

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsep *Self Reward* yang dikemukakan oleh ahli melibatkan pemahaman tentang psikologi, motivasi, dan pembelajaran. Sebagai contoh, Albert Bandura, seorang psikolog, memperkenalkan teori pembelajaran sosial yang mencakup reinforcement atau penguatan, termasuk penguatan diri (*self-reinforcement*). Dalam hal ini, individu memberikan penghargaan kepada diri sendiri setelah mencapai tujuan atau perilaku yang diinginkan.

*Self Reward* adalah sebuah konsep dimana seseorang memberikan penghargaan kepada diri sendiri atas pencapaiannya guna untuk memotivasi dirinya sendiri, menjaga kesehatan mental, dan membangun kebiasaan positif, serta banyak hal yang bisa dilakukan dari *Self Reward* ini mulai dari membeli barang keinginan sampai dengan liburan ke tempat yang di tuju.

Generasi Z, atau yang sering disebut sebagai *Gen Z*, merujuk pada kelompok individu yang lahir sekitar pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an. Mereka ditandai oleh pengalaman hidup yang erat kaitannya dengan kemajuan teknologi digital, tumbuh di tengah era internet yang berkembang pesat. Masyarakat *Gen Z* dikenal sebagai pengguna teknologi yang mahir, terbiasa menggunakan media sosial, dan memiliki keterampilan multimedia yang berkembang sejak dini. Mereka menunjukkan karakteristik kreatif, mandiri, dan fleksibel, serta memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Aktivisme dan kepedulian terhadap keadilan sosial menjadi bagian integral dari identitas *Gen Z*.

Mengutip dari Bisnis.com, sebanyak 73% dari Generasi Z masih merasa ragu dalam mengelola keuangan jangka panjang. Mereka cenderung lebih memprioritaskan *Self Reward* sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri setelah bekerja selama sekitar satu bulan. Bagi mereka, *self reward* dianggap sebagai suatu kewajiban untuk memanjakan diri, bahkan jika itu melibatkan

pembelian barang yang sebenarnya tidak diperlukan.

Mengutip dari [alenia.id](http://alenia.id) *Gen Z* dikenal sebagai generasi yang boros dengan menerapkan gaya hidup “ *Self Reward*” atas pencapaian yang mereka dapatkan, dan mereka menggunakan penghasilan yang bisa dikategorikan untuk kehidupan para *Gen Z* sehari-hari untuk dipakai bersenang-senang dengan kata “*Self Reward*” serta rata-rata masyarakat *Gen Z* masih sulit mengelola penghasilannya dikarenakan pengalaman yang kurang cukup.

Mengutip dari [alenia.id](http://alenia.id) banyak masyarakat *Gen Z* yang memiliki golongan SES B-C memiliki kebiasaan melakukan memenuhi *Self Reward* dengan cara yang berbeda-beda salah satunya yang sangat sering dilakukan oleh para masyarakat *Gen Z* adalah membeli pakaian baru ataupun *gadget* baru yang bisa menghabiskan uang mereka hanya untuk memenuhi keinginan *Self Rewardnya* saja.

Mengutip dari [detikfinance.com](http://detikfinance.com) kota jakarta merupakan salah satu kota metropolitan yang dimana jakarta dikenal sebagai kota yang memiliki biaya hidup yang tinggi dibandingkan kota-kota lain di Indonesia. Menurut Co-Founder [Lynk.id](http://lynk.id) kebanyakan anak muda di Jakarta mengeluhkan dirinya tidak bisa menabung dikarenakan tingginya kebutuhan hidup di kota Jakarta dan rata-rata masih belum mendapatkan gaji diatas Upah Minimum Regional (UMR).

Menurut (Otoritas Jasa Keuangan) tingkat literasi keuangan para *Gen Z* hanya sebesar 44,0% dengan jumlah penduduk yang tingkatannya mencapai 72,9 juta jiwa. Menurut (Otoritas Jasa Keuangan) literasi dengan angka seperti itu termasuk kedalam tingkat literasi keuangan yang rendah karena kurangnya informasi tentang keuangan untuk masyarakat *Gen Z* serta mencapai dibawah angka 60% serta tingkat literasi keuangan yang rendah menunjukkan bahwasannya para *Gen Z* sulit untuk mengatur keuangan mereka antara kebutuhan dan keinginan.

Menurut alodokter ada beberapa faktor ketika masyarakat tidak bisa mengatur keuangannya salah satunya adalah menderita stres dan kecemasan yang berlebihan. Masyarakat yang sulit dalam mengatur keuangannya bisa mengalami stres finansial yang biasanya terlihat dari kekhawatiran yang

berlebih mereka merasakan cemas yang cukup berkepanjangan ketika memiliki kewajiban yang belum mereka jalankan ketika mereka tertimpa masalah keuangan yang parah. Lalu berlebihan dalam melakukan *Self Reward* juga bisa berdampak kepada kesehatan fisik maupun mental seperti terlalu sering melakukan *Self Reward* dengan membeli makanan yang enak terus tanpa memikirkan gizinya menyebabkan obesitas, diabetes, dan penyakit lainnya.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z masih menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan mereka, cenderung lebih memprioritaskan *self reward* dari penghasilan bulanan mereka tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang. Kesulitan ini mencerminkan tantangan dalam fokus pada kebutuhan esensial dibandingkan keinginan instan.

Dalam konteks ini, penulis menyimpulkan bahwa topik ini memerlukan perancangan Media Informasi yang membahas dampak self-reward terhadap keuangan *Gen Z*. Hal ini bertujuan mengajak serta merubah kebiasaan para *Gen Z* agar dapat lebih memprioritaskan kebutuhan yang benar-benar esensial, membedakan dengan keinginan yang seharusnya tidak menjadi prioritas. Penulis bermaksud membuat Media Informasi berupa platform sosial media dan microsite untuk memberikan pemahaman kepada *Gen Z* yang terjebak dalam gaya hidup tersebut serta membuat sebuah Media Informasi dengan media yang bersangkutan agar para masyarakat *Gen Z* tersebut bisa mengelola keuangan mereka. untuk mencapai audiens yang lebih luas dan membantu Generasi Z dalam mengembangkan keterampilan mengatur keuangan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan disampaikan dalam penulisan perancangan Tugas Akhir (TA) ini adalah bagaimana Perancangan Media informasi tentang bagaimana Dampak *Self Reward* terhadap keuangan para *Gen Z* Usia 18-25 tahun.

### 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang ada dalam perancangan media informasi tersebut antara lain:

#### 1. Demografis

- a. Usia: 18-25 tahun

Rentang usia ini dipilih karena menurut organisasi kesehatan dunia rentang umur Gen Z adalah kisaran kelahiran 1997 sampai dengan 2010 dan menurut Jakarta IDN Times rentan usia 18 sampai 25 tahun rata-rata sudah memiliki pendapatan pribadi serta menurut Jakarta IDN Times rata rata penghasilan *Gen Z* tidak lebih dari 2,5 juta dalam satu bulannya.

- b. Gender: Laki-Laki dan Perempuan
- c. Kewarganegaraan: Indonesia
- d. Social Economic Status (SES): B-C
- e. Pendidikan Terakhir : SMA – S1

#### 2. Geografis

- a. Negara: Indonesia
- b. Provinsi: Jakarta

Menurut detikfinance.com Jakarta adalah sebuah kota metropolitan yang dimana Kota Jakarta dikenal memiliki biaya hidup yang lebih tinggi daripada Kota-Kota lain di Indonesia. Banyak anak muda yang merantau dan bekerja di Jakarta dan rata-rata dari mereka mengaku kesulitan untuk mengatur keuangan.

#### 3. Psikografis

- a. *Gen Z* yang memiliki kesulitan dalam mengelola keuangan
- b. *Gen Z* yang memiliki karakteristik banyak keinginan.
- c. *Gen Z* yang memiliki karakter *Fear Of Missing Out*.

- d. *Gen Z* yang tidak bisa menyeimbangkan keuangan mereka untuk kebutuhan pribadi dan keinginan.
- e. *Gen Z* yang berumur 18-25 tahun yang sudah memiliki pendapatan pribadi

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan tugas akhir ini adalah Media Informasi yang diadakan di Social Media agar *Gen Z* bisa mencari tahu tentang pentingnya mengatur keuangannya dengan baik dan jangan terlalu sering memberikan *self reward* ketika memiliki uang yang seharusnya dipakai untuk keperluan pribadi.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Pelaksanaan Perancangan Media Informasi dampak *Self Reward* terhadap Keuangan *Gen Z* memiliki manfaat yang cukup beragam untuk beberapa pihak, pihak tersebut meliputi mahasiswa, orang lain, dan Universitas Multimedia Nusantara.

##### **1. Bagi Penulis**

- a) Mencapai sebuah syarat kelulusan sarjana di Universitas Multimedia Nusantara.
- b) Mendapatkan pengalaman dalam memecahkan masalah dengan pola pikir yang cukup kuat
- c) Memecahkan permasalahan yang benar adanya

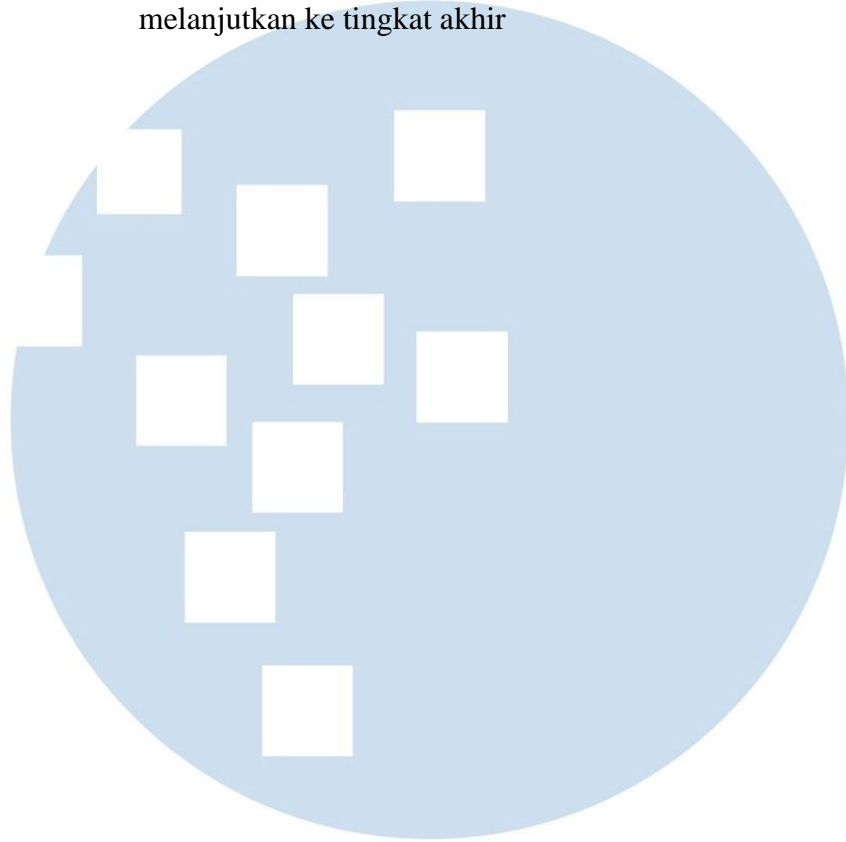
##### **2. Bagi Orang Lain**

- a) Menjadi salah satu sumber informasi tentang bagaimana para *Gen Z* untuk mengatur keuangannya dengan bijak
- b) Bisa menjadi ajakan untuk para *Gen Z* untuk tidak menggunakan pengeluaran untuk kebutuhan demi memenuhi kebutuhan *Self Reward*

##### **3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara**

- a) Menjadi pembelajaran bagi mahasiswa yang ingin menyusun perancangan Media Informasi untuk tugas akhir
- b) Meningkatkan kualitas mahasiswa ketika sudah menjadi sarjana

- c) Menjadi salah satu sumber referensi untuk mahasiswa yang ingin melanjutkan ke tingkat akhir



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA