka tersebut dapat diketahui bahwa Generasi Z memegang peran penting dalam perkembangan Indonesia di masa depan. Meskipun generasi ini memiliki kemampuan yang baik dalam menguasai teknologi, mereka masih kurang mampu dalam membedakan antara pengelolaan dana untuk kebutuhan sehari – hari dan gaya hidup (Candrakusuma & Dewinda, 2024). Fenomena seperti itu akan selalu ada, terutama pada mahasiswa Generasi Z yang mengalami kesulitan dalam hal

mengelola keuangannya. Seharusnya paling tidak mereka dapat memilah hal yang menjadi kebutuhan dan yang menjadi keinginan sesaat.

Pada zaman ini perkembangan teknologi yang semakin canggih banyak sekali berbagai istilah baru bermunculan, kebiasaan yang mudah viral di masyarakat dan melakukan hal yang sedang *trend*. Istilah baru yang bermunculan di media sosial salah satunya adalah *Self Reward*. *Self Reward* adalah salah satu bentuk penghargaan untuk diri sendiri. *Self Reward* adalah istilah yang digunakan saat seseorang memberikan hadiah untuk dirinya sendiri. *Self Reward* umumnya dijadikan media untuk mengapresiasi diri dan menghargai diri sendiri atas kerja keras dan perjalanan hidup yang sudah dilalui sebelumnya. *Self Reward* selalu dianggap sebagai hal efektif untuk menjaga keseimbangan mental manusia dan meningkatkan rasa cinta terhadap diri sendiri. Pentingnya *self reward* diantaranya lebih menghargai diri sendiri, sebagai arti bahwa kamu mencintai hidupmu, membangkitkan semangat dan motivasi, baik untuk kesehatan mental, membuat pikiran selalu positif, melepas stress, serta mencintai diri sendiri.

Data menunjukkan bahwa mahasiswa Generasi Z akademik menghadapi tingkat stress akademi yang signifikan dengan sekitar 40% melaporkan masalah kesehatan mental serius yang memerlukan dukungan (Kementerian Kesehatan 2022). Seiring dengan peningkatan beban psikologis tersebut, praktik *self reward* meningkat tajam. Sebuah studi tren konsumen terbaru mencatat lonjakan volume pencarian terkait *self reward* sebesar 85% dalam dua tahun terakhir, sering dikaitkan dengan aktivitas konsumtif seperti pembelian produk *self care*, kuliner mewah, atau liburan singkat (Lembaga Riset Konsumen, 2024). Meskipun pada dasarnya

adalah bentuk penguatan positif, tren ini telah berevolusi menjadi sebuah praktik budaya yang terstruktur dalam narasi digital, mendefinisikan batas antara kebutuhan dan keinginan, serta memengaruhi lanskap gaya hidup Generasi Z secara keseluruhan (*Psychology Today*, 2021)

Proses terjadinya *selfreward* umumnya melibatkan interaksi kompleks antara dimensi kognitif, emosional dan perilaku manusia yang dapat di observasi melalui berbagai fase psikologis. Pada fase awal individu mengidentifikasi target atau tindakan yang diharapkan seperti menyelesaikan suatu tugas atau target. Ketika target tersebut berhasil dicapai otak akan memproses pencapaian ini melalui mekanisme penghargaan yang melibatkan korteks prefrontal dan sistem limbik sehingga memicu respons emosional yang positif. *Selfreward* selanjutnya terjadi Ketika individu secara aktif memberikan timbal balik baik berupa apresiasi internal maupun hadiah material seperti pembelian barang yang diinginkan.

Fenomena *selfreward* terjadi salah satunya ada pada Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. Beberapa kasus yang peneliti temui khususnya ada pada beberapa teman – teman peneliti temui khususnya ada pada beberapa teman – teman peneliti di Angkatan 2022, mereka terbiasa melakukan *selfreward* tersebut ketika setelah melakukan suatu pencapaian atau kerja keras dalam mencapai suatu keberhasilan atau target terpenuhi adapun perspektif lain, beberapa dari mereka melakukan *selfreward* untuk lebih menyemangati dan menghargai dirinya sendiri. *Self Reward* bisa berbentuk berbagai macam hal, mulai dari belanja, kuliner, perawatan diri, liburan dan lain hal sebagainya. Berdasarkan kasus yang di temui dalam lingkup teman – teman peneliti, mereka biasa melakukan *selfreward* dengan

membeli hal - hal yang mereka sukai, contohnya dengan membeli makanan kesukaan, membeli barang yang bagus ataupun lucu dan banyak hal lainnya. Menurutny, hal tersebut memang terbukti dapat memotivasi mereka karena mereka merasa hal tersebut membuatnya lebih bersemangat dan senang atas apresiasi kepada diri sendiri.

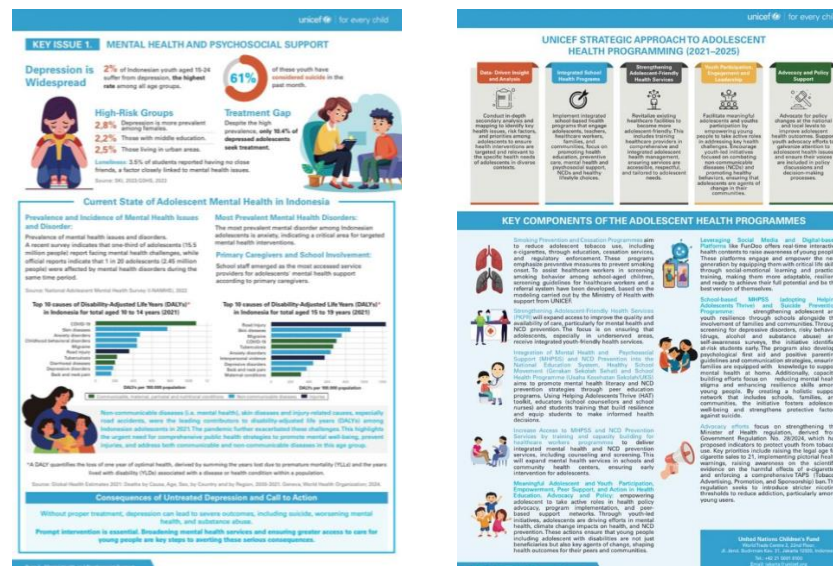
*Self reward* yang dilakukan secara konsisten sangatlah substansial dalam membentuk pola hidup yang lebih produktif dan memuaskan, sebab hal tersebut mendorong pembentukan kebiasaan konstruktif serta resiliensi psikologis. Salah satu keuntungan utamanya adalah peningkatan motivasi intrinsik, dimana individu belajar untuk menghargai proses pencapaian tanpa bergantung secara berlebihan pada imbalan eksternal dari pihak lain. *Selfreward* berkontribusi dalam mengurangi tingkat stres dan kelelahan emosional, karena menyediakan jeda psikologis yang esensial untuk regenerasi. *Selfreward* berkontribusi dalam mengurangi tingkat stres dan kelelahan emosional, karena menyediakan jeda psikologis yang esensial untuk regenerasi. *Selfreward* berkontribusi dalam mengurangi tingkat stres dan kelelahan emosional, karena menyediakan jeda psikologis yang esensial untuk regenerasi.

Dalam ranah kesehatan mental, *self reward* juga memainkan peran penting dalam memperkuat *self esteem*, mengingat setiap bentuk penghargaan diri memperkuat pandangan positif terhadap kapasitas personal. Meskipun demikian, penting untuk menghindari praktik *selfreward* yang berlebihan seperti pengeluaran *impulsive* yang dapat memicu kesulitan finansial. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan *selfreward* dalam rutinitas harian bukan semata-mata tentang pemberian

imbalan, melainkan juga tentang pembentukan dasar bagi perkembangan diri yang berkelanjutan.

Sejalan dengan temuan APA, Menurut laporan data UNICEF mengenai Kesehatan Mental di Indonesia menunjukkan bahwa 1 dari 3 remaja mengalami masalah emosional. Faktor pemicu utamanya meliputi tekanan akademik, ketidakpastian ekonomi yang mendorong munculnya fenomena gaya hidup *self reward* sebagai mekanisme koping, gaya hidup Generasi Z yang terlalu ketergantungan dengan Media Sosial. Masalah emosional yang terjadi berkaitan dengan stress, seperti depresi dan gangguan kecemasan berlebih. Stress adalah faktor terbesar penyebab buruknya kesehatan mental Generasi Z.

**Gambar 1.1 UNICEF Indonesia. (2021). The State of the World’s Children 2021: On My Mind (Indonesia Country Brief), hlm.12.**



Data UNICEF yang menunjukkan bahwa 40 persen Generasi Z mengalami masalah kesehatan mental serius berupa stres akademik merupakan indikator pemicu utama (*because-of-motive*) yang melatarbelakangi fenomena ini.

Tingginya angka stres tersebut menciptakan urgensi psikologis bagi mahasiswa untuk mencari katarsis atau ruang pemulihan mandiri secara cepat. Kondisi tertekan inilah yang secara kausalitas mendorong terjadinya lonjakan volume pencarian kata kunci *self reward* sebesar 85 persen di ruang digital dalam dua tahun terakhir, sebagai cerminan bahwa anak muda secara kolektif sedang membutuhkan mekanisme pertahanan diri (*coping mechanism*) untuk mereduksi beban mental akademik mereka.

Keterkaitan erat antar-data tersebut melahirkan sebuah tanda tanya besar mengenai bagaimana realitas tindakan tersebut dikonstruksikan dan dimaknai oleh mahasiswa di lingkungan Universitas Pasundan. Ketegangan psikologis akibat tuntutan akademik yang tinggi idealnya memicu pencarian ruang apresiasi diri yang sehat, namun lonjakan tren *self reward* di masyarakat justru sering kali mengalami bias makna dan dicap negatif sebagai aktivitas konsumtif yang impulsif semata.

Adanya kapitalisme digital dan budaya influencer telah mendorong praktik penghargaan diri untuk mengambil wujud yang materialistis dan mudah dipamerkan. *Self Reward* turut memicu perbandingan sosial yang intens, dimana *self reward* bukan lagi sekedar tindakan pribadi, melainkan sebuah pertunjukan Gaya Hidup (*Lifestyle Display*) yang memerlukan validasi eksternal. Pergeseran ini menunjukkan bahwa *self reward* bagi sebagian Generasi Z bukan lagi hanya tentang mengapresiasi usaha, tetapi tentang mengonsumsi untuk mendapatkan pengakuan atau citra tertentu.

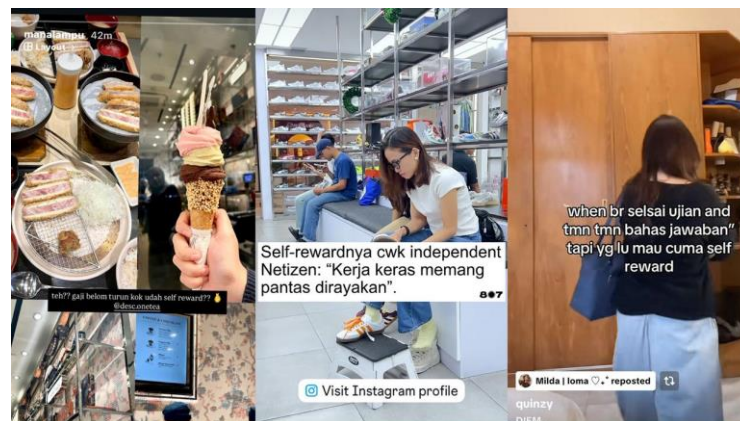
Gaya hidup yang terlalu bergantung pada tren media sosial telah menjadi fenomena umum di era digital saat ini. Individu sering kali menghabiskan waktu berjam – jam untuk mengikuti dan mengadopsi tren yang viral di platform media sosial seperti pembahasan saat ini yaitu *Self Reward*. Hal ini di dorong oleh keinginan untuk tetap relevan dan mendapatkan pengakuan sosial dari komunitas daring. Tren – tren tersebut mencakup mode pakaian, fomo akan kuliner, gaya hidup influencer bahkan sampai trend trend yang mempengaruhi pola pikir diri sendiri. Akibatnya, banyak orang mengalami tekanan untuk selalu mengikuti perkembangan terkini yang dapat mengganggu kehidupan seseorang. Pada akhirnya, fenomena trend ini mencerminkan perubahan nilai – nilai sosial dimana validasi lebih diutamakan daripada interaksi nyata.

Dampak dari gaya hidup yang bergantung pada media sosial dapat menyebabkan seseorang melakukan pembelian *impulsive* barang – barang yang tidak diperlukan, sehingga meningkatkan utang konsumtif dengan contoh masa kini yaitu *Self Reward*. Tekanan dari sosial media yang mengharuskan seluruh gaya hidup terpaku kepada satu objek yang menyebabkan seseorang mengalami gangguan mental. Pada masyarakat, fenomena ini memperkuat stereotip dan ekspektasi yang tidak realistis tentang kehidupan ideal. Mengapresiasi diri ini akan selalu menjadi alasan utama seseorang untuk mengutamakan Gaya Hidup.

Fenomena ini semakin krusial dalam konteks gaya hidup mahasiswa yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya. Hasilnya, *Selfreward* yang melibatkan pembelian produk mahal, perjalanan atau makanan mewah seringkali di danai

dari uang saku terbatas. Problematika ini menggarisbawahi urgensi untuk memahami bagaimana mahasiswa membangun makna *self reward* mereka, apakah sebagai alat *self care* yang sehat atau sebagai justifikasi perilaku konsumtif yang berpotensi merugikan masa depan keuangan mereka.

**Gambar 1.2 Ragam Aktivitas Self Reward di Media Sosial Peneliti**



Dokumentasi diatas merupakan dokumen yang dihimpun melalui aktivitas sosial media peneliti, merepresentasikan fenomena perilaku *self reward* sebagai bentuk apreseiasi diri nyata di tengah tekanan aktivitas akademik maupun sosial. Berbagai unggahan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas mengonsumsi hidangan kuliner hingga pembelian barang tertentu dimaknai sebagai mekanisme koping untuk menjaga kesejahteraan psikologis dan mengembalikan motivasi diri.

Melalui perspektif ini, *self reward* bukan lagi sekedar tindakan konsumtif, melainkan sebuah bentuk perayaan atas kerja keras yang dipandang pantas secara sosial, sehingga individu cenderung memprioritaskan pemulihan energi mental guna mengatasi rasa lelah atau kurangnya kepercayaan diri. Dokumentasi ini

mempertegas bahwa *self reward* sepenting itu untuk generasi z dan patut dipertanyakan fungsi dibalik itu.

Objek penelitian yang peneliti ambil disini merupakan Mahasiswa Universitas Pasundan Kota Bandung karena fenomena saat ini khususnya teman - teman peneliti angkatan 2022 yang memakai kata “*Self Reward*” sebagai sarana mereka dalam mengapresiasi diri mereka dari suatu pencapaian yang cukup membuat dirinya merasa berat dan sulit. Banyak diantara mereka melakukan *Self Reward* tersebut salah satu contohnya dengan membeli makanan enak yang sedang trending di media sosial dengan jumlah yang banyak, membeli barang - barang menggemaskan bahkan sampai wisata ketempat mahal.

Dalam tinjauan literatur akademik, terdapat indikasi bahwa proses penghargaan diri memiliki hubungan yang penting dengan komunikasi. Salah satu studi penting yang menghubungkan aspek *self reward* dengan komunikasi adalah temuan mengenai nilai intrinsik dari *self-disclosure* atau pengungkapan diri, di mana tindakan berbagi informasi pribadi (sebuah bentuk komunikasi) diaktifkan sebagai suatu bentuk *self reward* subjektif di sistem dopamin mesolimbik otak (Tamir & Mitchell, 2012). Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi khususnya yang bersifat pribadi dapat berfungsi sebagai mekanisme *self reward* bagi individu. Hal ini menggarisbawahi perlunya penelitian lebih lanjut untuk menjembatani kaitan antara *self-reward* sebagai strategi *coping* personal dan dampaknya terhadap proses komunikasi intrapersonal.

Berdasarkan pengamatan terhadap literatur yang ada, mengenai *Self Reward* ini mulai marak dibahas, sebagian besar kajian masih berfokus pada alat atau instrumen. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki pembaruan berupaya mengisi celah karena terdapat kekosongan literatur yang secara mendalam mengenai pemaknaan self reward yang tidak lagi dipandang sekedar mekanisme koping atau hadiah sesaat, melainkan sebagai elemen inti dalam konstruksi gaya hidup mahasiswa generasi z. Di tengah dinamika ekosistem urban Kota Bandung khususnya, Universitas Pasundan. Celah penelitian ini semakin nyata karena dimana batasan antara kebutuhan emosional dan tuntutan gaya hidup kelompok sebaya seringkali menjadi bias. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi ruang kosong tersebut dengan mengeksplorasi pemaknaan subjektif dibalik tindakan self reward, guna memahami bagaimana praktik ini bertransformasi menjadi sebuah pola hidup yang mapan dan memiliki makna simbolis tertentu bagi mahasiswa di lingkungan Universitas Pasundan.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori Fenomenologi dalam komunikasi intrapersonal menurut Alfred Schutz. Pandangan tentang Fenomenologi pada situasi interaktif yang memaparkan bahwa setiap individu ia mengonstruksi makna subjektif dari pengalaman hidup seseorang dalam dunia keseharian. Tindakan manusia bukan sekedar respons terhadap stimulus, melainkan hasil dari proses interpretasi yang didasarkan pada stok pengetahuan (stock of knowledge) yang dimiliki individu tersebut. Fenomenologi, Alfred Schutz (1967) mengemukakan tiga prinsip utama, yakni : Motif, Tindakan dan Makna.

Maka dari itu Penulis tertarik untuk meneliti skripsi dengan judul ***PEMAK-NAAN SELF REWARD PADA GAYA HIDUP MAHASISWA GENERASI Z UNIVERSITAS PASUNDAN*** adalah karena judul skripsi ini berlatar belakang dari sebuah masalah yang penting untuk dilakukan penelitian dan dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan mendesak dan relevan. Penulis juga tertarik untuk meneliti judul skripsi ini karena fenomena yang diteliti masih ramai diberitakan. Karena, Generasi Z saat ini merupakan kelompok usia dominan di lingkungan perguruan tinggi, khususnya Universitas Pasundan. Mereka tumbuh di era digital yang serba cepat, dimana tekanan akademik, tuntutan sosial, dan paparan media sosial yang intens menciptakan kebutuhan unik akan motivasi diri. Salah satu contohnya seperti yang penulis lihat, Gaya hidup Generasi Z marak dilakukan dikalangan Generasi Z di Kota Bandung sebagai cara yang efektif untuk mengapresiasi diri sendiri.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Dari penjelasan latar belakang yang telah dijabarkan diatas peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan yang telah menjadi fokus penelitian yakni:

Bagaimana Mahasiswa Universitas Pasundan memaknai *Self Reward* pada Gaya Hidup.

### **1.2.1 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti mengajukan pernyataan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Motif yang mendorong mahasiswa generasi Z mengenai *Self Reward* pada gaya hidup di Universitas Pasundan?

2. Bagaimana Tindakan yang dilakukan mahasiswa Generasi Z mengenai *Self Reward* pada gaya hidup di Universitas Pasundan?
3. Bagaimana mahasiswa Generasi Z Memaknai *Self Reward* pada gaya hidup di Universitas Pasundan?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Kemudian ada tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Motif mahasiswa generasi Z mengenai pemaknaan *Self Reward* tentang gaya hidup di Universitas Pasundan.
2. Untuk mengetahui Tindakan mahasiswa generasi Z mengenai pemaknaan *Self Reward* tentang gaya hidup di Universitas Pasundan.
3. Untuk mengetahui Makna mahasiswa generasi Z mengenai pemaknaan *Self Reward* tentang gaya hidup di Universitas Pasundan.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu sosial. Berkaitan dengan judul penelitian, maka peneliti terbagi menjadi 2 yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis:

### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi dalam kajian ilmu komunikasi di bidang komunikasi intrapersonal mengenai gaya hidup Mahasiswa Universitas Pasundan Generasi Z yang ada di Kota Bandung.
2. Hasil penelitian ini bisa melengkapi kepustakaan dalam bidang Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Hubungan Masyarakat.
3. Menjadi bahan informasi dan referensi bagi pihak yang membutuhkan khususnya kalangan mahasiswa.

### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini menjadi acuan mahasiswa untuk mengetahui sejauh mana pandangan Mahasiswa terhadap *Self Reward*.
2. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Pasundan khususnya program studi Ilmu Komunikasi sebagai literatur bagi penelitian berikutnya.