

**PRAKTIK *SELF-REWARD* DI MEDIA SOSIAL PADA
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

SKRIPSI

OLEH:

SASTRA LINDA YUMARNI

218530050



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/26

Access From (repositori.uma.ac.id)10/3/26

**PRAKTIK *SELF-REWARD* DI MEDIA SOSIAL PADA
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

OLEH:

SASTRA LINDA YUMARNI

218530050



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/26

Access From (repositori.uma.ac.id)10/3/26

PRAKTIK SELF-REWARD DI MEDIA SOSIAL PADA

MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MEDAN AREA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Medan Area

OLEH:

SASTRA LINDA YUMARNI

218530050

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/3/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)10/3/26

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Sastra Linda Yumarni
NPM : 218530050
Judul Skripsi : PRAKTIK *SELF-REWARD* DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi

Diketahui Oleh:

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M.I.P



Dr. Faufik Wal Hidavat, S.Sos, MAP

Tanggal Lulus 24 Juli 2025

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sastra Linda Yumarni

NPM : 218530050

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri, adapun bagaian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apalagi dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 24 Juli 2025



Sastra Linda Yumarni

218530050

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai citivas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Sastra Linda Yumarni

NPM : 218530050

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Praktik *Self-Reward* Di Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Medan Area” dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (databes), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 24 Juli 2025



Sastra Linda Yumarni
218530050

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi mempraktikkan *self-reward* melalui media sosial. Seperti apa bentuk *self-reward* yang di bagikan, dampak dari tindakan tersebut dalam kehidupan mereka, dan kategori kebutuhan yang menjadi alasan utama. *Self-reward* adalah bentuk penghargaan yang diberikan individu kepada dirinya sendiri atas usaha atau pencapaian tertentu. Di era digital, banyak mahasiswa membagikan momen *self-reward* mereka melalui platform seperti *Instagram*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman langsung dari mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratification* untuk melihat bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk *self-reward* yang dilakukan mahasiswa beragam, mulai dari membeli barang, menikmati makanan favorit, hingga melakukan aktivitas hiburan seperti *traveling* atau *staycation*, yang kemudian dibagikan di media sosial. *Self-reward* tidak hanya memberikan dampak positif seperti meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri, tetapi juga memiliki dampak negatif jika dilakukan tanpa kontrol diri, seperti konsumtif berlebihan dan pencarian validasi sosial. Mahasiswa melakukan *self-reward* berkaitan dengan beberapa kebutuhan, seperti mencari hiburan, pelarian, membentuk citra diri di media sosial, serta berbagi informasi dengan orang lain.

Kata Kunci: *Self-reward*, Media Sosial, Mahasiswa, Fenomenologi

ABSTRACT

This study aims to understand how Communication Science students practice self-reward through social media. It explores the forms of self-reward they share, the impact of these actions on their lives, and the categories of needs that serve as the main reasons. Self-reward is a form of appreciation individuals give to themselves for certain efforts or achievements. In the digital era, many students share their self-reward moments through platforms such as Instagram. This research uses a qualitative approach with a phenomenological method to explore the direct experiences of students who are active social media users. The theory used is Uses and Gratification, to see how students utilize social media to fulfill their personal needs. Data were collected through interviews, observation, and documentation. The results show that the forms of self-reward practiced by students are diverse, ranging from buying goods, enjoying favorite foods, to engaging in recreational activities such as traveling or staycations, which are then shared on social media. Self-reward not only provides positive impacts such as increased motivation and self-confidence, but also has negative effects if done without self-control, such as excessive consumerism and seeking social validation. Students engage in self-reward to meet various needs, including seeking entertainment, escapism, building self-image on social media, and sharing information with others.

Keywords: *Self-reward, Social Media, Students, Phenomenology*

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Sastra Linda Yumarni lahir di Medan, Sumatera Utara pada 5 Agustus 2002, anak dari Bapak Sudirman Tanjung dan Ibu Jasmi Haidanen Koto, penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Tahun 2020, penulis menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Harapan Mandiri yang berada di Medan, Sumatera Utara. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 di Universitas Medan Area, dan sudah terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada tahun 2024 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Utara yang beralamat di Jalan Pangeran Diponegoro Nomor 30, Medan, Kode Pos 20152, Sumatera Utara. Penulis melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul “Praktik *Self-reward* Di Media Sosial Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Maha Esa yang telah melipihkan segala berkah dan rahmatnya serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Praktik *Self-reward* Di Media Sosial Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Medan Area.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis banyak mendapatkan pelajaran, pengalaman baru, serta pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena *self-reward* yang dilakukan oleh mahasiswa di tengah kesibukan mereka. Meskipun selama mengerjakan skripsi penulis merasa lelah, takut, dan khawatir, tetapi penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Mulai dari ide, tenaga, dorongan semangat, dan waktu yang diluangkan selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa semua usaha dan kerja keras selama ini pasti akan memberikan hasil yang memuaskan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc.**, Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak **Dr. Walid Musthafa S, S.Sos., M.IP.**, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak **Dr. Selamat Riadi, S.E., M.I.Kom.**, Selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos., M.AP.**, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
5. Bapak **Dr. Syafrizaldi, S.Psi., M.Psi.**, Selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, dengan sabar memberikan arahan, masukan, selama proses penyusunan skripsi ini. Sehingga Bimbingan dan ilmu yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak **Dr. Dedi Sahputra, S.Sos., M.A.**, Selaku Ketua Panitia sidang dan Bapak **Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I.Kom.**, Selaku Sekretaris sidang skripsi saya yang sudah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan saran serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh **Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area**, khususnya Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayah **Sudirman Tanjung**. Terima kasih atas segala pengorbanan dan selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Di tengah segala kesibukan dan tanggung jawab yang berat, penulis sangat menghargai setiap usaha Ayah yang mungkin tidak selalu terucap, tetapi selalu hadir dalam bentuk perhatian dan pengorbanan. Serta kasih sayang yang tidak ada habisnya sehingga mampu mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi
9. Seseorang yang doanya tidak pernah putus, Mama **Jasmi Haidanen Koto**. Terima kasih sebesar-besarnya sudah melahirkan, merawat, dan membesarkan dengan penuh cinta. Terima kasih atas doa-doa yang terus mengalir menyertai setiap langkah kaki penulis, pengorbanan, kesabaran, tenaga dan segala nasihat serta pelukan hangat Mama yang tidak ada gantinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Satu-satunya Adikku, **Dedi Suherman Sahputra Koto**. Terima kasih sudah menjadi teman main dirumah. Walaupun menjadi seorang adik, terima kasih sudah selalu memberikan hal-hal kecil untuk penulis dan terima kasih atas banyaknya hiburan, candaan, dukungan untuk semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat Seperjuangan semasa perkuliahan. **Mia Firza Tanjung, Sri Wahyu Hidayati, dan Salwa Hanifa Abdi**. Terima kasih untuk tawa yang menghidupkan suasana, saling menguatkan ketika semangat, dan berbagi cerita dalam suka maupun duka. Bukan hanya teman kuliah, tapi juga sahabat yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini.
12. Sahabat SD yang bertahan hingga saat ini, **Dwi Setia Ningsih**. Terima kasih tetap hadir di perjalanan skripsi ini. Terima kasih telah tumbuh

bersama, tertawa, belajar, dan saling menguatkan dari masa kecil hingga sekarang. Semoga persahabatan kita selalu terjaga dan penuh kenangan.

13. Terakhir, **Sastra Linda Yumarni**. Terima kasih untuk diri sendiri sudah berhasil bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Meskipun perjalanan menyusun skripsi bukan hal yang mudah, tapi pada akhirnya berhasil menyelesaikannya. Terima kasih sudah lebih sabar dalam menjalankan proses, dan selalu percaya pada diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, penulis memohon maaf atas segala keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan masukan dari semua pihak demi perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan referensi yang berguna. Dan semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kemudahan, petunjuk, dan keberkahan dalam setiap langkah kita ke depan.

Medan, 24 Juli 2025

Sastra Linda Yumarni
218530050

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Komunikasi	11
2.2 Praktik	13
2.3 <i>Self-reward</i>	14
2.3.1 Pengertian <i>Self-reward</i>	14
2.3.2 Faktor Pendorong <i>Self-reward</i>	17
2.3.3 Manfaat <i>Self-reward</i>	18
2.3.4 Bentuk-Bentuk <i>Self-reward</i>	20
2.3.5 Dampak <i>Self-reward</i>	22
2.4 Media Sosial.....	23
2.4.1 Pengertian Media Sosial.....	23
2.4.2 Karakteristik Media Sosial	25
2.4.3 Manfaat Media Sosial.....	27
2.5 <i>Instagram</i>	28
2.6 <i>Uses and Gratification Theory</i>	29
2.6.1 Pengertian <i>Uses and Gratification Theory</i>	29
2.6.2 Konsep Utama <i>Uses and Gratification Theory</i>	31
2.6.3 <i>Uses and Gratifications</i> di Era Media Baru	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	36
2.8 Kerangka Berpikir	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Waktu Penelitian	41
3.4 Informan Penelitian	41
3.5 Sumber Data.....	43

3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis Data	45
3.8	Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1.	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Universitas Medan Area	49
4.1.2	Visi dan Misi Universitas Medan area	51
4.1.3	Logo Universitas Medan Area.....	52
4.1.4	Struktur Organisasi Universitas Medan Area.....	52
4.1.5	Identitas Informan.....	53
4.1.6	Jadwal Wawancara Informan.....	53
4.2.	Hasil Wawancara	53
4.2.1	Bentuk-bentuk praktik <i>self-reward</i> mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area di media sosial	53
4.2.2	Dampak praktik <i>self-reward</i> mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.....	63
4.2.3	Kategori kebutuhan <i>self-reward</i> menurut teori <i>Uses and Gratification</i> di era media baru.....	68
4.3.	Pembahasan.....	76
4.3.1	Bentuk-bentuk praktik <i>self-reward</i> mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area	76
4.3.2	Dampak praktik <i>self-reward</i> mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.....	82
4.3.3	Kategori kebutuhan <i>self-reward</i> menurut teori <i>Uses and Gratification</i> di era media baru.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	94
5.2.1	Saran Untuk Universitas	94
5.2.2	Saran Untuk Mahasiswa.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....		96
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	36
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	41
Tabel 3. 2 Informan Penelitian	42
Tabel 4.1 Identitas Informan	53
Tabel 4. 2 Jadwal Wawancara informan.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Self reward</i> versi masing-masing individu	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Logo Universitas Medan Area.....	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Universitas Medan Area.....	52
Gambar 4.3 self-reward dan history belanja online informan Noel.....	55
Gambar 4.4 Kegiatan Liburan Informan Rizky	56
Gambar 4.5 Kegiatan Self-reward informan Elsida.....	58
Gambar 4. 6 Kegiatan Berbelanja dan Liburan Informan Rizka	59
Gambar 4.7 kegiatan <i>Self-Reward</i> atau <i>Me-time</i> informan Theysa.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membangun identitas diri, termasuk cara mereka mengekspresikan diri dan memberi penghargaan pada diri sendiri. Praktik penghargaan diri mahasiswa, khususnya di Universitas Medan Area, menarik untuk diteliti. *Self-reward* dapat didefinisikan sebagai tindakan memberi penghargaan kepada diri sendiri setelah menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan, yang biasanya ditunjukkan dengan unggahan di media sosial.

Dengan adanya kemajuan teknologi, ada banyak ide baru untuk pembuatan aplikasi media sosial. Beberapa aplikasi termasuk *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, *Line*, dan lainnya. Munculnya berbagai platform media sosial memiliki efek besar pada masyarakat. Masyarakat akan mudah berkomunikasi satu sama lain, termasuk teman, keluarga, dan kerabat. Aplikasi media sosial berfungsi sebagai penghubung dan wadah masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lain sehingga komunikasi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

Melalui komunikasi, individu dapat belajar tentang berbagai cara untuk melakukan *self-reward* dari pengalaman orang lain. Diskusi tentang apa yang dianggap sebagai penghargaan yang layak atau cara-cara kreatif untuk merayakan pencapaian dapat memperkaya pemahaman individu tentang praktik ini. Mahasiswa sering membagikan momen saat mereka memberi penghargaan pada diri sendiri di media sosial, dengan tujuan untuk memotivasi dan menginspirasi orang lain.

Salah satu fenomena yang muncul dari penggunaan media sosial adalah praktik *self-reward* atau pemberian penghargaan pada diri sendiri, yang sering kali dipublikasikan secara *online*. Praktik *self-reward* yang dipublikasikan di media sosial dapat dilihat sebagai bentuk apresiasi diri yang unik di era digital. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mahasiswa memandang prestasi dan pencapaian mereka, serta bagaimana mereka menggunakan media sosial untuk mendapatkan validasi dan pengakuan Media.

Media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi mahasiswa tentang *self-reward*. Mahasiswa cenderung membagikan momen-momen pencapaian mereka di platform media sosial, yang tidak hanya berfungsi sebagai bentuk apresiasi diri tetapi juga sebagai cara untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain. Hal ini menciptakan tekanan sosial yang dapat memengaruhi bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan pencapaian yang telah diraih.

Universitas Medan Area, sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi terkemuka di Sumatera Utara, memiliki program studi Ilmu Komunikasi yang aktif dan berkembang. Mahasiswa di program studi ini tidak hanya mempelajari teori komunikasi, tetapi juga dihadapkan pada realitas penggunaan media dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, mereka menjadi subjek yang ideal untuk mengkaji fenomena ini.

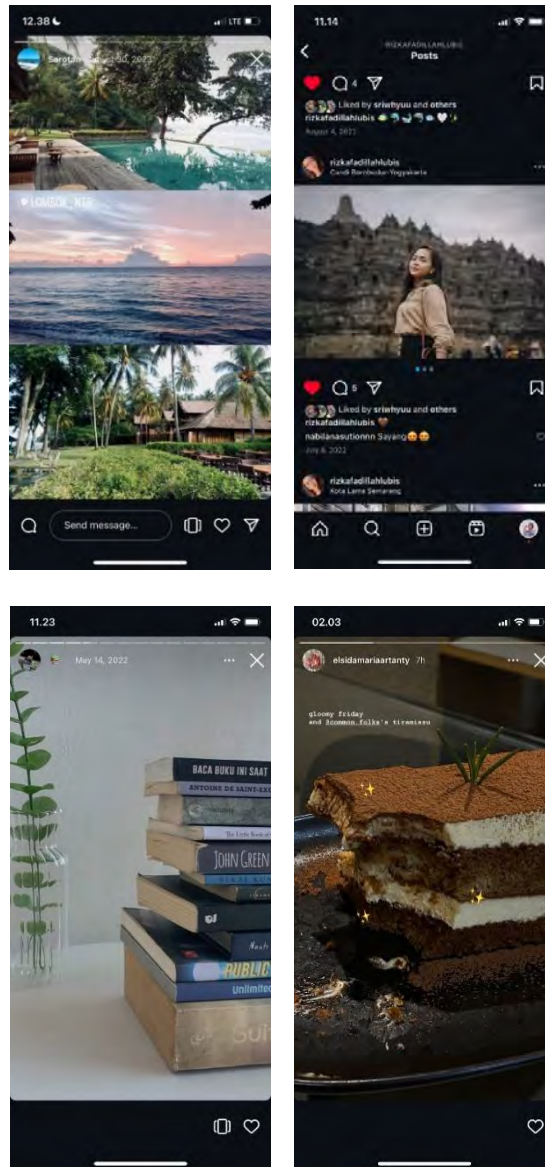
Mahasiswa memerlukan motivasi untuk mendukung aspek pendidikan di masa depan. Namun, mahasiswa sering merasa lelah dan jenuh, yang mengurangi keinginan mereka untuk belajar. Tidak adanya apresiasi yang diberikan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa. Oleh karena itu,

diperlukan *self-reward* sebagai upaya untuk mengapresiasi diri sendiri karena telah bekerja dengan cukup keras.

Mahasiswa, sebagai individu yang sedang dalam fase pencarian jati diri dan pengakuan, kerap kali memanfaatkan media sosial untuk mengekspresikan diri dan mendapatkan validasi dari lingkungan sekitarnya. Pencapaian-pencapaian akademis, prestasi non-akademik, hingga hal-hal sederhana dalam keseharian diunggah ke media sosial dengan harapan mendapatkan apresiasi dari orang lain. Bentuk apresiasi ini kemudian mendorong individu untuk memberikan penghargaan terhadap dirinya sendiri, yang populer disebut sebagai *self-reward*.

Wahyuningsari et al., (2022) menjelaskan *self-reward* adalah istilah yang digunakan saat seseorang memberikan hadiah untuk dirinya sendiri, dalam berbagai bentuk dan tidak selalu dalam bentuk barang. Secara umum, *self-reward* didefinisikan sebagai penghargaan yang diberikan terutama kepada diri sendiri dalam bentuk apresiasi atau pemberian hadiah karena telah melakukan pekerjaan yang cukup untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Biasanya *self-reward* dilakukan dengan cara berbelanja, jalan-jalan ataupun menghambur-hamburkan uang untuk membeli barang mahal atau sekedar berkunjung ke tempat sesuai dengan yang diinginkan.

Media sosial berfungsi sebagai platform di mana individu dapat mengekspresikan praktik *self-reward* mereka. Ketika seseorang membagikan pengalaman *self-reward*, seperti liburan atau pencapaian pribadi, mereka tidak hanya merayakan diri sendiri tetapi juga berkomunikasi dengan orang lain. Ini menciptakan interaksi sosial yang dapat memperkuat hubungan dengan teman dan keluarga.



Gambar 1.1 *Self reward* versi masing-masing individu
(Sumber: Peneliti)

Tujuan dari penggunaan media sosial ini diantaranya sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan sesama pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Dengan adanya media sosial ini pengguna dapat terhubung dengan banyak orang, diskusi bersama, membuat forum, mengunggah aktivitas keseharian, dan berbagi informasi lainnya dengan mudah melalui koneksi internet (Fujiawati & Raharja, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kepada media sosial *Instagram* dan fitur yang ada didalamnya yaitu *Instagram stories*. *Instagram* sudah bukan menjadi suatu hal yang baru bagi masyarakat digital. Jejaring sosial ini, merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter*, dan membagikannya ke publik yang juga menggunakan *Instagram*, yang biasa disebut *followers* atau *following*, termasuk milik *Instagram* sendiri.

Sistem sosial yang ada di *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga bisa menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda *like* yang didapat bisa menjadi tolak ukur bahwa pengguna populer atau tidak di *Instagram*.

Self-reward diberikan ketika tercapainya suatu tujuan yang diinginkan dan diharapkan sehingga akan membentuk suatu kebiasaan ketika *reward* itu dilakukan (Salim, 2005). *Reward* diberikan oleh mahasiswa sebagai cara untuk menunjukkan penghargaan atas upaya mereka dalam pekerjaan yang telah mereka selesaikan. Siswa dapat termotivasi untuk meningkatkan keterampilan belajar mereka melalui penyertaan *self-reward*. Selain itu motivasi yang kuat juga akan memberikan dampak yang baik bagi mahasiswa terhadap proses belajarnya.

Praktik *self-reward* sering kali melibatkan pengakuan dari orang lain. Ketika seseorang membagikan pencapaian atau hadiah untuk diri sendiri di media sosial, mereka sering kali menerima komentar positif dan dukungan dari pengikut mereka.

Ini dapat meningkatkan rasa harga diri dan memberikan dorongan emosional, yang merupakan bagian penting dari komunikasi.

Jalan-jalan atau membeli sesuatu yang diinginkan, seperti makanan atau barang adalah cara *self-reward* yang umum dikenal dan dilakukan banyak orang. Unggahan para *influencer* di media sosial dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam bertindak. *Self-reward* dengan jalan-jalan atau membeli sesuatu yang diinginkan tidak akan menjadi masalah selama mampu mengontrol diri dengan baik, karena peneliti juga mengungkapkan kekhawatiran tentang potensi dampak negatif dari *self-reward* yang berlebihan.

Beberapa mahasiswa menyadari bahwa kebiasaan memberi penghargaan pada diri sendiri dapat menyebabkan ketergantungan pada hadiah eksternal sebagai sumber motivasi, sehingga mengurangi kepuasan dari pencapaian itu sendiri. Terkadang tanpa sadar aktivitas tersebut menjadikan ego seseorang untuk ingin lebih baik dari orang lain. Bahkan, pada akhirnya yang dilakukan justru pamer berkedok *self-reward*.

Tanpa disadari, *self-reward* dengan cara seperti itu hanya sebagai bentuk sikap konsumtif untuk menuruti nafsu semata sehingga menyebabkan krisis moneter bagi sebagian orang. Alih-alih *self-reward*, namun jatuhnya kepada bentuk pemborosan. Sungguh, itu bentuk *self-reward* yang tidak baik dan sangat tidak disarankan. Karena sejatinya, *self-reward* itu untuk mengapresiasi diri bukan sebaliknya yang berujung menyengsarakan kita kedepannya.

Jika ego tidak terkendali, aktivitas *self-reward* akan beralih dari tujuan awalnya. Bukan menenangkan pikiran, tetapi malah membebani pikiran. Sehingga kegiatan apresiasi diri ini akan berubah menjadi konsumtif karena mengikuti ego.

Oleh karena itu, selain mengapresiasi diri sendiri, kontrol diri juga diperlukan untuk mencegah kegiatan ini menjadi terlalu berlebihan.

Cara berpikir, perasaan dan tingkah laku yang diperlihatkan seseorang merupakan gambaran kepribadian yang dimiliki individu tersebut. Kontrol diri yang dilakukan untuk dapat menahan godaan dan nafsu dari dalam diri. Kemampuan individu dalam menahan godaan dan nafsu dari dalam diri ini dapat membantu individu dalam melakukan tindakan bermoral yang sesuai dengan harapan sosial.

Kontrol diri menyebabkan individu mampu menahan diri dari hawa nafsu sehingga dapat berperilaku yang benar berdasarkan hati dan pikiran. Kontrol diri menyadarkan individu terhadap konsekuensi berbahaya atas tindakan yang dilakukan sehingga dapat mengontrol emosinya (Borba, 2008). Karena, penghargaan diri tidak selalu datang dalam bentuk materi. Kegiatan *self-reward* dapat dilakukan dengan cara meluangkan waktu untuk diri sendiri, teman-teman, atau keluarga. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengapresiasi diri sendiri daripada membuang-buang waktu untuk kesenangan sesaat.

Dalam konteks akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap perilaku individu. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi institusi pendidikan dan praktisi kesehatan mental dalam merancang program-program yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kesejahteraan mahasiswa.

Melalui penelitian kualitatif, penelitian ini akan mengumpulkan data dari wawancara mendalam dan observasi terhadap unggahan mahasiswa mengenai *self-*

reward. Dengan demikian, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai makna *self-reward* dalam konteks media sosial serta dampaknya terhadap identitas dan kesejahteraan hidup mahasiswa.

Noel mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area sekaligus seorang *freelancer*, mengaku sering melakukan *self-reward* sebagai tempat pelampiasan dirinya ketika merasa lelah menjalankan banyaknya pekerjaan dan diwaktu yang bersamaan harus tetap mengikuti jadwal perkuliahan. Noel biasanya melampiaskan dengan bentuk *self-reward* berupa liburan dan berbelanja *online*, noel juga membagikan kegiatan *self-reward* di media sosial dengan cara untuk berbagi informasi dan sebagai *history* ketika liburan berakhir.

Rizky juga sering melakukan *self-reward* meskipun hanya seorang mahasiswa biasa. Informan mengaku perlu melakukan *self-reward* sebagai penghargaan diri setelah melakukan ujian atau pun pelarian ketika banyak pikiran. Bentuk *self-reward* yang Rizky lakukan adalah liburan, informan merasa bahagia ketika jalan-jalan tanpa beban dan pikiran yang mengganggu. Informan selalu membagikan kegiatan *self-reward* di akun media sosial nya dengan alasan untuk informasi bagi *followers Instagram*.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami lebih dalam fenomena *self-reward* di era digital dan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran media sosial dalam membentuk perilaku apresiasi diri mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru bagi mahasiswa, akademisi, dan masyarakat umum tentang fenomena *self-reward* di era digital.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area melakukan praktik *self-reward* di media sosial mereka.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa saja bentuk-bentuk praktik *self-reward* yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area di media sosial?
2. Bagaimana dampak dari praktik *self-reward* yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area?
3. Bagaimana kategori kebutuhan *Self-Reward* menurut teori *Uses and Gratification* di era media baru?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk-bentuk *self-reward* apa saja yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area melalui media sosial.
2. Mengetahui dampak praktik *self-reward* bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
3. Mengetahui kategori kebutuhan *self-reward* bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu menjelaskan bentuk dan dampak dari *self-reward* yang didorong oleh penggunaan media sosial yang merupakan

fenomena yang relatif baru dan berkembang pesat. Dan juga mengembangkan pemahaman tentang apresiasi diri di era digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang potensi dampak positif dan negatif dari media sosial tentang *self-reward*, sehingga mereka dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi contoh bagi penelitian lain di bidang Ilmu Komunikasi yang ingin mengkaji fenomena sosial yang berkembang di masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Salah satu kebutuhan utama manusia sebagai makhluk sosial adalah komunikasi. Komunikasi adalah alat yang dapat membantu manusia hidup, mengaktualisasikan diri, dan bertahan hidup (Nida, 2015). Komunikasi pada dasarnya adalah proses. Proses komunikasi, menurut Robbins dan Judge (dalam Sietohan & Liliani, 2018), terdiri dari interaksi antara sumber dan penerima, yang menghasilkan transfer dan pemahaman makna. Dalam proses transfer informasi tersebut mengandung pesan (*massage*) dari komunikator kepada komunikan (Suprpto, 2009).

Menurut Kurniawan (2016), proses komunikasi adalah kumpulan tindakan yang dilakukan oleh individu untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, termasuk menafsirkan, menyandikan, mengirim, dan lainnya. Proses ini dimulai dengan komunikator menyampaikan pesan dan diakhiri dengan komunikan sebagai penerima pesan. Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan verbal maupun nonverbal pada pemikiran dan pemahaman yang disampaikan antar individu, atau antar organisasi dengan individu untuk mengubah tingkah laku.

Sebagai makhluk sosial, manusia sangat membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi satu sama lain dan dengan lingkungannya. Manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain dan benda atau makhluk lain yang terlibat dalam kehidupannya. Untuk melakukan dan menjalankan aktivitasnya dalam bekerja sama dengan orang lain, manusia memerlukan komunikasi agar ia dapat mengirim dan menyampaikan harapan dan keinginan mereka kepada orang lain dan

lingkungannya. Oleh karena itu, manusia melakukan proses komunikasi agar ia dapat mengirim dan menyampaikan apa yang ia harapkan dan inginkan kepada orang lain dan lingkungannya (Ferdiansyah, 2020).

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi sangat penting, baik antara individu dengan individu maupun antara individu dan kelompok. Berikut adalah beberapa fungsi komunikasi (Rahmawati, 2022):

1. Melalui komunikasi dua arah, kita memiliki kesempatan untuk mengungkap atau menemukan siapa diri kita yang sebenarnya serta bagaimana orang lain mempengaruhi kita.
2. Komunikasi berfungsi untuk mewujudkan relasi yang penuh makna karena di dalamnya kita dapat memperhatikan diri kita sendiri dan memikirkan kebutuhan orang lain.
3. Setiap orang memiliki kesempatan untuk saling mempengaruhi orang lain dan membujuk mereka untuk berpikir dan bertindak seperti yang kita lakukan melalui komunikasi.

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi dan sosialisasi dengan makhluk lainnya. Proses interaksi dan sosialisasi ini membentuk komunikasi, sehingga komunikasi terjadi dan tercipta dimana-mana. Komunikasi dapat menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menciptakan perdamaian, menyebarluaskan ilmu pengetahuan, menerima informasi, serta melestarikan budaya. Namun, komunikasi juga bisa menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian, menyebarkan kebohongan, dan menghambat pemikiran. Kegagalan dan keberhasilan dalam komunikasi juga dapat menentukan terbentuknya kesehatan mental.

2.2 Praktik

Praktik adalah komponen penting dalam proses belajar dan pengembangan keterampilan. Melalui praktik, individu dapat menerapkan teori dalam konteks nyata, meningkatkan kemampuan, dan mencapai kompetensi profesional yang lebih baik. Praktik adalah komponen penting dalam proses belajar dan pengembangan keterampilan. Melalui praktik, individu dapat menerapkan teori dalam konteks nyata, meningkatkan kemampuan, dan mencapai kompetensi profesional yang lebih baik (Notoatmodjo, 2010).

Notoatmodjo (2010) mengidentifikasi beberapa tingkatan praktik yang mencerminkan perkembangan keterampilan dan pemahaman individu dalam melakukan suatu aktivitas. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing tingkatan:

1. Persepsi

Tingkat ini merupakan tahap awal di mana individu mulai mengenal dan memahami objek atau konsep tertentu. Pada tahap ini, individu mengamati dan menyadari keberadaan suatu aktivitas atau keterampilan.

2. Respon Terpimpin

Pada tingkatan ini, individu mulai melakukan aktivitas dengan bimbingan atau arahan. Mereka mengikuti instruksi yang diberikan untuk melakukan suatu tindakan dengan benar.

3. Mekanisme

Tingkat ini menunjukkan bahwa individu telah mencapai kemampuan untuk melakukan aktivitas secara otomatis dan efisien. Mereka tidak lagi

memerlukan bimbingan, karena keterampilan tersebut telah menjadi bagian dari kemampuan mereka.

2.3 *Self-reward*

2.3.1 Pengertian *Self-reward*

Saat ini, istilah "*Self-Reward*" semakin sering dibahas, terutama di media sosial. Tentunya, kita sudah tidak asing lagi dengan sebutan tersebut. Aeni (2022) menjelaskan *self-reward* adalah istilah yang digunakan saat seseorang memberikan hadiah untuk dirinya sendiri. *Self-reward* merupakan apresiasi kepada diri sendiri karena sudah bekerja dan secara tidak sadar dilakukan secara berulang-ulang untuk kesenangan atas segala aktivitas yang mereka lakukan (Aprilia, 2021). *Self-reward* secara umum diartikan sebagai penghargaan yang diperuntukkan terutama diri sendiri dalam bentuk apresiasi atau memberikan hadiah karena telah melakukan pekerjaan hingga akhirnya mencapai apa yang telah diinginkan.

Self-reward merupakan sesuatu hal yang digunakan sebagai tanda apresiasi dan penghargaan untuk individu atas usaha yang sudah dilalui sebelumnya. *Self-reward* Pada dasarnya merujuk pada konsep sebuah hadiah yang diberikan kepada seseorang atas dasar pencapaian suatu hal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *self-reward* didefinisikan sebagai tanda memberi atau penghargaan yang ditujukan kepada seseorang terhadap dirinya sendiri dengan tujuan mendorong mereka untuk melakukan lebih banyak lagi dan mengubah apa yang mereka ingin lakukan (Sulistyawati & Tesmanto, 2021).

Salah satu cara untuk memberikan penghargaan kepada diri sendiri adalah dengan menggunakan metode *self-reward*. Penerapan *self-reward* merupakan bentuk penghargaan terhadap upaya dan kerja keras yang sudah diselesaikan. Setiap individu berhak atas penghargaan atas upaya yang telah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Liburan, berbelanja, menonton konser musik, atau makan makanan lezat di restoran adalah beberapa contoh bentuk dari *self-reward*. Karena melakukan apa pun yang membuat bahagia adalah hal yang paling penting.

Akan tetapi, dalam melakukan *self-reward* tak melulu dilakukan saat kita sudah melakukan pencapaian keberhasilan atas target yang telah kita tentukan dan raih. *Self-reward* sendiri bisa dilakukan pada saat menjalani suatu proses pencapaian. Semisal dalam proses menuju pencapaian, ada sedikit rintangan hingga akhirnya tidak sesuai dengan target atau bisa dikatakan gagal, kita tetap bisa melakukan *self-reward* sebagai bentuk apresiasi dan penghargaan diri atas kerja keras yang telah kita tempuh. Dengan begitu, kita jadi lebih termotivasi dan bersemangat dalam melakukan suatu pencapaian di kemudian hari.

Pentingnya *self-reward* diantaranya lebih menghargai diri sendiri, sebagai arti bawa kamu mencintai hidupmu, membangkitkan semangat dan motivasi, baik untuk kesehatan mental, membuat pikiran selalu positif, melepas stres, serta mencintai diri sendiri (Unilever, 2021). Cara memberi *self-reward* yang tepat yaitu relevansi (artinya, penghargaan pada dirimu sendiri harus sejalan dengan tujuanmu dan tidak bertolak belakang dari tujuan

tersebut), batasi diri, lebih baik memberi hadiah yang dapat memotivasi diri, mudah diperoleh (Rahmalia, 2021).

Meskipun terdapat banyak hal yang berkaitan dengan *self-reward*, melakukan kegiatan *self-reward* adalah hal yang wajar bagi setiap orang karena itu merupakan kebutuhan individu. Setiap orang pasti memerlukan penghargaan terhadap dirinya sendiri, dan penghargaan yang paling penting datang dari diri sendiri, bukan dari orang lain. Meskipun orang lain memberikan apresiasi, jika seseorang tidak menghargai dirinya sendiri, akan muncul perasaan aneh atau kekurangan. Berbagai bentuk penghargaan diri yang dapat dilakukan oleh masyarakat tidak menjadi patokan bagi orang lain dalam menjalani hidupnya. Selain itu, bentuk dan dampak yang dirasakan dari kegiatan tersebut dapat bervariasi antara individu satu dengan yang lainnya.

Self-reward sering kali dikaitkan dengan kesehatan mental. Namun, jika ditelusuri lebih dalam, perilaku *self-reward* ini berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sosial, budaya, dan ekonomi. Hal ini sangat bergantung pada bagaimana seseorang memahami dan mengartikan konsep *self-reward* itu sendiri, serta bagaimana mereka mengarahkan kegiatan *self-reward* tersebut. Oleh karena itu, setiap individu akan memiliki pandangan yang berbeda tentang apa yang telah mereka lakukan atau rencanakan.

Berbeda dengan *flexing*, menurut (Adinda (2023) seseorang yang memiliki sikap ingin memamerkan apa yang mereka miliki kepada publik melalui media sosial disebut sebagai pamer kemewahan atau *flexing*. *Flexing* didorong oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, validasi

eksternal, atau meningkatkan status sosial. Orang yang melakukan *flexing* sering kali memamerkan kekayaan, gaya hidup mewah, atau prestasi dengan tujuan utama untuk menarik perhatian, kekaguman, atau bahkan iri dari orang lain.

Istilah *flexing* biasanya digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang suka memamerkan kekayaan mereka. Fenomena ini semakin sering terjadi di media sosial, di mana banyak orang berlomba-lomba menunjukkan barang-barang mewah seperti tas mahal, liburan ke luar negeri, jet pribadi, saldo ATM, dan lainnya. Tujuannya biasanya untuk menunjukkan status sosial, membuktikan kemampuan finansial, dan menciptakan kesan tertentu di mata orang lain (Darmalaksana, 2022). Walaupun sama-sama dibagikan di media sosial, *self-reward* berfokus pada apresiasi diri, sementara *flexing* lebih menekankan citra diri di mata orang lain.

2.3.2 Faktor Pendorong *Self-reward*

Menurut Azhari (2023), *Self-reward* tidak muncul tanpa alasan yang jelas. Banyak faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan *self-reward* dalam kehidupannya, salah satunya adalah ketika seseorang mencintai dirinya sendiri. Dengan mencintai diri sendiri, seseorang lebih cenderung melakukan hal-hal yang membahagiakannya (Mardiana, 2021).

Kebahagiaan adalah perasaan yang berasal dari dalam diri sendiri, sehingga kebahagiaan seseorang dimulai dari dirinya sendiri, bukan dari orang lain. Orang lain dapat menjadi faktor pendukung, tetapi bukan sumber utama kebahagiaan. Seseorang seringkali melakukan sesuatu karena ada

motivasi tertentu, dan hal ini akan mendorong mereka untuk bekerja dengan lebih giat.

Selain hal tersebut, alasan lain seseorang melakukan *self-reward* adalah untuk menjaga kesehatan mental mereka. Membagikan hal-hal yang mendukung kesehatan, baik mental maupun emosional, merupakan bentuk cinta dan penghargaan terhadap diri sendiri (Azhari,2023). Dalam era modern, banyak perubahan dalam aktivitas hidup manusia yang dapat mempengaruhi kesehatan individu. Faktor lain yang berperan adalah gaya hidup. Gaya hidup mencerminkan karakter seseorang yang terbentuk melalui proses interaksi sosial selama menjalani berbagai siklus kehidupan (Azhari, 2023).

Ketika seseorang merasa mudah untuk melakukan sesuatu atau menjalani gaya hidup yang bebas, ia akan lebih cenderung untuk melakukan *self-reward*. Menurut Azhari (2023), memberikan *self-reward* dapat meningkatkan kesejahteraan mental dengan merasakan kepuasan dan kebahagiaan yang berasal dari penghargaan terhadap diri sendiri. Ini dapat membantu mengurangi stres dan meningkatkan suasana hati menjadi baik secara keseluruhan.

2.3.3 Manfaat *Self-reward*

Dengan memberikan *reward* yang tepat, kita dapat merasa lebih dihargai dan termotivasi. Hal ini sangat penting, terutama saat kita menghadapi tekanan dan tantangan dalam kehidupan sehari-hari. *Reward* yang sesuai bisa menjadi dorongan bagi kesehatan mental kita, sehingga

memberikan perasaan puas dan bahagia. Beberapa manfaat mengenai *self-reward* menurut Ayu (2017) yaitu:

1. Meningkatkan Kebahagiaan

Self-reward membantu individu merasa lebih bahagia. Ketika seseorang memberikan penghargaan kepada diri sendiri, seperti membeli barang yang diinginkan atau melakukan aktivitas menyenangkan, otak akan melepaskan dopamin, yang meningkatkan perasaan senang dan bahagia.

2. Mengurangi Stres

Self-reward berfungsi sebagai cara untuk meredakan stres. Memberikan waktu untuk diri sendiri, seperti berlibur atau melakukan aktivitas relaksasi, dapat membantu menyegarkan pikiran dan mengurangi beban emosional setelah menghadapi tekanan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Meningkatkan Motivasi

Memberikan penghargaan kepada diri sendiri setelah mencapai tujuan dapat meningkatkan motivasi untuk terus bekerja keras. Rasa puas dari *self-reward* mendorong individu untuk menetapkan dan mencapai tujuan-tujuan baru.

4. Meningkatkan Harga Diri

Self-reward dapat berfungsi sebagai cara untuk meningkatkan harga diri. Dengan menghargai pencapaian sendiri, individu mengingatkan diri mereka akan nilai dan kemampuan yang dimiliki, yang penting dalam menghadapi kompetisi sosial.

5. Menciptakan Kemandirian Emosional

Memberikan *self-reward* membantu individu membangun kemandirian emosional, sehingga mereka tidak bergantung pada pengakuan eksternal untuk merasa termotivasi. Ini mengajarkan individu untuk menemukan motivasi dari dalam diri mereka sendiri.

6. Mendukung Kesehatan Mental

Secara keseluruhan, *self-reward* memiliki dampak positif pada kesehatan mental dengan menciptakan suasana hati yang lebih baik dan mengurangi kecemasan. Aktivitas menyenangkan yang dilakukan sebagai bentuk *self-reward* dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis secara keseluruhan.

Dengan demikian, *self-reward* bukan hanya sekadar memanjakan diri, tetapi juga merupakan strategi penting untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mental.

2.3.4 Bentuk-Bentuk *Self-reward*

Menurut Kristanti (2021), *self-reward* merupakan salah satu cara bagi seseorang untuk mengaktualisasikan konsep mencintai diri sendiri. Bentuk *self-reward* dapat bervariasi, mulai dari yang bersifat non-materi hingga yang bersifat materi. Berikut adalah beberapa bentuk *self-reward* yang umum dilakukan:

1. Menyediakan Waktu untuk Diri Sendiri

Setiap individu, jika diibaratkan sebagai sebuah barang atau alat, tentu memerlukan baterai atau sumber energi untuk berfungsi.

Memberikan waktu untuk diri sendiri, yang sering disebut sebagai "*Me-Time*" merupakan cara yang efektif untuk mengistirahatkan tubuh dan memberikan ketenangan pikiran. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan selama *Me-Time* antakristantira lain berolahraga, bermain game, menonton film, membaca buku, meditasi, dan berbagai kegiatan lainnya.

2. Liburan

Kegiatan liburan merupakan salah satu bentuk *self-reward* yang sangat baik untuk diri sendiri. Dengan berlibur, seseorang dapat melepaskan stres dan penat akibat rutinitas sehari-hari. Liburan tidak selalu harus dilakukan dengan cara yang mewah, bisa juga dilakukan dengan cara yang sederhana, tergantung pada tujuan awal dari liburan itu sendiri. Banyak referensi tempat liburan yang dapat ditemukan di media sosial, yang memudahkan seseorang untuk merencanakan perjalanan mereka.

3. Berbelanja

Berbelanja merupakan kegiatan yang bisa dilakukan saat seseorang merasa dirinya lelah akan kesibukannya. Mengonsumsi sesuatu barang atau jasa memang menjadi rutinitas seorang manusia, dan hal tersebut bisa menjadi salah satu referensi seseorang dalam memberikan *self-reward* nya. Bisa dengan membeli barang, membeli makanan yang diinginkan atau membeli apa saja yang sudah diinginkan dari lama.

2.3.5 Dampak *Self-reward*

Meskipun *self-reward* bisa memberikan banyak manfaat, pemberian penghargaan kepada diri sendiri secara berlebihan juga memiliki dampak negatif. Berikut ini beberapa dampak buruk yang mungkin timbul jika *self-reward* dilakukan secara berlebihan (Ayesha, 2022):

1. Mengganggu Produktivitas

Self-reward yang berlebihan dapat mengganggu produktivitas. Jika kita terlalu sering memberi diri sendiri waktu istirahat atau hiburan, kita mungkin kehilangan fokus pada pekerjaan atau tugas yang harus diselesaikan. Hal ini bisa menyebabkan penundaan dan menurunkan efisiensi kerja.

2. Masalah Keuangan

Memberi *reward* berupa barang atau kegiatan yang mahal secara berlebihan bisa menimbulkan masalah keuangan. Jika kita tidak hati-hati, pengeluaran untuk *self-reward* bisa melebihi anggaran dan menyebabkan stres finansial.

3. Keseimbangan Hidup yang Terganggu

Terlalu sering memberi penghargaan kepada diri sendiri bisa mengganggu keseimbangan antara kerja dan kehidupan pribadi. Kita mungkin menjadi terlalu fokus pada *reward* dan melupakan tanggung jawab atau kewajiban lain yang harus dipenuhi.

4. Hilangnya Nilai *Reward*

Jika *self-reward* diberikan terlalu sering, nilai dari *reward* itu sendiri bisa berkurang. Penghargaan tidak lagi terasa istimewa

atau memotivasi jika dilakukan tanpa kontrol dan tanpa mempertimbangkan pencapaian yang sebenarnya.

Untuk menghindari dampak buruk *self-reward* yang berlebihan, penting untuk menerapkannya dengan bijak dan seimbang. Tetapkan batasan yang jelas untuk diri sendiri dan pastikan bahwa reward yang diberikan sepadan dengan pencapaian atau usaha yang dilakukan.

2.4 Media Sosial

2.4.1 Pengertian Media Sosial

Keberadaan Teknologi Informasi dan Komunikasi sangat berharga dan semakin diandalkan oleh masyarakat global saat ini (Fauzi, 2023). Selain itu, perkembangannya yang pesat membawa berbagai perubahan pada masyarakat global serta industri. Perubahan digital akan menciptakan berbagai konsep yang berbeda dari sebelumnya, yang pada akhirnya akan menjadi dasar kebijakan industri yang baru. Menurut Situmorang & Hayati (2023), media sosial adalah salah satu hasil dari penelitian akademik dan perkembangan teknologi yang paling sering digunakan dalam bidang komunikasi

Menurut Widada (2018), media sosial adalah sebuah platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lain juga mengidentifikasi media sosial sebagai platform online yang mendukung interaksi sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini media sosial telah menjadi metode baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi. Hal ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kehadiran media

sosial telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap cara orang berinteraksi dan berkomunikasi.

Setiap individu menginginkan akses cepat terhadap informasi untuk mendukung aktivitas mereka, dan perkembangan teknologi informasi yang ditunjang oleh internet serta media sosial (Hajar, 2018). Media sosial memungkinkan interaksi, sosialisasi, dan komunikasi tanpa batasan ruang dan waktu (Fitriani, 2017), serta mendorong partisipasi dari siapa saja dengan memberikan kontribusi, umpan balik terbuka, komentar, dan berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batas.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah platform di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri mereka, berinteraksi, bekerja sama, serta berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam konteks media sosial, terdapat tiga bentuk yang berkaitan dengan makna bersosial, yaitu pengenalan, komunikasi, dan kerjasama.

Media sosial menyediakan cara untuk membangun komunikasi dengan mengubah pola interaksi sosial. Metode ini memungkinkan komunikasi yang lebih efektif karena pengguna dapat dengan cepat menerima umpan balik (*feedback*). Selain itu, media sosial dapat dengan cepat mempengaruhi perilaku dan gaya hidup, serta mampu membentuk persepsi dan opini publik.

Intinya, media sosial memungkinkan berbagai aktivitas dua arah dalam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling mengenal melalui tulisan, visual, maupun audiovisual. Media sosial dimulai dari tiga elemen utama,

yaitu berbagi, berkolaborasi, dan menghubungkan (Puntoadi, 2011). Terdapat banyak jenis media dalam berkomunikasi, dan untuk mencapai tujuan komunikasi, penting untuk memilih satu atau kombinasi dari beberapa media. Pemilihan tersebut tergantung pada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan.

2.4.2 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial cukup mirip dengan media siber (*cyber*) karena media sosial adalah salah satu platform yang termasuk dalam kategori media siber. Namun, menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki karakteristik khusus, yaitu:

1. Jaringan (*Network*):

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk dalam perpindahan data.

2. Informasi (*Information*):

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*):

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*):

Media sosial membentuk jaringan antarpengguna yang tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*):

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang *real*.

6. Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*):

Di media sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. *User Generated Content (UGC)* merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

7. Penyebaran (*Share/sharing*)

Media ini tidak hanya memproduksi konten yang dibuat dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan dan dikembangkan oleh mereka. Penyebaran dapat dilakukan melalui konten itu sendiri maupun melalui perangkat yang digunakan, yang dapat memperluas jangkauan konten tersebut. Secara

umum, media sosial dilengkapi dengan fitur tombol share pada perangkatnya.

2.4.3 Manfaat Media Sosial

Berbagai manfaat dari media sosial menjadikan alasan jika semua orang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan sudah menjadi kebutuhan masyarakat. Sehingga membuat keberadaan media sosial semakin digemari oleh kalangan masyarakat baik anak-anak, orang dewasa bahkan sampai kaum lanjut usia. Menurut Widada (2018), berikut adalah beberapa manfaat media sosial:

1. Memperluas Jaringan Sosial

Media sosial memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan orang lain dari berbagai belahan dunia, membuka peluang untuk membangun relasi baru baik dalam konteks sosial maupun profesional.

2. Akses Informasi yang Cepat

Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi yang cepat dan mudah diakses, memungkinkan pengguna untuk mengetahui berita terbaru, *trend*, dan perkembangan di berbagai bidang dengan segera.

3. Sarana Pemasaran dan Bisnis

Media sosial menjadi salah satu alat utama dalam pemasaran digital, di mana bisnis dapat mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dengan menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

4. Pengembangan Diri dan Kreativitas

Platform seperti *Instagram* dan *TikTok* memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui konten visual, sementara *LinkedIn* dapat digunakan untuk pengembangan karier dan keterampilan profesional.

5. Mendapatkan Inspirasi

Media sosial dapat memberikan inspirasi kepada penggunanya, mendorong mereka untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam berbagai aspek kehidupan.

2.5 *Instagram*

Menurut Nainggolan et al., (2024), *Instagram* adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk *instagram* itu sendiri. *Instagram* memberikan ruang untuk para penggunanya bisa berekspresi melalui fitur-fitur yang disediakan seperti fitur komentar, *like*, *hashtag*, *Instagram stories*, *reels*, *Instagram live*, kolaborasi dan lainnya.

Instagram stories adalah fitur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya untuk membagikan unggahan baik berupa foto dan video singkat berdurasi 15 detik sampai dengan 1 menit yang dapat dibagi menjadi beberapa unggahan yang hanya bertahan di *instagram* selama 24 jam. Meskipun hanya bersifat sementara, foto dan video yang di-*posting* dapat disimpan secara manual oleh pengguna menggunakan *story highlight* dan disimpan di profil pengguna

secara permanen sehingga dapat dilihat oleh pengguna lain melebihi batas waktu 24 jam tersebut (Nabil, 2021).

Dan pengguna *Instagram* bisa menunggah foto dan video mereka lebih dari 5 kali dalam sehari, tanpa membebani feed orang lain. Pihak *Instagram* juga menyatakan, dengan adanya *Instagram Stories* pengguna tidak perlu mengkhawatirkan dengan overposting, karna dengan *Instagram Stories* pengguna diperbolehkan untuk memposting semau mereka, dengan kreatifitas mereka (Krismasakti, 2019).

2.6 *Uses and Gratification Theory*

2.6.1 *Pengertian Uses and Gratification Theory*

Teori *uses and gratifications* adalah sebuah kerangka sosiologis yang menjelajahi bagaimana audiens menggunakan beragam jenis media, termasuk *teks*, *visual*, serta *audio-visual* yang disiarkan atau saat ini disebut di *posting*, di *share*, atau di *forward* dan audiens yang melakukan itu akan merasa mendapatkan kepuasan dari penggunaan media tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam tinjauan pustaka, teori *uses and gratifications* menunjukkan bahwa pokok pembahasan utamanya bukanlah bagaimana media dapat mengubah sikap dan kepribadian khalayak, melainkan bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialisasi khalayak. Secara singkat, teori ini berfokus pada khalayak yang aktif dan sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu (Effendy, 2013).

Saat ini, *Instagram* telah menjadi *platform* yang menjanjikan untuk berbagai jenis akun, termasuk akun informasi, berita, hiburan, kesehatan, toko *online*, dan promosi. Ketika membahas media sial *Instagram*, hal ini sangat

terkait dengan teori *uses and gratification*. Teori ini menunjukkan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam menentukan cara mereka menggunakan media tersebut. Pengguna berperan aktif dalam proses komunikasi dan berusaha mencari sumber media yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Saat ini, media berlomba-lomba untuk membuat konten terbaik untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Katz Gurevitch, dan Blumler berpendapat bahwa banyak asumsi memengaruhi motivasi khalayak untuk mencapai kepuasan terhadap berbagai media. Menurut West dan Turner (2018) dalam Katz, Gurevitch, dan Blumler ada lima asumsi dasar dari teori *uses and gratifications*, yaitu:

1. Khalayak aktif dan menggunakan media yang berorientasi pada tujuan.

Menjelaskan bahwa khalayak yang secara aktif memilih untuk mengonsumsi sebuah informasi dari media serta adanya tujuan-tujuan yang ingin khalayak dapatkan.

2. Mempunyai inisiatif dalam mendapatkan kepuasan dari media yang dipilih khalayak.

Kepuasan akan kebutuhan pada pilihan khalayak terhadap media sepenuhnya dipilih oleh khalayak itu sendiri. Selain itu, upaya untuk mendapatkan kepuasan dari media juga memerlukan inisiatif dari khalayak tersebut.

3. Media harus bersaing dengan sumber-sumber kepuasan lain.
Media secara tidak langsung bersaing dengan sumber lain untuk

memenuhi kebutuhan khalayak. Ini berarti bahwa media dan audiensnya tidak berada dalam keadaan terpisah atau kesendirian.

4. Khalayak mempunyai cukup kesadaran terhadap kesukaan, penggunaan media, dan motif.

Asumsi keempat ini menunjukkan bahwa audiens yang ditekankan memiliki kemampuan untuk memahami media dan isi kontennya dengan baik serta memiliki kesadaran yang tinggi tentang kesukaan, penggunaan media, dan motif mereka sendiri.

5. Penilaian tentang isi media yang hanya ditentukan oleh khalayak. Hal ini menegaskan bahwa baik positif maupun negatifnya isi suatu media dipengaruhi oleh khalayak yang menggunakan media. Alasannya adalah individu khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi media hanya dapat dinilai oleh khalayakkannya sendiri.

2.6.2 Konsep Utama *Uses and Gratification Theory*

Menurut Griffin et al. (2019), konsep utama dari *Uses and Gratifications Theory* mencakup lima asumsi dasar yang menjelaskan bagaimana dan mengapa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Berikut adalah ringkasan dari lima asumsi tersebut:

1. Penggunaan Media untuk Tujuan Tertentu

Pengguna media aktif dan tidak pasif; mereka memiliki tujuan spesifik saat memilih konten media. Ini berarti bahwa perilaku komunikasi pengguna didasarkan pada motivasi, tujuan, dan kebutuhan pribadi mereka.

2. Upaya Memenuhi Kebutuhan

Pengguna memiliki kebebasan untuk memilih media dan program yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Mereka mengambil inisiatif dalam menggunakan media untuk mencapai gratifikasi yang diinginkan.

3. Persaingan Media untuk Perhatian Pengguna

Media bersaing dengan berbagai bentuk komunikasi lain untuk mendapatkan perhatian dan waktu pengguna. Ini menunjukkan bahwa pengguna dapat memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus bergantung pada media, seperti melalui aktivitas sosial atau rekreasi lainnya.

4. Pengaruh Berbeda pada Audiens yang Berbeda

Pesan yang sama dari media tidak selalu mempengaruhi semua orang dengan cara yang sama. Setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, dan konteks yang berbeda yang memengaruhi cara mereka merespons konten media.

5. Kemampuan Audiens untuk Menyampaikan Motivasi dan Penggunaan Media

Individu dianggap cukup mengetahui kebutuhan mereka sendiri dan mampu melaporkan minat serta motivasi mereka dalam situasi tertentu. Mereka membuat pilihan sadar mengenai penggunaan media yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2.6.3 *Uses and Gratifications* di Era Media Baru

Teori *Uses and Gratifications* lebih sering diterapkan untuk menganalisis bagaimana khalayak menggunakan media. Ruggiero (2000) menyatakan bahwa pendekatan ini relevan dalam konteks penggunaan media massa baru, termasuk surat kabar, radio, televisi, dan saat ini internet. Dalam konteks media sosial dengan memahami bagaimana pengguna media sosial menggunakan platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram untuk memenuhi kebutuhan dan gratifikasi tertentu.

Dalam konteks media sosial menurut McQuail (2011), identifikasi kebutuhan dan motif ini sangat penting untuk memahami perilaku pengguna. Menurut McQuail (2011) berikut adalah beberapa kategori kebutuhan yang sering diidentifikasi dalam penelitian *Uses and Gratification*:

1. Kebutuhan Hiburan

Media digunakan untuk tujuan hiburan, memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menarik bagi pengguna. Mereka mencari konten yang menarik dan menghibur, seperti:

Video Lucu atau Viral: Konten seperti meme, video lucu, atau tantangan sering kali menjadi daya tarik utama di platform seperti TikTok dan Instagram.

Cerita dan Konten Kreatif: Pengguna menikmati cerita visual dan kreatif yang dibagikan oleh teman atau *influencer*.

2. Kebutuhan Informasi

Media berfungsi sebagai sumber informasi yang membantu pengguna untuk belajar dan mendapatkan pengetahuan baru.

Media sosial menyediakan platform yang memungkinkan pengguna untuk:

Mengakses Berita: Banyak pengguna mengikuti akun berita atau jurnalis untuk mendapatkan informasi terbaru tentang peristiwa lokal dan global.

Mencari Pengetahuan: Pengguna dapat menemukan konten edukatif, tutorial, atau artikel yang relevan dengan minat mereka.

3. Kebutuhan Identitas Sosial

Media membantu individu dalam membangun identitas sosial dan hubungan dengan orang lain. Ini mencakup seperti:

Menampilkan Diri: Pengguna dapat memilih konten yang ingin mereka bagikan, menciptakan citra diri yang sesuai dengan keinginan mereka.

Mendapatkan Validasi Sosial: *Like*, komentar, dan berbagi dari orang lain dapat memberikan rasa penghargaan dan validasi terhadap identitas yang ditampilkan.

4. Kebutuhan Pelarian

Pengguna mencari pelarian dari realitas sehari-hari melalui konten media yang mereka konsumsi. Media sosial menawarkan:

Hiburan Ringan: Konten yang tidak serius dapat membantu pengguna melupakan masalah sehari-hari.

Komunitas Dukungan: Pengguna dapat bergabung dengan kelompok atau komunitas *online* yang berbagi pengalaman serupa, memberikan dukungan emosional.

Selain itu, Griffin et al (2019) juga menjelaskan bahwa *Uses and Gratification* berfokus pada alasan di balik penggunaan media oleh audiens, menekankan bahwa pengguna aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan nilai pribadi mereka. Dengan demikian, pemahaman mengenai kategori kebutuhan ini sangat penting dalam menganalisis perilaku pengguna media dan bagaimana mereka menggunakan media untuk mencapai kepuasan tertentu.

Berdasarkan penelitian ini, teori *uses and gratification* dapat digunakan sebagai dasar untuk pertanyaan wawancara yang berfokus pada diskusi, penjelasan, dan pemahaman tentang penggunaan dan kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area dalam melakukan praktik *self-reward* di media sosial.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Peneliti terdahulu

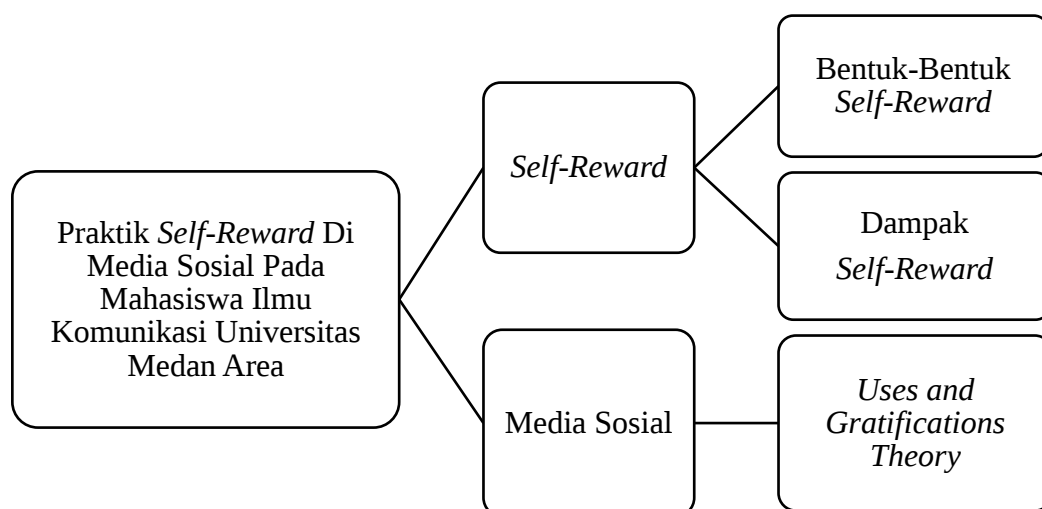
NO.	Judul	Peneliti	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Strategi <i>Self-Reward</i> dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Tingkat Sekolah Menengah Atas.	Nur Oktavia & Safitri, (2024).	Perolehan penelitian menghasilkan bahwasannya adanya akibat yang cukup terasa diantara teknik <i>self-management</i> dan sikap disiplin siswa, maka itu dinyatakan apabila <i>self management</i> makin tinggi, demikian sikap disiplin siswa juga makin baik. Begitupun, apabila teknik <i>self management</i> semakin rendah otomatis sikap disiplin siswa juga akan makin berkurang.	Penelitian dilakukan untuk Siswa SMA, dengan tujuan meningkatkan prestasi siswa dalam tingkat sekolah menengah atas, serta faktor apa saja yang mempengaruhi siswa menggunakan strategi <i>self-reward</i> .	Persamaan penelitian ini menunjukkan bahwa penghargaan terhadap diri sendiri dapat menjadi alat yang kuat dalam mendorong pencapaian akademik dan kesejahteraan mental.
2.	Representasi <i>Self-reward</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Dalam Tinjauan Teori	Azzalya Jihand Al Azhari. (2023)	Hasil penelitian Representasi <i>Self-reward</i> yang muncul pada seorang individu cenderung berbeda bentuknya namun masih satu jenis pemahaman, suatu bentuk kegiatan apresiasi atau	Teori yang digunakan berbeda.	Persamaan penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai cara bagi mahasiswa dalam membangun identitas dan meningkatkan harga diri.

	Konstruksi Sosial Peter L Beger.		penghargaan diri yang dilakukan untuk diri sendiri.		
3.	Stawberry Generation: <i>Self-Reward</i> Pada Mahasiswa Antropologi UNIMED dalam Mengatasi Stres Akibat Tugas Perkuliahan.	Dewi Rahayu, Ratih Baiduri (2023).	Hasil penelitian, jika mereka sudah lelah akan melakukan sesuatu hal yang dapat mengurangi beban mereka dengan cara berbelanja, <i>healing</i> dan sebagainya. Sehingga bisa kembali lagi untuk beraktivitas dan mendapatkan semangat yang baru dengan ide-ide yang fresh untuk melanjutkan hari-hari hingga berhasil untuk memenuhi keinginan diri.	Perbedaannya untuk memahami suatu gejala sentral penelitian yang mengkaji mengenai tugas perkuliahan membuat stress mahasiswa, serta untuk mendeskripsikan bentuk <i>self-reward</i> yang dilakukan mahasiswa dalam mengatasi stress akibat tugas perkuliahan.	Persamaan penelitian menunjukkan bahwa <i>self-reward</i> adalah strategi efektif dalam membantu mahasiswa mengatasi stres, baik dalam konteks akademik maupun interaksi di media sosial.
4.	Dampak Pemahaman <i>Self-Reward</i> dan Strategi <i>Coping Stres</i> pada Keberhasilan Mahasiswa dalam Menyelesaikan Tugas Akhir.	(Nurbaiti & Uyun, 2023)	Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 5 orang mahasiswa, 4 dari 5 mahasiswa terdapat masih salah dalam memahami <i>self-reward</i> . Melainkan masih belum menyadari bahwa yang mereka lakukan adalah <i>emotion focused coping</i> bukan <i>self-reward</i> .	Perbedaannya terdapat pada cara mahasiswa mengelola stres yang diakibatkan banyaknya masalah yang dihadapi pada saat pengerjaan skripsi.	Persamaan penelitian menunjukkan bahwa <i>self-reward</i> adalah strategi yang efektif dalam meningkatkan keberhasilan akademik dan kesejahteraan mental mahasiswa.
5.	Perilaku <i>Self-reward</i> Mahasiswa Bimbingan	Avidatul Candra Widya (2024).	Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa	Perbedaan penelitian berbeda pada perilaku	Persamaan penelitian ini adalah dengan memahami

	Penyuluhan Islam Angkatan 2020.		manfaat yang didapat mahasiswa tentunya memberikan efek positif yang dapat dirasakan oleh mahasiswa itu sendiri, seperti bermanfaat sebagai pendorong produktivitas mahasiswa dalam melakukan suatu kegiatan agar lebih semangat dan termotivasi, manfaat lain adalah sebagai bentuk perilaku untuk mengurangi stress karena kegiatan perkuliahan dan aktivitas diluar jam perkuliahan yang padat. Manfaat yang tidak kalah penting adalah dapat menjadi cara untuk menjaga kesehatan mental mahasiswa.	nyata sehari-hari yang dilakukan mahasiswa penyuluhan	peran <i>self-reward</i> dalam konteks akademik dan interaksi sosial di media sosial, kita dapat merancang pendekatan yang lebih baik untuk mendukung mahasiswa dalam menghadapi berbagai tantangan yang mereka hadapi.
--	---------------------------------	--	---	---	---

(Sumber: Peneliti)

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

(Sumber: Peneliti)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sukmadinata (2013) penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Menurut Suyanto (2019), metode fenomenologi berkonsentrasi pada pengalaman pribadi termasuk bagian dari individu-individu yang ada saling memberikan pengalaman satu sama lainnya. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Fenomenologi dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman mahasiswa dalam melakukan *self-reward* melalui media sosial.

3.2 Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), lokasi penelitian merujuk pada area atau tempat yang menjadi fokus atau objek dari penelitian. Pemilihan lokasi tersebut harus dilakukan dengan pertimbangan yang teliti, agar sesuai dengan tujuan, latar belakang, dan masalah yang ingin diteliti. Menentukan lokasi penelitian adalah tahap penting dalam penelitian kualitatif, karena penetapan ini menandakan bahwa objek dan tujuan penelitian telah ditentukan, sehingga memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Medan Area, yang terletak di Jalan Kolam No. 1, Medan Estate, Medan, Sumatera Utara.

3.3 Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	Sep 2024	Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	May 2025	Jun 2025	Jul 2025
Pengajuan Judul											
Penyusunan Proposal											
Seminar Proposal											
Perbaikan Proposal											
Pengambilan Data Penelitian											
Penyusunan Penelitian											
Seminar Hasil											
Perbaikan Penelitian											
Sidang Meja Hijau											

(Sumber: Peneliti)

3.4 Informan Penelitian

Menurut Creswell (2018), informan dalam penelitian adalah individu yang memiliki informasi berupa data terkait subjek yang sedang diteliti dan dapat memberikan wawasan mengenai subjek penelitian tersebut. Sementara itu, menurut Moleong (2018), informan adalah seseorang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian, serta memberikan masukan mengenai sumber bukti yang mendukung.

Informan biasanya dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat mendukung tujuan penelitian dan meningkatkan pemahaman tentang fenomena yang sedang diteliti. Adapun kriteria informan, yaitu:

1. Pengguna media sosial.
2. Selalu melakukan praktik *self-reward*.
3. Variasi latar belakang (jenis kelamin dan status).

Tabel 3.2 Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Bentuk <i>Self-Reward</i>	Alasan Memilih
1.	Elsida Maria Artanty (Mahasiswa dan <i>freelance</i>)	<i>Me-Time</i> dan pergi ke salon	Memilih Perempuan <i>freelance</i> yang memilih <i>me-time</i> dan pergi ke salon sebagai bentuk <i>self-reward</i> melakukannya tidak hanya untuk penampilan tetapi juga untuk keseimbangan hidup dan peningkatan rasa percaya diri.
2.	Theysa Monica (Mahasiswa)	Belanja dan <i>Me-Time</i>	Memilih mahasiswa biasa sebagai informan dalam penelitian tentang <i>self-reward</i> memberikan kesempatan untuk menggali pengalaman langsung, variasi praktik, dalam konteks kehidupan sehari-hari mereka.
3.	Noel Saputra Zega (Mahasiswa dan <i>freelance</i>)	Belanja	Memilih pria pekerja <i>freelance</i> , peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana keputusannya untuk berbelanja sebagai bentuk <i>self-reward</i> , serta dampaknya terhadap motivasi kerja dan kepuasan hidup.
4.	Rizka Fadillah Lubis (Mahasiswa dan <i>freelance</i>)	Belanja	Pemilihan informan Perempuan pekerja <i>freelance</i> yang melakukan

			<i>self-reward</i> dengan berbelanja dapat memberikan pemahaman tentang motivasi, pengelolaan stres, dan identitas gender dalam konteks perilaku konsumsi.
5.	M. Rizky Ramadhan (Mahasiswa)	Liburan	Dengan sering memposting di <i>Instagram Stories</i> , informan menunjukkan pengalaman dan momen berharga dari liburannya. Informan menggunakan media sosial sebagai platform untuk mengekspresikan diri dan berbagi kebahagiaan, serta dapat memberikan insight tentang bagaimana informan ingin dilihat oleh orang lain.

(Sumber: Peneliti)

3.5 Sumber Data

Sumber data menjadi suatu faktor yang penting karena sumber data dapat berpengaruh terhadap kualitas dari sebuah hasil penelitian. Data yang dijadikan sebagai acuan didalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer, atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Menurut Khrisna (2017) data primer bersumber dari kegiatan wawancara dan observasi langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, yang menjadi data primer adalah hasil observasi dan hasil wawancara. Peneliti memperoleh data ini dari observasi dan wawancara langsung

beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area yang melakukan praktik *self-reward* di media sosial.

2. Data Sekunder

Menurut Khairinal (2016), data sekunder dikumpulkan dengan cara membaca dan mempelajari sumber-sumber yang tersedia. Dalam penelitian ini, data sekunder berupa hasil penelitian sebelumnya, buku-buku referensi, jurnal, artikel, maupun internet yang masih terkait dengan penelitian ini. yang dikumpulkan dengan cara membaca dan mempelajari sumber-sumber yang ada.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dimaknai sebagai langkah strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari suatu penelitian adalah untuk memperoleh data yang akurat, sehingga tanpa adanya teknik pengumpulan data ini maka peneliti tidak bisa memperoleh data yang diinginkan dan memenuhi standar yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Adapun untuk pelaksanaan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

1. Wawancara

Wawancara menjadi teknik pengumpulan data yang juga digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini peneliti lebih menggunakan pelaksanaan wawancara dengan *face to face interview* yaitu peneliti melakukan wawancara secara langsung yang mana bertatap muka dengan subjek untuk dapat memudahkan dalam pencarian informasi, penggalan data, dan bisa menjadi salah satu cara yang mudah dalam menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Pada penelitian ini,

peneliti bertanya secara langsung kepada para anggota dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan.

2. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode yang dapat digunakan oleh peneliti kualitatif untuk memperoleh pemahaman dari persepsi subjek melalui media tertulis dan dokumen lain yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek tersebut (Herdiansyah, 2010). Dokumentasi yang diambil dalam penelitian ini berupa *screenshot* dari akun *Instagram* informan. *Screenshot* tersebut digunakan sebagai salah satu sumber data untuk mendukung analisis dan pemahaman mengenai fenomena yang diteliti.

3.7 Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (1998) mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.”

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2019) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya

sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data *reduction*, data *display* dan data *conclusion drawing/verification*.

1. Reduksi data

Data yang peneliti peroleh selama di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Peneliti kemudian menyederhanakan data tersebut dengan mengambil data-data yang mendukung dalam pembahasan penelitian ini. Sehingga data-data tersebut mengarah pada kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, Maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Data hasil dari observasi dan wawancara dalam penelitian ini akan diklasifikasikan oleh peneliti. Sehingga makna dari hasil yang ditemui lebih mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

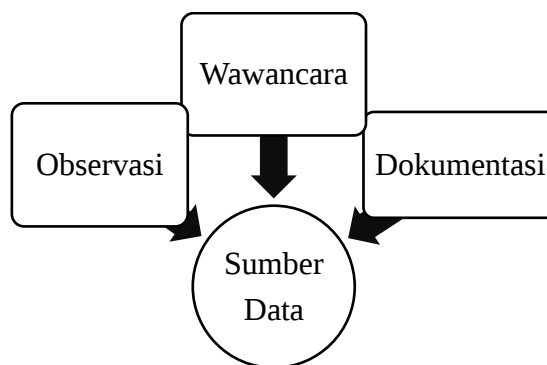
Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kegiatan analisis data ini dimulai dengan mengumpulkan data kemudian dilanjutkan dengan menelaah dan memverifikasi data yang telah terkumpul, baik itu data primer maupun data sekunder. Hasil data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data akan disusun ke dalam bentuk laporan yang sistematis.

3.8 Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan atau validitas data-data pada dasarnya merupakan teknik yang harus ditempuh untuk menunjukkan bahwa data yang terkumpul benar-benar terdapat secara alami dan umum. Sepanjang keberadaan data secara umum diragukan perlu dilakukan triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam mengumpulkan data, penelitian kualitatif kerap kali memakai metode wawancara, survei dan observasi. Ini dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data yang benar dan gambaran yang nyata dari data yang dihimpun.

Terdapat tiga triangulasi dalam keabsahan data, yakni triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi waktu (Sugiyono 2019). Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi metode. Triangulasi metode adalah pendekatan dalam penelitian yang menggunakan lebih dari satu metode pengumpulan atau analisis data untuk memeriksa dan meningkatkan validitas serta kredibilitas temuan penelitian. Teknik ini melibatkan penggunaan metode dan sumber data yang berbeda untuk mendapatkan perspektif yang lebih akurat mengenai fenomena yang diteliti.

Melalui triangulasi metode, peneliti dapat mengumpulkan data dari dokumentasi, hasil wawancara, dan observasi. Dengan cara ini, peneliti dapat membandingkan dan memverifikasi informasi yang diperoleh dari *Instagram* informan, sehingga meningkatkan kredibilitas dan keakuratan hasil penelitian. Pada triangulasi ini peneliti memakai perpaduan metode dalam mengumpulkan data misalnya adalah dengan memakai observasi dan wawancara yang berguna agar data bisa diamati dengan valid. Selain itu dokumentasi yang di dapatkan oleh peneliti adalah hasil dari *screenshot-screenshot* kegiatan *self-reward* informan.



Gambar 3.1 Triangulasi Data
(Sumber: Peneliti)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap lima mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area, dapat disimpulkan bahwa praktik *Self-reward* merupakan bentuk penghargaan terhadap diri sendiri yang penting di kalangan mahasiswa dalam menghadapi beban akademik dan tuntutan pekerjaan. Mahasiswa memaknai *Self-reward* sebagai cara untuk mengapresiasi diri atas usaha, pencapaian, serta perjuangan yang telah mereka lalui, baik dalam bentuk kecil maupun besar.

1. Bentuk-bentuk Praktik *Self-reward* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area

Bentuk *Self-reward* yang dipilih pun sangat bervariasi tergantung pada keinginan masing-masing individu, seperti Informan menunjukkan beragam bentuk *Self-reward*, mulai dari belanja di onlineshop yang dilakukan Noel, jalan-jalan atau liburan yang dilakukan Rizky, perawatan diri seperti ke salon yang dilakukan Elsida dan Theysa, hingga pembelian barang-barang tertentu yang dilakukan Rizka. Praktik *Self-reward* tidak hanya berfungsi sebagai penghargaan diri, tetapi juga sebagai cara untuk mengatasi stres dan melampiaskan beban. Informan menyatakan bahwa *Self-reward* membantu mereka merasa lebih baik setelah menghadapi beban akademik atau pekerjaan yang berat. Pemilihan bentuk *Self-reward* ini disesuaikan dengan kebutuhan pribadi masing-masing informan serta

situasi dan kondisi yang mereka alami, seperti stres, kelelahan, atau pencapaian tertentu.

2. Dampak Praktik *Self-reward* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area

Dampak yang ditimbulkan dari praktik *Self-reward* pun beragam. Seperti adanya rasa senang, lega, puas, serta semangat baru dalam menjalani aktivitas. Mahasiswa merasa lebih dihargai, lebih mengenal diri sendiri, dan lebih termotivasi setelah melakukan *Self-reward*. Beberapa informan menyebutnya sebagai bentuk “kencan dengan diri sendiri”, yakni momen untuk benar-benar hadir dan memperhatikan kebutuhan pribadi tanpa tekanan eksternal.

Namun demikian, di sisi lain, *Self-reward* juga dapat menimbulkan dampak negatif jika dilakukan tanpa perencanaan yang matang. Beberapa mahasiswa mengaku menjadi lebih konsumtif dan boros karena terlalu sering membeli barang. Ada pula yang merasa bahwa aktivitas *Self-reward* menyebabkan mereka menunda pekerjaan atau mengabaikan tanggung jawab. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan yang bijak dalam melakukan *Self-reward*, agar tidak berubah menjadi pelarian yang merugikan.

3. Kategori Kebutuhan *Self-reward* menurut Teori *Uses and Gratification* di Era Media Baru

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa praktik *Self-reward* memenuhi beberapa kategori kebutuhan menurut teori *Uses and Gratifications* dari McQuail (2011), seperti kebutuhan hiburan, pelarian,

informasi, dan identitas sosial. Semua informan menyampaikan bahwa mereka membutuhkan hiburan sebagai pelampiasan dari kejenuhan dan stres akibat rutinitas kuliah maupun pekerjaan.

Kegiatan *Self-reward* ini tidak terlepas dari peran media sosial sebagai platform ekspresi diri. Mahasiswa menggunakan media sosial untuk membagikan momen *Self-reward* mereka baik sebagai bentuk dokumentasi pribadi, validasi sosial, hingga strategi membangun *personal branding*. Media sosial memberi ruang bagi mahasiswa untuk merayakan pencapaian pribadi, berbagi pengalaman dengan orang lain, dan menciptakan kesan atau identitas tertentu di hadapan publik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Universitas

Universitas Medan Area memberikan perhatian terhadap kehidupan digital mahasiswa, terutama bagaimana media sosial digunakan sebagai ruang ekspresi diri dan sarana penghargaan terhadap diri sendiri. Dalam konteks ini, Universitas dapat mendorong mahasiswa untuk mengekspresikan diri secara kreatif ketika berbagi pengalaman *self-reward* di media sosial. Mahasiswa bisa berbagi pencapaian mereka melalui video pendek, blog, atau kampanye positif yang mendukung pengembangan diri dan kesejahteraan diri. Hal ini memberi mahasiswa kesempatan untuk lebih kreatif dalam mengekspresikan penghargaan pada diri mereka sendiri.

5.2.2 Saran Untuk Mahasiswa

Mahasiswa harus paham bahwa *self-reward* bukan hanya tentang hadiah fisik atau materi, tetapi juga tentang penghargaan terhadap diri sendiri

atas usaha dan kerja keras yang dilakukan. *Self-reward* bisa berupa istirahat yang cukup, menjaga keseimbangan hidup, atau melakukan hal-hal yang mereka nikmati tanpa perlu tertekan untuk selalu berbagi di media sosial. Akan tetapi mahasiswa dapat menggunakan media sosial untuk mengekspresikan *self-reward* dengan cara yang positif, seperti berbagi pencapaian atau pengalaman yang bisa menginspirasi orang lain. Mahasiswa bisa memanfaatkan platform ini sebagai sarana untuk memberikan motivasi, baik bagi diri sendiri maupun teman-teman mereka. Misalnya, mereka bisa berbagi proses yang mereka jalani untuk mencapai tujuan tertentu, yang juga bisa menginspirasi orang lain untuk melakukan hal yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, K. (2023). *E M I K JURNAL ILMIAH ILMU-ILMU SOSIAL Flexing di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>,
- Al Azhari, A. J. (2023). *Representasi self-reward pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam tinjauan teori konstruksi sosial Peter L. Berger* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya). UINSA Repository. <https://digilib.uinsa.ac.id/61757/>
- Aeni, O. S. N. (2022). Mengenal Arti self reward Beserta Contohnya. Lifestyle Katadata.co.id. Retrieved July 11, 2022.
- Aprilia, D. (2021). Self-Reward: Apresiasi untuk Diri Sendiri. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 5(2), 101-110.
- Ayesha, Maheera. (2022). *Self Reward: Hadiahi Dirimu, Semangat pun Menghampirimu*. Cetakan 1. Yogyakarta: C-Klik Media.
- Ayu, D. (2017). Manfaat Self-Reward untuk Kesehatan Mental dan Kesejahteraan Emosional. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 4(1), 55-65.
- Borba, M. (2008). *Membangun Kecerdasan Moral: Tuju Kebijakan Utama Agar Anak Bermoral Tinggi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Darmalaksana, W. (2022). Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial. Gunung Djati Conference Series, 8, 412–427.
- Effendy, O. U. (2013). *Teori Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, M. et al. (2023). Efektivitas Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Tata Persuratan Elektronik. *Journal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol.4.
- Ferdiansyah, A. (2020). Proses Komunikasi dalam Kehidupan Sehari-hari. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 45-58.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Jurnal Paradigma*, 19(2), 148-157. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/471930-none-266aca08.pdf>.
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KREASI SENI DALAM

- PEMBELAJARAN. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*), 6(1).
<https://andi.link/hootsuite-we-are->
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Education.
- Hajar, A. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Dakwah*.
- Herdiansyah (2010). *Metode Penelitian: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Khairinal. (2016). *Metode Penelitian: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Khrisna, A. (2017). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(1), 10-20.
- Krismasakti, B. (n.d.). *INSTAGRAM STORIES DALAM AJANG PENGUNGKAPAN EKSISTENSI DIRI (STUDI KASUS SELEBGRAM @JIHANPUTRI)*.
- Kristanti, I. (2021). Self-Reward sebagai Bentuk Aktualisasi Diri dan Mencintai Diri Sendiri. Diakses dari <https://www.merahputih.com/post/read/bijak-dalam-memilih-self-reward-agar-tidak-rugi>
- Kurniawan, A. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komunikasi Internal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 1-10.
- Mardiana, N., Yosep, I., Widiyanti, E., Keperawatan, D., & Fakultas Keperawatan, J. (2021). Fenomena Insecure Pada Remaja Di Era Pandemic Covid-19: Studi Literature. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 10(2), 21–29.
<https://ojs3.umc.ac.id/index.php/JIK/article/view/2565>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, N. (1998). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Nabil, M. (2021). *PENGUNAAN FITUR INSTAGRAM STORIES SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @GRIIZELLE.ID)*. 2021(3), 16–30.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (n.d.). *PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT MANADO*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Platform untuk Berinteraksi dan Berbagi Informasi*.
- Nida, A. (2015). *Komunikasi dan Kehidupan Manusia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit XYZ.

- Notoatmodjo, S. (2010). *Dasar-dasar Pendidikan Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nur Oktavia, A., & Safitri, D. (2024). Strategi Self Reward dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Tingkat Sekolah Menengah Atas. In *Mutiara Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* (Vol. 2, Issue 2). <https://jurnal.tiga-mutiara.com/index.php/jimi/index>
- Nurbaiti, R. T., & Uyun, M. (2023). Impact of Self-Reward Understanding and Stress Coping Strategies on Student Success in Completing Final Project. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(4), 569. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v11i4.13178>
- Penelitian, J., Humaniora, P. S., Rahayu, D., & Baiduri, R. (2023). *STRAWBERRY GENERATION: SELF REWARD PADA MAHASISWA ANTROPOLOGI UNIMED DALAM MENGATASI STRES AKIBAT TUGAS PERKULIAHAN* (Vol. 8).
- Puntoadi (2011). *Fondasi Media Sosial: Berbagi, Berkolaborasi, dan Menghubungkan*. Diakses dari Repository STEI.
- Rahmalia, A. (2021). Relevansi Self-Reward dalam Mencapai Tujuan Pribadi. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 6(3), 200-210.
- Rahmawati, A. (2022). Fungsi Komunikasi dalam Kehidupan Sehari-hari. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 123-135.
- Salim, A. (2005). *Psikologi Motivasi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Sietohan, K. K., & Liliani, L. (2018). Evaluasi Komunikasi Kelompok pada Anggota Dapur Pandhawa. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(6), 752-761.
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulistyawati, E., & Tesmanto, J. (2021). Penerapan Metode Reward dan Punishment untuk Mengembangkan Kemampuan Emosional Dasar Anak di PAUD Darul Amani Kosambi. *Research and Development Journal of Education*, 7(2), 511-517.
- Suprpto, Tommy (2009), *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Cet 1, Yogyakarta : Media Pressindo.

Suyanto, S. (2019). Fenomenologi sebagai metode dalam penelitian pertunjukan teater musikal. *Lakon Jurnal Pengkajian & Penciptaan Wayang*, 16(1).

Unilever. (2021). Pentingnya Self-Reward untuk Kesehatan Mental dan Kesejahteraan. Diakses dari <https://www.unilever.com/health-and-wellbeing/self-reward/>

Universitas Medan Area - PTS Unggul Kebanggaan Sumatera Utara

Wahyuningsari, D., Hamzah, M. R., Arofah, N., Hilmiyah, L., & Laili, I. (2022). Maraknya Hedonisme Berkedok Self Reward. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(1), 7–11. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.24>

West, R. L., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill Education.

Widada, A. (2018). Media Sosial sebagai Platform Komunikasi Online.

Widya, A. C. (2024). *perilaku self reward mahasiswa bimbingan penyuluhan islam angkatan 2020* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

A. Opening

1. Memperkenalkan diri
Perkenalkan saya Sastra Linda Yumarni mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area, MEDAN.
2. Menjelaskan tujuan dari wawancara
Jadi saya ingin mewawancarai anda terkait penelitian saya yang berjudul “PRAKTIK *SELF-REWARD* DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA”.
3. Wawancara dimulai
apakah wawancara bisa kita mulai?

B. Bentuk-bentuk praktik *Self-reward*

1. Apa bentuk *Self-reward* yang sering anda lakukan?
2. Apakah anda pernah memberikan *Self-reward* dalam bentuk pengalaman baru, seperti mencoba hobi atau aktivitas baru?

C. Dampak dari praktik *Self-reward*

1. Bagaimana dampak yang anda rasakan ketika melakukan *Self-reward*?
2. Apakah *Self-reward* yang anda lakukan pernah berdampak negatif, seperti membuat anda boros atau kurang produktif?

D. Kategori kebutuhan *Self-Reward* menurut teori *Uses and Gratification*

1. Apa yang biasanya menjadi alasan utama anda dalam memilih *Self-reward*?
2. Bagaimana anda memilih *Self-reward* yang sesuai dengan kebutuhan (hiburan, informasi, identitas sosial, dan pelarian) anda?

Lampiran 2: Verbatim

Hasil Wawancara Verbatim Subjek 1

Nama : Noel Saputra Zega

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Mahasiswa dan *Freelance*

Tanggal Wawancara : 11 Februari 2025

No	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Peneliti	Selamat siang Noel, saya Sastra Linda Yumarni ingin mewawancarai anda terkait penelitian saya yang berjudul “PRAKTIK <i>SELF-REWARD</i> DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA” apakah wawancara bisa kita mulai?
2.	Subjek 1	Selamat siang sastra, baik kita mulai sekarang saja.
3.	Peneliti	Apakah Noel selalu melakukan <i>Self-reward</i> ?
4.	Subjek 1	Iya saya selalu melakukan <i>Self-reward</i> .
5.	Peneliti	Ada situasi tertentu gak pas mau <i>Self-reward</i> ?
6.	Subjek 1	Waktunya itu pas saya lagi mumet atau pengen ngasih penghargaan untuk diri sendiri setelah ujian, dan setelah melakukan kegiatan lainnya.
7.	Peneliti	Apa bentuk <i>Self-reward</i> yang sering Noel lakukan?
8.	Subjek 1	Bentuk <i>Self-reward</i> aku biasanya belanja <i>offline</i> kadang pun aku belanja <i>online</i> di <i>Shopee</i> .
9.	Peneliti	Beli apa aja tu di <i>Shopee</i> ?
10.	Subjek 1	Karna aku kerja, kadang aku beli baju atau celana baru buat kerja trus sama beli barang-barang buat keperluan di kost.
11.	Peneliti	Noel kuliah sambil kerja berarti ya?
12.	Subjek 1	Iya sas, sambil nabung jugalah namanya juga anak perantauan kan jadi butuh uang lebih.
13.	Peneliti	Noel kerja dimana emangnya?
14.	Subjek 1	Aku kerja disalah satu <i>Wedding Organizer</i> di Medan, trus aku juga <i>Freelance</i> soalnya WO ni gak tiap hari kerjanya.
15.	Peneliti	Banyak juga kerja Noel
16.	Subjek 1	Iya itung-itung ngisi waktu luang lah kan apalagi kita mahasiswa akhir gini banyak waktu kosongnya.
17.	Peneliti	Selain belanja gitu, pernah gak Noel coba <i>Self-reward</i> dengan pengalaman baru?
18.	Subjek 1	Pernah kadang saya <i>healing</i> , olahraga kayak ngegy, <i>tracking</i> , trus <i>night ride</i> juga.

19.	Peneliti	Kalau <i>Self-reward</i> gitu pernah terpengaruh dari orang lain gak sih?
20.	Subjek 1	Kadang terpengaruh, pernah pas aku lagi jalan sama kawan yang mau belanja barang bagus trus aku jadi termotivasi untuk kerja lebih keras biar bisa beli barang tersebut sebagai <i>Self-reward</i> .
21.	Peneliti	Noel selalu posting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial gak?
22.	Subjek 1	Biasanya saya mempostingnya diakun <i>second</i> tidak diakun <i>first</i> saya.
23.	Peneliti	Kenapa gitu?
24.	Subjek 1	Karena menurut aku kalo diakun <i>first</i> bisa aja orang-orang berpikir <i>flexing</i> jadi lebih baik saya bagikan diakun <i>second</i> yang berisi teman dekat saya saja.
25.	Peneliti	Kenapa harus di posting?
26.	Subjek 1	Bagi ku memposting diakun <i>second</i> untuk kesenangan diri sendiri dan sebagai kenangan juga karena kan di <i>Instagram</i> ada yang namanya arsip jadi bisa kita buka kapan saja buat melihat kenangan kita tersebut.
27.	Peneliti	Ada gak perasaan puas setelah memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di media sosial?
28.	Subjek 1	Ada perasaan puas selain itu saya juga memberikan informasi terkait barang yang saya beli berupa <i>caption</i> bahwa baju ini murah tapi kualitasnya sangat bagus, jadi banyak juga respon positif dari orang-orang.
29.	Peneliti	Gimana rasanya dapat respon positif?
30.	Subjek 1	Saya merasa senang sekali, berarti apa yang saya posting itu ada <i>feedback</i> dari orang lain dan teman-teman saya menghargai sehingga kebahagiaan yang saya dapatkan menjadi <i>double</i> .
31.	Peneliti	Kalo untuk diri Noel sendiri apa dampak yang dirasakan ketika melakukan <i>Self-reward</i> ?
32.	Subjek 1	Tentunya saya merasa bahagia, senang sehingga rasa suntuk dan mumet ketika saya banyak pekerjaan jadi hilang gitu.
33.	Peneliti	Berarti kegiatan <i>Self-reward</i> ini sangat positif ya bagi Noel?
34.	Subjek 1	Iya betul, soalnya beberapa beban jadi berkurang trus juga banyak orang-orang ingin melakukan hal positif tersebut.
35.	Peneliti	Selain dampak positif ada gak dampak negatif yang dirasakan?
36.	Subjek 1	Ya tentu saja hal tersebut membuat aku kalap, misalnya saat berbelanja <i>online</i> melihat barang-

		barang yang unik atau lucu jadi membuat saya kalap untuk membeli barang tersebut dan tidak sadar membuat saya menjadi boros.
37.	Peneliti	Barangnya berguna gak?
38.	Subjek 1	Kadang iya kadang gak.
39.	Peneliti	Jadi teletak gitu aja?
40.	Subjek 1	Iya teletak aja kadang nyesel sampe mikir ngapain aku beli ini.
41.	Peneliti	Tapi barang nya sesuai sama <i>wishlist</i> mu?
42.	Subjek 1	Sesuai sih tapi kadang mikir keknya lebih bagus beli yang lain aja.
43.	Peneliti	Pernah ngerasa kurang produktif gitu gak?
44.	Subjek 1	Pernah pas <i>travelling</i> buat <i>healing</i> ngerasa kurang produktif, karena kadang sering mengesampingkan pekerjaan yang harus siap secepatnya jadi berabaikan dan tertunda.
45.	Peneliti	Kalo alasan utama memilih <i>Self-reward</i> apa?
46.	Subjek 1	Tentunya alasan ku untuk hiburan dan identitas sosial eee... yaitu dengan cara memberikan <i>Self-reward</i> dalam hidup ku ini eeee... karena saya ingin merasakan sesuatu yang lebih untuk diri sendiri atau sebagai penghargaan atas sesuatu yang udah aku capai, karena saya pikir ini hanya dunia gitukan jadi aku pengen buat diriku sendiri lebih berharga dan aku pengen terhibur apalagi aku seorang <i>Content Creator</i> yang ingin membangun <i>personal branding</i> untuk membagikan informasi melalui <i>Self-reward</i> yang aku lakukan dan sharing ke <i>followers</i> ku.
47.	Peneliti	Noel juga dibisa disebut <i>Influencer</i> dong?
48.	Subjek 1	Iya mungkin begitu ya.
49.	Peneliti	Apa yang Noel sukai selama jadi <i>Influencer</i> ?
50.	Subjek 1	Eee... berbagi informasi sih, aku suka kali berbagi pengalaman juga apalagi dalam bentuk <i>Self-reward</i> gini.
51.	Peneliti	Lalu gimana milih <i>Self-reward</i> yang sesuai kebutuhan Noel?
52.	Subjek 1	Karena aku harus membangun <i>personal branding</i> , tentunya aku milih <i>Self-Reward</i> yang berdampak positif terutama di media sosial. Karena sebagai <i>influencer</i> atau <i>content creator</i> informasi dan hiburan tidak hanya kesenangan untuk diriku aja tapi juga harus untuk orang lain.
53.	Peneliti	Gimana caranya biar <i>Self-reward</i> mu juga bermanfaat bagi orang lain?
54.	Subjek 1	Eee... caranya aku buat konten berupa video misalnya lagi dipantai gitu jadi karena pantainya

		bagus dan pemandangannya cantik ya aku bikin sg trus banyak yang liat dan mereka banyak itu dimana. Jadi menurut aku itu bermanfaat sih.
55.	Peneliti	Biar jadi referensi baru buat orang yang mau <i>Self-reward</i> ya?
56.	Subjek 1	Iya biar motivasi juga buat orang tu lebih semangat.
57.	Peneliti	Semangat kerja atau semangat liburan ni?
58.	Subjek 1	Kerja dong biar cepat pigi liburannya.
59.	Peneliti	Terutama bagi audiens mu ya?
60.	Subjek 1	Iya terutama bagi audiens ku yang juga mau liburan ditempat yang sama kayak di sg ku.
61.	Peneliti	Terima kasih Noel atas waktunya dan <i>sharing</i> -nya hari ini.
62.	Subjek 1	Sama-sama sas. Semoga jawabanku bisa membantu dan bermanfaat.

Hasil Wawancara Verbatim Subjek 2

Nama : M. Rizky Ramadhan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 14 Februari 2025

No	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Peneliti	Selamat siang Rizky, saya Sastra Linda Yumarni ingin mewawancarai anda terkait penelitian saya yang berjudul “PRAKTIK <i>SELF-REWARD</i> DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA” apakah wawancara bisa kita mulai?
2.	Subjek 2	Selamat siang sastra, kita mulai saja.
3.	Peneliti	Apakah Rizky selalu melakukan <i>Self-reward</i> ?
4.	Subjek 2	Tentunya iya, karena saya merasa <i>Self-reward</i> itu sangat penting.
5.	Peneliti	Ada waktu tertentu gak pas mau <i>Self-reward</i> ?
6.	Subjek 2	Paling ketika saya ingin melampiasakan beban yang ada dipikiran saya.
7.	Peneliti	Apa bentuk <i>Self-reward</i> yang sering Rizky lakukan?
8.	Subjek 2	Jalan-jalan atau liburan.
9.	Peneliti	Biasanya liburannya kemana aja?
10.	Subjek 2	Biasanya saya ke gunung atau ke laut kadang juga ke luar kota.
11.	Peneliti	Ke luar kotanya kemana?

12.	Subjek 2	Terakhir saya pergi ke Lombok, e... itu sekitar dua tahun yang lalu.
13.	Peneliti	Selain liburan, pernah gak Rizky coba <i>Self-reward</i> dengan pengalaman baru?
14.	Subjek 2	Untuk pengalaman baru sih gak pernah ya.
15.	Peneliti	Emang gak mau nyoba?
16.	Subjek 2	Gak sih.
17.	Peneliti	Alasannya apa?
18.	Subjek 2	Saya ngerasa gak nyaman aja nyoba hal baru, karena takutnya malah jadi beban.
19.	Peneliti	Kalau <i>Self-reward</i> gitu Rizky pernah terpengaruh dari orang lain gak sih?
20.	Subjek 2	Tidak, karena <i>Self-reward</i> muncul secara alami dalam diri saya tanpa perlu pengaruh dari orang lain.
21.	Peneliti	Hemm...Rizky selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial gak?
22.	Subjek 2	Iya selalu.
23.	Peneliti	Apa alasan Rizky memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di media sosial?
24.	Subjek 2	Karena saya ingin memberi informasi bagi audiens dan itu sebagai validitas saja karna saya sudah melakukan <i>Self-reward</i> dengan cara berjalan-jalan atau berlibur. Dan sebagai motivasi saya dan untuk membangkitkan rasa percaya diri saya kemudian agar orang lain tau juga saya sedang diluar.
25.	Peneliti	Ada gak perasaan puas setelah mempostingnya?
26.	Subjek 2	Tentunya ada, saya sangat merasa puas dengan adanya validasi dari orang lain dan orang lain jadi tau apa saja kegiatan yang saya lakukan ketika saya sedang diluar.
27.	Peneliti	Validasi dari orang lain sangat penting bagimu?
28.	Subjek 2	Aku pribadi menganggap validasi orang tu penting.
29.	Peneliti	Alasannya?
30.	Subjek 2	Eee... aku termasuk orang yang kurang percaya diri, jadi saya butuh validasi dari orang lain.
31.	Peneliti	Lalu gimana rasanya dapat respon dari audiens?
32.	Subjek 2	Sangat senang ya dan sangat berdampak positif bagi diri saya sendiri.
33.	Peneliti	Apa alasannya?
34.	Subjek 2	Karena dengan hal tersebut saya bisa membangun kepercayaan diri maupun membangkitkan kebahagiaan saya kembali dari teman-teman di media sosial.
35.	Peneliti	Untuk Rizky sendiri apa dampak yang dirasakan ketika melakukan <i>Self-reward</i> ?

36.	Subjek 2	Yang saya rasakan itu puas kemudian rasanya lebih tenang, lega kayak plong gitu karena udah mencapai sesuatu yang aku inginkan. Bagi ku selain untuk mengapresiasi diri <i>Self-reward</i> bertujuan untuk meringankan beban pikiran kita.
37.	Peneliti	Itu membantu meringankan beban pikiran kali ya?
38.	Subjek 2	Iya.
39.	Peneliti	Tapi pernah gak ngerasa gak puas gitu?
40.	Subjek 2	Gak pernah.
41.	Peneliti	Oh ya?
42.	Subjek 2	Iya karena aku setiap <i>Self-reward</i> sesuai apa yang aku mau.
43.	Peneliti	Walaupun misalnya tempat liburannya tidak sesuai ekspektasi gitu?
44.	Subjek 2	Iya gapapa sih kalo di luar ekspektasi yang penting aku ngerasa lagi bebas aja dari beban pikiran.
45.	Peneliti	Lebih suka <i>Self-reward</i> setelah mencapai target atau pas lagi capek?
46.	Subjek 2	Heemm... dua-dua sih tapi lebih puas tu pas selesai mencapai target, namanya juga penghargaan diri ya pasti pas udah mencapai target.
47.	Peneliti	Untuk dampak negatifnya pernah ngalamin gak?
48.	Subjek 2	Dampak negatif sih gak pernah tapi mungkin lebih ke boros ya, karena kan saya juga harus spend uang lebih sesuai dengan <i>Self-reward</i> yang ingin saya lakukan. Terutama seperti saya yang memilih jalan-jalan jadi saya harus manage keuangan saya untuk membatasi berapa yang harus dikeluarkan selama berlibur, jadi untuk boros tu sudah pasti iya tapi untuk saya sendiri itu hal biasa aja karna pilihan <i>Self-reward</i> ku itu liburan.
49.	Peneliti	Selain ngerasa boros gitu?
50.	Subjek 2	Eee... sejauh ini gak ada sih.
51.	Peneliti	Kenapa ngerasa gak ada dampak negatif nya?
52.	Subjek 2	Karena aku fokus sama tujuan aja yaitu mengapresiasi diri dan aku juga ngerasa gak pernah berlebihan dalam melakukan <i>Self-reward</i> .
53.	Peneliti	Jadi apa alasan utama memilih <i>Self-reward</i> ?
54.	Subjek 2	Tentunya untuk hiburan dan pelarian.
55.	Peneliti	Alasannya?
56.	Subjek 2	Karena saat melakukan <i>Self-reward</i> itu, biasanya saya lagi banyak pikiran dan merasa stres dengan rutinitas sehari-hari. Jadi, saya butuh hiburan dan pelarian untuk meringankan pikiran. Saya memutuskan untuk jalan-jalan ke pantai atau pun ke gunung, karena suasana alam yang tenang bikin lebih rileks dan di pantai, saya suka duduk sambil

		mendengarkan suara ombak dan merasakan angin sepoi-sepoi.
57.	Peneliti	Kayaknya lebih suka pantai ya?
58.	Subjek 2	Iya betul, soalnya kalo naik gunung capek tapi seru sih.
59.	Peneliti	Apa perubahan yang dirasakan?
60.	Subjek 2	Perubahan yang dirasakan, membantu mengurangi beban pikiran saya sehingga membuat saya merasa lebih bahagia dan siap menghadapi tantangan lagi.
61.	Peneliti	Untuk cara memilih <i>Self-reward</i> yang sesuai menurut Rizky sendiri gimana?
62.	Subjek 2	Kalo aku tergantung mood ya.
63.	Peneliti	Menyesuaikan kondisi mungkin ya?
64.	Subjek 2	Iya gitu.
65.	Peneliti	Contohnya?
66.	Subjek 2	Eee... di saat itu pengen <i>Self-reward</i> kemana gitu kayak menyesuaikan kondisi aja, misalnya saya butuh hiburan atau pelarian trus mikir mau kemana ya ke gunung atau ke pantai, mau liat yang hijau-hijau atau dengar suara ombak gitu. Terus saya juga lebih suka menghabiskan uang untuk menambah pengalaman daripada beli barang.
67.	Peneliti	Biasanya butuh berapa lama buat mutusi liburannya kemana?
68.	Subjek 2	Gak lama sih paling 2 minggu gitu.
69.	Peneliti	Dalam 2 minggu itu apa aja yang dipersiapkan?
70.	Subjek 2	Yang pasti aku siapi bugjet, sama apa aja untuk keperluan selama aku pergi.
71.	Peneliti	Terima kasih atas waktunya dan <i>sharing</i> -nya Rizky.
72.	Subjek 2	Santai aja, aku senang kok bisa ikut berkontribusi.

Hasil Wawancara Verbatim Subjek 3

Nama : Elsida Maria Artanty
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswa dan *Freelance*
 Tanggal Wawancara : 14 Februari 2025

No	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Peneliti	Selamat siang Elsida, saya Sastra Linda Yumarni ingin mewawancarai anda terkait penelitian saya yang berjudul “PRAKTIK <i>SELF-REWARD</i> DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA” apakah wawancara bisa kita mulai?

2.	Subjek 3	Selamat siang sastra, iya kita mulai sekarang.
3.	Peneliti	Ka Eci selalu <i>Self-reward</i> ?
4.	Subjek 3	Tidak, saya melakukan <i>Self-reward</i> tergantung situasi dan kondisi.
5.	Peneliti	Situasi nya seperti apa?
6.	Subjek 3	Ada beberapa situasi yang membuat saya perlu memberikan diri sendiri <i>Self-reward</i> misalnya saat saya sedang banyak kegiatan atau pekerjaan yang melelahkan dengan jangka waktu yang berminggu-minggu dan ketika kegiatan itu selesai biasanya saya memberikan <i>Self-reward</i> pada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi diri atas apa yang sudah saya kerjakan dan ketika saya merasa tertekan atau stress atas beberapa keadaan dan saya juga melakukan <i>Self-reward</i> sebagai bentuk <i>refreshing</i> pada diri sendiri.
7.	Peneliti	Bentuk <i>Self-reward</i> apa yang selalu dilakukan?
8.	Subjek 3	<i>Self-reward</i> yang biasa saya lakukan lebih sering berbentuk pembelian, ntah itu membeli makanan, membeli pakaian atau hal lainnya. Namun sesekali saya juga melakukan <i>Self-reward</i> berbentuk tindakan seperti kesalon untuk creambath atau refleksi pijat setelah melewati minggu yang melelahkan.
9.	Peneliti	Kak Eci kuliah sambil kerja atau <i>Freelance</i> gitu kan?
10.	Subjek 3	Iya benar saya <i>Freelance</i> saya kerja kadang sebagai pengisi suatu acara.
11.	Peneliti	Kenapa kak Eci melakukan <i>Self-reward</i> ?
12.	Subjek 3	Karena eee.... diri sendiri, karena dengan adanya <i>Self-reward</i> kita bisa mengenal dan mencintai diri kita sendiri.
13.	Peneliti	Eeee... kak Eci ada nyoba pengalaman baru untuk <i>Self-reward</i> gak?
14.	Subjek 3	Ya, saya sudah mengikuti yoga secara otodidak melalui <i>Youtube</i> selama sebulan belakang. Setelah itu barulah saya yakin untuk mengikuti kelas yoga <i>offline</i> , dan sebagai bentuk hadiah atas konsistensi saya melakukan yoga sebulan sendirian saya membelikan diri saya mat yoga dengan kualitas yang baik meski harganya terbilang cukup mahal bagi saya.
15.	Peneliti	Olahraga sambil <i>Self-reward</i> gitulah ya kak?
16.	Subjek 3	Iya jadi benar-benar bermanfaat.
17.	Peneliti	Kak Eci ada terpengaruh dari orang gak?
18.	Subjek 3	Tidak ada, karena olahraga untuk diri sendiri dan artinya itu tidak ada pengaruh dari orang lain.

19.	Peneliti	Kak Eci termasuk orang yang memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial?
20.	Subjek 3	Sebenarnya jarang saya memposting, karena saya suka memposting hal-hal yang cantik saja dan menurut saya ketika saya sedang di cafe yang visual cantik dan makanannya enak saya akan mempostingnya di <i>Instagram Story</i> saya.
21.	Peneliti	Ada gak perasaan puas setelah membagikan kegiatan <i>Self-reward</i> di media sosial?
22.	Subjek 3	Karena saya jarang memposting tadi tidak ada perasaan puas tetapi saya senang ketika saya memotret atau memvideokan hal-hal yang menurut saya bagus, jadi ada rasa puas ketika orang melihat bahwa saya membagikan sesuatu yang cantik atau terkesan <i>aestetik</i> .
23.	Peneliti	Apa alasan kak Eci jarang memposting kegiatan <i>self-reward</i> di media sosial?
24.	Subjek 3	Karena seperti judulnya ini adalah <i>Self-reward</i> yang artinya untuk diri sendiri dan saya merasa tidak butuh membuktikannya atau mendapatkan validasi dari orang lain.
25.	Peneliti	Karena hanya membagikan sesuatu yang cantik aja, pernah gak sih kak eci dapat respon dari followers?
26.	Subjek 3	Pernah saya membagikan perih ini tentang duduk di cafe menurut saya ada perasaan senang jika orang tersebut jadi termotivasi untuk melakukan <i>Self-reward</i> juga untuk dirinya sendiri, selebihnya saya rasa tidak ada perasaan lain karena <i>Self-reward</i> tersebut murni saya lakukan sendiri.
27.	Peneliti	Kalo untuk diri kak Eci sendiri gimana dampak ketika <i>Self-reward</i> ?
28.	Subjek 3	Saya merasa semakin mengenal dan menghargai diri saya sendiri. Ketika kita menghargai diri kita, kita akan lebih menyaring hal-hal yang kita ijinakan terjadi pada diri sendiri, karena akan lebih banyak hal baik yang kita putuskan untuk diri sendiri.
29.	Peneliti	Itu artinya kita harus bisa mencintai diri kita?
30.	Subjek 3	Ya seperti memperdulikan diri sendiri, karena ketika melakukan <i>Self-reward</i> saya lebih memilih untuk sendiri mungkin dibilang seperti sedang kencan dengan diri sendiri.
31.	Peneliti	Sebagai seorang perempuan kak Eci berani untuk keluar sendirian?
32.	Subjek 3	Sejauh ini sejak pertama kali saya memberanikan diri keluar sendirian sampai sekarang saya selalu berani melakukannya ya karena untuk diri saya sendiri.

33.	Peneliti	Selain dampak positif, gimana dampak negatif yang ka Eci rasakan?
34.	Subjek 3	Sejauh ini tidak ada dampak negatif yang saya rasakan, karena saya tidak selalu melakukan <i>Self-reward</i> yang dimana artinya saya hanya akan memberikan diri saya <i>Self-reward</i> ketika benar-benar pantas mendapatkannya. Sehingga <i>Self-reward</i> uang saya terapkan tidak sembarangan.
35.	Peneliti	Gimana cara memastikannya kalo itu tidak sembarangan?
36.	Subjek 3	Bagi saya lakukan dengan hal yang produktif.
37.	Peneliti	Bisa berikan contohnya?
38.	Subjek 3	Contohnya dari pengalaman baru saya yang membeli mat yoga, yang artinya bermanfaat dan uang yang dibelanjakan tidak sembarangan.
39.	Peneliti	Lalu apa yang biasanya menjadi alasan utama kak Eci melakukan <i>Self-reward</i> ?
40.	Subjek 3	Sebagai hiburan.
41.	Peneliti	Alasannya?
42.	Subjek 3	Sebagai hiburan eee... karena selama ini kegiatan saya cukup banyak. Saya harus kuliah dan bekerja, maka saya butuh jeda untuk istirahat dan mengapresiasi usaha saya selama ini.
43.	Peneliti	Sebagai motivasi juga ya kan?
44.	Subjek 3	Iya motivasi biar makin semangat kerjanya.
45.	Peneliti	Kak Eci pernah ngerasa kurang produktif gak karna istirahat gitu?
46.	Subjek 3	Tidak, karena menurut saya sendiri istirahat itu perlu walau hanya sebentar. Jadi kadang saya juga perlu mengatur waktu kapan harus kerja dan kapan harus istirahat.
47.	Peneliti	Apa cara itu bisa buat kak Eci kembali produktif?
48.	Subjek 3	Bisa, karena dengan begitu energi saya kembali dan membuat saya semangat untuk beraktivitas seperti sebelumnya dan siap menghadapi pekerjaan.
49.	Peneliti	Jadi gimana cara kak Eci memilih <i>Self-reward</i> yang sesuai dengan kebutuhan?
50.	Subjek 3	Cara memilihnya tentu dengan menyesuaikan dengan kondisi diri saya sendiri.
51.	Peneliti	Gimana tu kak?
52.	Subjek 3	Yaitu hiburan ya, karena setelah sepanjang minggu saya melakukan kegiatan yang serius, bekerja, kuliah, dan selalu melakukan rutinitas yang sama setiap hari. Maka saya butuh hiburan yang mengurangi beban juga lelah saya.
53.	Peneliti	mungkin juga dengan sesuatu yang buat kak Eci rileks?

54.	Subjek 3	Iya itu juga contohnya dengan pergi ke tempat refleksi pijat ya.
55.	Peneliti	Kak Eci juga suka baca buku ya? aku liat dari sg
56.	Subjek 3	Ha iya aku juga kadang baca buku kalau sudah tidak mampu mengatasi berisiknya kepala.
57.	Peneliti	Itu termasuk <i>Self-reward</i> bagi kak Eci?
58.	Subjek 3	Iya, karena baca buku kita bisa menikmati cerita yang menarik dengan santai.
59.	Peneliti	Terima kasih kak Eci atas waktunya dan <i>sharing</i> tentang pengalamannya.
60.	Subjek 3	Sama-sama sas. Saya juga senang menceritakan pengalaman saya.

Hasil Wawancara Verbatim Subjek 4

Nama : Rizka Fadhillah Lubis

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa dan *Freelance*

Tanggal Wawancara : 18 Februari 2025

No	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Peneliti	Selamat siang Rizka, saya Sastra Linda Yumarni ingin mewawancarai anda terkait penelitian saya yang berjudul “PRAKTIK <i>SELF-REWARD</i> DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA” apakah wawancara bisa kita mulai?
2.	Subjek 4	Selamat siang sastra, iya di mulai saja.
3.	Peneliti	Rizka selalu melakukan <i>Self-reward</i> ?
4.	Subjek 4	Melakukan <i>Self-reward</i> tapi tidak selalu sih ada moment tertentu.
5.	Peneliti	Moment seperti apa?
6.	Subjek 4	Contohnya ketika udah capek kerja terus kayaknya butuh beli sesuatu nih biar gak terlalu <i>boring</i> atau jenuh kerjanya.
7.	Peneliti	Rizka kuliah sambil kerja?
8.	Subjek 4	Iya kerja <i>freelance</i> sih.
9.	Peneliti	<i>Freelance</i> dimana aja?
10.	Subjek 4	Eee... aku ikut beberapa sanggar tari di Medan, kadang aku juga dipanggil buat jadi MUA peserta tari.
11.	Peneliti	Itu nari nya di Medan aja ka?
12.	Subjek 4	Gak, kami juga nerima untuk yang di luar kota.
13.	Peneliti	Bisa kerja sambil liburan ya.
14.	Subjek 4	Iya gitu lah jadinya liburannya rame.

15.	Peneliti	Ooh gitu, kalau bentuk <i>Self-reward</i> yang Rizka lakukan apa?
16.	Subjek 4	Bisa berbentuk beli barang, berbelanja keperluan yang lainnya dan liburan.
17.	Peneliti	Kalo liburannya kemana aja?
18.	Subjek 4	Aku pigi ke jogja, ke jakarta, ke bali, kemana aja lah yang dekat-dekat paling ke samosir ya.
19.	Peneliti	Kalo <i>Self-reward</i> gitu ada terpengaruh dari orang lain gak?
20.	Subjek 4	Enggak, enggak ada pengaruh dari orang lain dan kalau saya mau melakukannya ya saya lakukan tapi jika tidak ingin ya saya tidak melakukannya.
21.	Peneliti	Pernah nyoba pengalaman baru sebagai bentuk <i>Self-reward</i> gak?
22.	Subjek 4	Pernah.
23.	Peneliti	Apa itu bentuknya?
24.	Subjek 4	Eeee... liburan juga tapi saya keluar negeri karena saya biasanya liburan cuma di Indonesia aja. Saya memberanikan diri untuk liburan keluar negeri, karena saya biasanya liburan cuma domestik aja jadi saya ingin mencoba hal baru sebagai <i>Self-reward</i> dengan pergi liburan dan jalan-jalan ke keluar negeri.
25.	Peneliti	Itu sambil kerja?
26.	Subjek 4	Gak, yang ini pure emang liburan pas kali waktunya baru siap UAS.
27.	Peneliti	Udah di rencanai?
28.	Subjek 4	Udah rencanai nya dari bulan 12.
29.	Peneliti	Trus kalo <i>Self-reward</i> itu Rizka sering posting gak?
30.	Subjek 4	Enggak selalu di posting semua tapi pernah dan sesekali aja dipostingnya.
31.	Peneliti	Kenapa Rizka di posting?
32.	Subjek 4	Kalau untuk liburan biar jadi kenang-kenangan aja foto tersebut.
33.	Peneliti	Adakah perasaan puas setelah memposting di media sosial?
34.	Subjek 4	Terkadang puas karena ketika liburan atau makan ditempat luar saya sering membagikan lokasi tempat saya berada jadi orang bisa tanya berapa harga makanannya atau gimana rasa makanannya enak atau tidak, jadi ngerasa puas dan senang bisa memberi informasi ke orang lain.
35.	Peneliti	Ada gak sih dapat respon positif dari audiens?
36.	Subjek 4	Ada.
37.	Peneliti	Apa rasanya saat menerima respons positif dari audiens?

38.	Subjek 4	Rasanya senang banget karena termasuk hal positif ya berarti orang lain suka atas konten <i>Self-reward</i> saya.
39.	Peneliti	Lalu bagaimana jika itu respon yang negatif?
40.	Subjek 4	Kadang kalau dapat yang negatif juga bodoamat gitu kan pakai uang sendiri.
41.	Peneliti	Untuk Rizka sendiri gimana dampak ketika melakukan <i>Self-reward</i> ?
42.	Subjek 4	Ketika melakukan <i>Self-reward</i> itu yang saya rasakan kayak senang, happy ya karena dari hasil kerja keras saya. Dan saya bisa menikmati apa yang saya mau, apa yang saya inginkan, jadi kayak hadiah atau bonus untuk saya dari banyaknya pekerjaan dan membuat diri saya capek.
43.	Peneliti	Pernah gak sih nahan beli barang atau pergi ke suatu tempat tapi harus nunggu momen yang pas sekaligus buat <i>Self-reward</i> ?
44.	Subjek 4	Iya sering pun, malah ya aku nahan diri gitu biar lebih semangat kerjanya.
45.	Peneliti	Bisa bilang kayak motivasi ya?
46.	Subjek 4	Iya kayak kemarin aku mau beli sepatu tapi aku tahan dulu sampe kerjaan aku dalam 2 bulan siap.
47.	Peneliti	Kenapa emangnya harus ditahan?
48.	Subjek 4	Karena kerjaan aku pas itu banyak kali ditambah juga itu baru siap sempro kan, jadinya aku <i>Self-reward</i> beli sepatu ya alasannya biar lebih semangat kerja walaupun sambil skripsian.
49.	Peneliti	Selain dampak positif, adakah dampak negatif yang dirasakan?
50.	Subjek 4	Alhamdulillah belum pernah, karena jauh-jauh hari sebelum melakukan <i>Self-reward</i> saya sudah manage keuangan saya. Saya juga membagi uang saya untuk kepentingan-kepentingan yang lainnya, jadi untuk negatif nya belum ada sampai saat ini.
51.	Peneliti	Jangan sampe la ya.
52.	Subjek 4	Iya jangan sampe jadi boros.
53.	Peneliti	Pernah gak Rizka <i>Self-reward</i> melebihi <i>budget</i> ?
54.	Subjek 4	Gak pernah sih, karena aku kalo <i>Self-reward</i> itu emang sesuai sama apa yang aku butuhkan.
55.	Peneliti	Gak sampe berlebihan gitu ya?
56.	Subjek 4	Iya kalau berlebihan kan juga gak baik.
57.	Peneliti	Lalu apa alasan utama Rizka dalam memilih <i>Self-reward</i> ?
58.	Subjek 4	Alasan utama ku hanya untuk hiburan, karena jujur aku sendiri sangat butuh hiburan di tengah huru-hara pekerjaan yang banyak ini. Sama informasi

		juga karena aku butuh tempat-tempat yang baru untuk liburan.
59.	Peneliti	Nampaknya emang butuh <i>Self-reward</i> ya.
60.	Subjek 4	Banget aku bener-bener butuh <i>Self-reward</i> banget sebagai pelampiasan.
61.	Peneliti	Jadi gimana Rizka milih <i>Self-reward</i> yang sesuai dengan kebutuhan?
62.	Subjek 4	Karena aku butuh pelampiasan biasanya aku membedakan keinginan dan kebutuhan saat liburan.
63.	Peneliti	Gimana cara membedakannya?
64.	Subjek 4	Cara ku gini, eee... saat ingin liburan atau jalan-jalan keluar negeri aku cari informasi terlebih dahulu dan melakukan riset dulu untuk memanage keuangan aku agar kebutuhan selama aku berpergian terpenuhi dan supaya tidak terjadi hal-hal negatif seperti pemborosan dan lainnya.
65.	Peneliti	Itu kan semua udah direncanakan, tapi pernah gak sih liburan dadakan gitu?
66.	Subjek 4	Liburan dadakan gitu sih gak pernah, karena selain memanage uang aku juga harus memanage waktu.
67.	Peneliti	Kenapa?
68.	Subjek 4	Karena aku juga punya jadwal kerja yang jauh-jauh hari udah dibuat jadi emang gak bisa ditinggalkan.
69.	Peneliti	Terima kasih ka atas waktunya dan <i>sharing</i> -nya hari ini!
70.	Subjek 4	Sama-sama sas. Senang bisa saling bantu.

Hasil Wawancara Verbatim Subjek 5

Nama : Theysa Monica

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 25 Februari 2025

No	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Peneliti	Selamat siang Theysa, saya Sastra Linda Yumarni ingin mewawancarai anda terkait penelitian saya yang berjudul “PRAKTIK <i>SELF-REWARD</i> DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA” apakah wawancara bisa kita mulai?
2.	Subjek 5	Selamat siang sastra, iya kita mulai saja.
3.	Peneliti	Theysa selalu melakukan <i>Self-reward</i> ?
4.	Subjek 5	Dibilang selalu sih enggak selalu, tapi ada beberapa moment kayak sekali sebulan atau sekali dua

		minggu itu tergantung apa yang sudah aku capai gitu.
5.	Peneliti	Contohnya seperti apa?
6.	Subjek 5	Misalnya aku habis melakukan hal yang sulit, kayak kemarin aku sempro atau saat aku lagi mumet-mumetnya dan berhasil melewati itu pasti aku <i>Self-reward</i> .
7.	Peneliti	Apa bentuk <i>Self-reward</i> yang Theysa lakukan?
8.	Subjek 5	Biasa aku belanja, makan enak, dan ke salon.
9.	Peneliti	Ada pengaruh dari orang lain gak ketika melakukan <i>Self-reward</i> ?
10.	Subjek 5	Kalau terpengaruh dari teman sih gak apalagi dari media sosial orang.
11.	Peneliti	Kalau ingin aja berarti ya?
12.	Subjek 5	Iya, apalagi ini kan <i>Self-reward</i> jadi ya fokus sama apa yang diri ku mau aja.
13.	Peneliti	Pernah nyoba pengalaman baru sebagai bentuk <i>Self-reward</i> gak?
14.	Subjek 5	Heemm... jarang sih, tapi aku gak nganggap itu sebagai bentuk <i>Self-reward</i> karena bagi aku itu bukan <i>Self-reward</i> .
15.	Peneliti	Apa alasannya?
16.	Subjek 5	Karena aku selalu nyoba pengalaman baru apapun itu, tapi aku gak nganggap itu <i>Self-reward</i> .
17.	Peneliti	Theysa selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial?
18.	Subjek 5	Enggak selalu aku posting.
19.	Peneliti	Alasannya?
20.	Subjek 5	Alasannya untuk kesenangan diri sendiri sih kayak ada rasa puas tersendiri gitu.
21.	Peneliti	Alasan tidak mempostingnya kenapa?
22.	Subjek 5	Alasannya malas aja, kadang rasanya ngapain harus di posting.
23.	Peneliti	Tapi kalo diposting ada perasaan puas setelah memposting gak?
24.	Subjek 5	Ada perasaan puas, senang gitu setiap mempostingnya gitu.
25.	Peneliti	Pernah dapat respon dari audiens gak?
26.	Subjek 5	Pernah.
27.	Peneliti	Lalu gimana perasaannya?
28.	Subjek 5	Perasaannya pasti senang kalau ada komentar positif walaupun kadang aku sering mikir takut dikira pamer, tapi banyak respon positif yang masuk berarti banyak juga orang yang suka sama postingan aku.
29.	Peneliti	Untuk Theysa sendiri, apa dampak yang dirasakan ketika melakukan <i>Self-reward</i> ?

30.	Subjek 5	Dampaknya senang sih terus kayak lega, dari yang tadinya mumet kali pas melakukan <i>Self-reward</i> jadi lega.
31.	Peneliti	Kayak terbayarkan gitu ya?
32.	Subjek 5	Iya kayak apa yang udah ku lakukan jadi terbayarkan gitu.
33.	Peneliti	kalo dampak negatif yang di rasakan?
34.	Subjek 5	Aku pernah ngerasa kalo <i>Self-reward</i> aku jadi berdampak negatif.
35.	Peneliti	Seperti apa dampak negatifnya?
36.	Subjek 5	Aku pernah ngerasa kalo <i>Self-reward</i> aku ni berdampak menjadikan aku boros, jadi kayak aku lebih mendahulukan keinginkanku daripada kebutuhkanku makanya aku ngerasa boros.
37.	Peneliti	Biasanya apa yang menjadi alasan utama memilih <i>Self-reward</i> ?
38.	Subjek 5	Kalau bagi aku, <i>Self-reward</i> itu sebagai hiburan dan pelarian.
39.	Peneliti	Alasannya?
40.	Subjek 5	Karena ketika lagi capek, mumet, stress aku butuh <i>me-time</i> apalagi kayak kita gini yang udah semester akhir pasti butuh hiburan dan pelarian berupa jalan-jalan ataupun belanja.
41.	Peneliti	Biasanya kalo <i>me-time</i> tu kemana aja?
42.	Subjek 5	Aku ke mall, ke salon, kadang juga ke coffeshop yang baru buka gitu.
43.	Peneliti	Kalo ke coffeshop gitu masuk wishlist atau emang pigi dadakan?
44.	Subjek 5	Eee... kadang ya tergantung review orang sih.
45.	Peneliti	Maksudnya?
46.	Subjek 5	Misalnya ada cafe baru gitu ya trus review orang tu banyak bilang bagus atau makanannya enak, jadi aku coba juga pigi kesana tapi gak dadakan.
47.	Peneliti	Masuk wishlist gitu ya?
48.	Subjek 5	Iya kayak siap ujian ni aku ke sana lah.
49.	Peneliti	Jadi cara milih <i>Self-reward</i> yang sesuai menurut theysa gimana?
50.	Subjek 5	Karena pada dasarnya aku melakukan <i>Self-reward</i> untuk hiburan dan pelarian, aku memilih dengan cara yang tepat.
51.	Peneliti	Contohnya gimana?
52.	Subjek 5	Saat membutuhkan hiburan, aku memutuskan untuk menonton film yang seru terus kalo aku lagi mumet aku pergi ke salon. Nah kalo untuk pelarian aku memilih untuk pigi ke coffeshop makan makanan yang enak gitu.
53.	Peneliti	Nontonnya di bioskop atau dirumah?

54.	Subjek 5	Aku lebih suka nonton dirumah sih.
55.	Peneliti	Sambil <i>me-time</i> ya?
56.	Subjke 5	Iya betul nonton sendiri dirumah lebih nyaman daripada di bioskop.
57.	Peneliti	Terima kasih atas waktunya dan <i>sharing</i> -nya theysa.
58.	Subjek 5	Sama-sama sas.

Lampiran 3: Horizontalisasi

Horizontalisasi Subjek 1

Nama : Noel Saputra Zega

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Mahasiswa dan *Freelance*

Tanggal Wawancara : 11 Februari 2025

HASIL PERCAKAPAN	<i>Coding</i>	KESIMPULAN
P: apakah Noel selalu melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Iya saya selalu melakukan <i>Self-reward</i>.	<i>Self-reward.</i>	Subjek selalu melakukan <i>Self-reward</i> .
P: Ada situasi tertentu gak pas mau <i>Self-reward</i> ? S: Waktunya itu pas saya lagi mumet atau pengen ngasih penghargaan untuk diri sendiri setelah ujian, dan setelah melakukan kegiatan lainnya.	Situasi.	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> setelah ujian dan setelah melakukan kegiatan lainnya.
P: Apa bentuk <i>Self-reward</i> yang sering Noel lakukan? S: Bentuk <i>Self-reward</i> aku biasanya belanja <i>offline</i> kadang pun aku belanja <i>online</i> di <i>Shopee</i>.	Bentuk.	Bentuk <i>Self-reward</i> subjek adalah belanja <i>offline</i> dan <i>online</i> di <i>Shopee</i> .
P: Beli apa aja tu di <i>Shopee</i> ? S: Karna aku kerja, kadang aku beli baju atau celana baru buat kerja trus sama beli barang-barang buat keperluan di kost.	Berbelanja.	Subjek membeli baju atau celana dan keperluan untuk kost.
P: Noel kuliah sambil kerja berarti ya? S: Iya sas, sambil nabung jugalah namanya juga anak perantauan kan jadi butuh uang lebih.		Subjek kuliah sambil bekerja untuk mendapatkan uang tambahan.
P: Noel kerja dimana emangnya? S: Aku kerja disalah satu <i>Wedding Organizer</i> di Medan, trus aku juga <i>Freelance</i> soalnya WO ni gak tiap hari kerjanya.		Subjek kerja di salah satu <i>Wedding Organizer</i> dan juga <i>Freelance</i> .
P: Banyak juga kerja Noel S: Iya itung-itung ngisi waktu luang lah kan apalagi kita mahasiswa akhir gini banyak waktu kosongnya.		Subjek mengisi waktu luang.

P: Selain belanja gitu, pernah gak Noel coba <i>Self-reward</i> dengan pengalaman baru? S: Pernah kadang saya <i>healing</i> , olahraga kayak ngegy, <i>tracking</i> , trus <i>night ride</i> juga.	Bentuk pengalaman baru.	Bentuk <i>Self-reward</i> subjek dengan pengalaman baru dengan cara <i>healing</i> , olahraga, <i>tracking</i> , dan <i>night ride</i> .
P: Kalau <i>Self-reward</i> gitu pernah terpengaruh dari orang lain gak sih? S: Kadang terpengaruh, pernah pas aku lagi jalan sama kawan yang mau belanja barang bagus trus aku jadi termotivasi untuk kerja lebih keras biar bisa beli barang tersebut sebagai <i>Self-reward</i> .	Pengaruh teman.	Subjek terpengaruh untuk memotivasi dirinya bekerja lebih keras agar bisa membeli barang tersebut.
P: Noel selalu posting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial gak? S: Biasanya saya mempostingnya di akun <i>second</i> tidak di akun <i>first</i> saya.	Posting.	Subjek hanya memposting di akun <i>second</i> .
P: Kenapa gitu? S: Karena menurut aku kalo di akun <i>first</i> bisa aja orang-orang berpikir <i>flexing</i> jadi lebih baik saya bagikan di akun <i>second</i> yang berisi teman dekat saya saja.		Subjek merasa nyaman memposting di akun <i>second</i> agar terhindar dari respon negatif.
P: Kenapa harus di posting? S: Bagi ku memposting di akun <i>second</i> untuk kesenangan diri sendiri dan sebagai kenangan juga karena kan di <i>Instagram</i> ada yang namanya arsip jadi bisa kita buka kapan saja buat melihat kenangan kita tersebut.	Sebagai kenangan.	Subjek memanfaatkan fitur arsip di <i>Instagram</i> agar bisa melihat momen tersebut kapan saja.
P: Ada gak perasaan puas setelah memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di media sosial? S: Ada perasaan puas selain itu saya juga memberikan informasi terkait barang yang saya beli berupa <i>caption</i> bahwa baju ini murah tapi kualitasnya sangat bagus, jadi banyak juga respon positif dari orang-orang.	Perasaan puas.	Subjek puas bisa memberikan informasi dan mendapatkan respon positif.
P: Gimana rasanya dapat respon positif?		Subjek senang mendapatkan <i>feedback</i> .

S: Saya merasa senang sekali, berarti apa yang saya posting itu ada <i>feedback</i> dari orang lain dan teman-teman saya menghargai sehingga kebahagiaan yang saya dapatkan menjadi <i>double</i> .		
P: Kalo untuk diri Noel sendiri apa dampak yang dirasakan ketika melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Tentunya saya merasa bahagia, senang sehingga rasa suntuk dan mumet ketika saya banyak pekerjaan jadi hilang gitu.	Dampak.	Dampak dari <i>Self-reward</i> subjek merasa bahagia, rasa suntuk dan mumet jadi hilang.
P: Berarti kegiatan <i>Self-reward</i> ini sangat positif ya bagi Noel? S: Iya betul, soalnya beberapa beban jadi berkurang trus juga banyak orang-orang ingin melakukan hal positif tersebut.	Dampak positif.	Subjek mengatakan beberapa beban berkurang.
P: Selain dampak positif ada gak dampak negatif yang dirasakan? S: Ya tentu saja hal tersebut membuat aku kalap, misalnya saat berbelanja <i>online</i> melihat barang-barang yang unik atau lucu jadi membuat saya kalap untuk membeli barang tersebut dan tidak sadar membuat saya menjadi boros.	Dampak negatif.	Subjek menganggap dirinya boros.
P: Barangnya berguna gak? S: Kadang iya kadang gak.	Pemborosan.	Barang yang di beli subjek terkadang berguna dan kadang tidak berguna.
P: Jadi teletak gitu aja? S: Iya teletak aja kadang nyesel sampe mikir ngapain aku beli ini.		Subjek merasa menyesal.
P: Tapi barang nya sesuai sama <i>wishlist</i> mu? S: Sesuai sih tapi kadang mikir keknya lebih bagus beli yang lain aja.		Subjek membeli sesuai dengan <i>wishlist</i> tapi penyesalan tetap ada.
P: Pernah ngerasa kurang produktif gitu gak? S: Pernah pas <i>travelling</i> buat <i>healing</i> ngerasa kurang produktif, karena kadang sering mengkesampingkan pekerjaan	Kurang produktif.	Subjek merasa kurang produktif sehingga pekerjaannya terabaikan dan tertunda.

yang harus siap secepatnya jadi berabalkan dan tertunda.		
P: Kalo alasan utama memilih <i>Self-reward</i> apa? S: Tentunya alasan ku untuk hiburan dan identitas sosial eee... yaitu dengan cara memberikan <i>Self-reward</i> dalam hidup ku ini eeee... karena saya ingin merasakan sesuatu yang lebih untuk diri sendiri atau sebagai penghargaan atas sesuatu yang udah aku capai, karena saya pikir ini hanya dunia gitukan jadi aku pengen buat diriku sendiri lebih berharga dan aku pengen terhibur apalagi aku seorang <i>Content Creator</i> yang ingin membangun <i>personal branding</i> untuk membagikan informasi melalui <i>Self-reward</i> yang aku lakukan dan sharing ke <i>followers</i> ku.	Alasan utama <i>Self-reward</i> sebagai hiburan dan identitas sosial.	Sebagai <i>content creator</i> subjek membutuhkan hiburan dan identitas sosial untuk membangun <i>personal branding</i> dengan membagikan informasi melalui <i>Self-reward</i>.
P: Noel juga dibisa disebut <i>Influencer</i> dong? S: Iya mungkin begitu ya.		Subjek juga seorang <i>Influencer</i>.
P: Apa yang Noel sukai selama jadi <i>Influencer</i>? S: Eee... berbagi informasi sih, aku suka kali berbagi pengalaman juga apalagi dalam bentuk <i>Self-reward</i> gini.		Subjek suka berbagi pengalaman.
P: Lalu gimana milih <i>Self-reward</i> yang sesuai kebutuhan Noel? S: Karena aku harus membangun <i>personal branding</i>, tentunya aku milih <i>Self-Reward</i> yang berdampak positif terutama di media sosial. Karena sebagai <i>influencer</i> atau <i>content creator</i> informasi dan hiburan tidak hanya kesenangan untuk diriku aja tapi juga harus untuk orang lain.	Memilih <i>Self-reward</i> sesuai kebutuhan.	Subjek memilih <i>Self-reward</i> yang berdampak positif tidak hanya pada kesenangan dirinya, tetapi memberikan informasi dan hiburan yang bermanfaat bagi orang lain.
P: Gimana caranya biar <i>Self-reward</i> mu juga bermanfaat bagi orang lain? S: Eee... caranya aku buat		Subjek membuat konten dengan pemandangan yang indah sehingga

konten berupa video misalnya lagi dipantai gitu jadi karena pantainya bagus dan pemandangannya cantik ya aku bikin sg trus banyak yang liat dan mereka nanyak itu dimana. Jadi menurut aku itu bermanfaat sih.		audiens tertarik untuk menanyakan lokasinya.
P: Biar jadi referensi baru buat orang yang mau <i>Self-reward</i> ya? S: Iya biar motivasi juga buat orang tu lebih semangat.		Subjek memotivasi audiens untuk lebih semangat.
P: Semangat kerja atau semangat liburan ni? S: Kerja dong biar cepat pigi liburannya.		Subjek memberi semangat bekerja.
P: Terutama bagi audiens mu ya? S: Iya terutama bagi audiens ku yang juga mau liburan ditempat yang sama kayak di sg ku.		Konten yang bagikan subjek di <i>Instagram Story</i> membantu audiens untuk pergi ke tempat yang sama.

Horizontalisasi Subjek 2

Nama : M. Rizky Ramadhan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 14 Februari 2025

HASIL PERCAKAPAN	<i>Coding</i>	KESIMPULAN
P: Apakah Rizky selalu melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Tentunya iya, karena saya merasa <i>Self-reward</i> itu sangat penting.	<i>Self-reward.</i>	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> karena itu sangat penting.
P: Ada waktu tertentu gak pas mau <i>Self-reward</i> ? S: Paling ketika saya ingin melampiasakan beban yang ada dipikiran saya.	Situasi.	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> saat ingi melampiasakan beban.
P: Apa bentuk <i>Self-reward</i> yang sering Rizky lakukan? S: Jalan-jalan atau bisa dibilang liburan gitulah.	Bentuk <i>Self-reward.</i>	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> jalan-jalan atau liburan.

P: Biasanya liburannya kemana aja? S: Biasanya saya ke gunung atau ke laut kadang juga ke luar kota.	Ke gunung atau ke laut dan ke luar kota.	Subjek pergi ke gunung atau ke laut dan ke luar kota.
P: Ke luar kotanya kemana? S: Terakhir saya pergi ke Lombok, e... itu sekitar dua tahun yang lalu.	Lombok.	Subjek pergi ke Lombok sekitar 2 tahun yang lalu.
P: Selain liburan, pernah gak Rizky coba <i>Self-reward</i> dengan pengalaman baru? S: Untuk pengalaman baru sih gak pernah ya.	Bentuk pengalaman baru.	Subjek tidak pernah melakukan pengalaman baru.
P: Emang gak mau nyoba? S: Gak sih.		Subjek tidak ingin mencoba pengalaman baru.
P: Alasannya? S: Saya ngerasa gak nyaman aja nyoba hal baru, karena takutnya malah jadi beban.		Subjek ngerasa tidak nyaman karena takutnya menjadi beban.
P: Kalau <i>Self-reward</i> gitu Rizky pernah terpengaruh dari orang lain gak sih? S: Tidak, karena <i>Self-reward</i> muncul secara alami dalam diri saya tanpa perlu pengaruh dari orang lain.	Tidak terpengaruh.	Subjek <i>Self-reward</i> secara alami dari diri sendiri tanpa pengaruh orang lain.
P: Hemm...Rizky selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial gak? S: Iya selalu.	Posting.	Subjek selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> .
P: Apa alasan Rizky memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di media sosial? S: Karena saya ingin memberi informasi bagi audiens dan itu sebagai validitas saja karna saya sudah melakukan <i>Self-reward</i> dengan cara berjalan-jalan atau berlibur. Dan sebagai motivasi saya dan untuk membangkitkan rasa percaya diri saya kemudian agar orang lain tau juga saya sedang diluar.	Validasi.	Subjek membagikan pengalaman liburan sekaligus meningkatkan rasa percaya diri, dan memberi tahu orang lain tentang keberadaannya di luar.
P: Ada gak perasaan puas setelah mempostingnya? S: Tentunya ada, saya sangat merasa puas dengan adanya	Perasaan puas.	Subjek puas dengan adanya validasi dari orang lain.

validasi dari orang lain dan orang lain jadi tau apa saja kegiatan yang saya lakukan ketika saya sedang diluar.		
P: Validasi dari orang lain sangat penting bagimu? S: Aku pribadi menganggap validasi orang tu penting.		Subjek menanggapi validasi itu penting.
P: Alasannya? S: Eee... aku termasuk orang yang kurang percaya diri, jadi saya butuh validasi dari orang lain.		Subjek kurang percaya diri sehingga membutuhkan validasi dari orang lain.
P: Lalu gimana rasanya dapat respon dari audiens? S: Sangat senang ya dan sangat berdampak positif bagi diri saya sendiri.		Subjek senang karena berdampak positif.
P: Apa alasannya? S: Karena dengan hal tersebut saya bisa membangun kepercayaan diri maupun membangkitkan kebahagiaan saya kembali dari teman-teman di media sosial.		Subjek bisa membangun kepercayaan diri di media sosial.
P: Untuk Rizky sendiri apa dampak yang dirasakan ketika melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Yang saya rasakan itu puas kemudian rasanya lebih tenang, lega kayak plong gitu karena udah mencapai sesuatu yang aku inginkan. Bagi ku selain untuk mengapresiasi diri <i>Self-reward</i> bertujuan untuk meringankan beban pikiran kita.	Dampak positif.	Subjek merasa puas setelah mengapresiasi diri dengan tujuan untuk meringankan beban pikiran.
P: Itu membantu meringankan beban pikiran kali ya? S: iya.		Subjek mengatakan iya.
P: Tapi pernah gak ngerasa gak puas gitu? S: Gak pernah.		Subjek ngerasa tidak pernah.
P: Oh ya? S: Iya karena aku setiap <i>Self-reward</i> sesuai apa yang aku mau.		Subjek menyesuaikan dengan yang subjek inginkan.
P: Walaupun misalnya tempat liburannya tidak sesuai ekspektasi gitu?		Meski tidak sesuai ekspektasi, yang terpenting subjek

S: Iya gapapa sih kalo di luar ekspektasi yang penting aku ngerasa lagi bebas aja dari beban pikiran.		ngerasa bebas dari beban pikiran.
P: Lebih suka <i>Self-reward</i> setelah mencapai target atau pas lagi capek? S: Heemm... dua-dua sih tapi lebih puas tu pas selesai mencapai target, namanya juga penghargaan diri ya pasti pas udah mencapai target.		Bagi subjek kedua nya penting tapi lebih puas saat setelah menyelesaikan target.
P: Untuk dampak negatifnya pernah ngalamin gak? S: Dampak negatif sih gak pernah tapi mungkin lebih ke boros ya, karena kan saya juga harus spend uang lebih sesuai dengan <i>Self-reward</i> yang ingin saya lakukan. Terutama seperti saya yang memilih jalan-jalan jadi saya harus manage keuangan saya untuk membatasi berapa yang harus dikeluarkan selama berlibur, jadi untuk boros tu sudah pasti iya tapi untuk saya sendiri itu hal biasa aja karna pilihan <i>Self-reward</i> ku itu liburan.	Dampak negatif.	Subjek tidak merasakan dampak negatif, akan tetapi manage keuangan penting untuk mengontrol keuangan.
P: Selain ngerasa boros gitu? S: Eee... sejauh ini gak ada sih.		Subjek tidak merasa adanya dampak negatif.
P: Kenapa ngerasa gak ada dampak negatif nya? S: Karena aku fokus sama tujuan aja yaitu mengapresiasi diri dan aku juga ngerasa gak pernah berlebihan dalam melakukan <i>Self-reward</i> .	Tidak berlebihan.	Subjek fokus mengapresiasi diri dan tidak pernah berlebihan saat <i>Self-reward</i> .
P: Jadi apa alasan utama memilih <i>Self-reward</i> ? S: Tentunya untuk hiburan dan pelarian.	Alasan utama.	Subjek memilih untuk hiburan dan pelarian.
P: Alasannya? S: Karena saat melakukan <i>Self-reward</i> itu, biasanya saya lagi banyak pikiran dan merasa stres dengan rutinitas sehari-hari. Jadi, saya butuh hiburan dan	Liburan.	Subjek membutuhkan hiburan saat merasa banyak pikiran dan stress karena rutinitas sehari-hari.

pelarian untuk meringankan pikiran. Saya memutuskan untuk jalan-jalan ke pantai atau pun ke gunung, karena suasana alam yang tenang bikin lebih rileks dan di pantai, saya suka duduk sambil mendengarkan suara ombak dan merasakan angin sepoi-sepoi.		
P: Kayaknya lebih suka pantai ya? S: Iya betul, soalnya kalo naik gunung capek tapi seru sih.		Subjek lebih menyukai Pantai.
P: Apa perubahan yang dirasakan? S: Perubahan yang dirasakan, membantu mengurangi beban pikiran saya sehingga membuat saya merasa lebih bahagia dan siap menghadapi tantangan lagi.	Perubahan yang dirasakan	Subjek merasa membantu mengurangi beban pikiran dan siap menghadapi tantangan berikutnya.
P: Untuk cara memilih <i>Self-reward</i> yang sesuai menurut Rizky sendiri gimana? S: Kalo aku tergantung mood ya.	Cara memilih <i>Self-reward</i> .	Subjek bergantung pada mood.
P: Menyesuaikan kondisi mungkin ya? S: Iya gitu.		Subjek mengatakan iya.
P: Contohnya? S: Eee... di saat itu pengen <i>Self-reward</i> kemana gitu kayak menyesuaikan kondisi aja, misalnya saya butuh hiburan atau pelarian trus mikir mau kemana ya ke gunung atau ke pantai, mau liat yang hijau-hijau atau dengar suara ombak gitu. Terus saya juga lebih suka menghabiskan uang untuk menambah pengalaman daripada beli barang.	Menyesuaikan kondisi.	Subjek menyesuaikan kondisi. Ingin melihat pemandangan yang hijau ia akan pergi ke gunung, jika ingin mendengarkan suara ombak ia akan pergi ke pantai.
P: Biasanya butuh berapa lama buat mutusi liburannya kemana? S: Gak lama sih paling 2 minggu gitu.		Subjek butuh waktu 2 minggu untu mempersiapkan liburannya.
P: Dalam 2 minggu itu apa aja yang dipersiapkan? S: Yang pasti aku siapi bugjet, sama apa aja untuk keperluan selama aku pergi.		Subjek mempersiapkan bugjet dan keperluan lainnya selama liburan.

Horizontalisasi Subjek 3

Nama : Elsida Maria Artanty
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswa dan *Freelance*
 Tanggal Wawancara : 14 Februari 2025

HASIL PERCAKAPAN	<i>Coding</i>	KESIMPULAN
P: Ka Eci selalu <i>Self-reward</i> ? S: Tidak, saya melakukan <i>Self-reward</i> tergantung situasi dan kondisi.	<i>Self-reward.</i>	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> tergantung situasi dan kondisi.
P: Situasi nya seperti apa? S: Ada beberapa situasi yang membuat saya perlu memberikan diri sendiri <i>Self-reward</i> misalnya saat saya sedang banyak kegiatan atau pekerjaan yang melelahkan dengan jangka waktu yang berminggu-minggu dan ketika kegiatan itu selesai biasanya saya memberikan <i>Self-reward</i> pada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi diri atas apa yang sudah saya kerjakan dan ketika saya merasa tertekan atau stress atas beberapa keadaan dan saya juga melakukan <i>Self-reward</i> sebagai bentuk <i>refreshing</i> pada diri sendiri.	Situasi.	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> ketika banyak kegiatan atau pekerjaan yang melelahkan dengan jangka waktu yang berminggu-minggu, subjek juga melakukan <i>Self-reward</i> sebagai bentuk <i>refreshing</i> pada diri sendiri.
P: Bentuk <i>Self-reward</i> apa yang selalu dilakukan? S: <i>Self-reward</i> yang biasa saya lakukan lebih sering berbentuk pembelian, ntah itu membeli makanan, membeli pakaian atau hal lainnya. Namun sesekali saya juga melakukan <i>Self-reward</i> berbentuk tindakan seperti kesalon untuk creambath atau refleksi pijat setelah melewati minggu yang melelahkan.	Bentuk <i>Self-reward.</i>	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> dalam bentuk berbelanja dan pergi kesalon untuk creambath atau refleksi pijat setelah melewati minggu yang melelahkan.
P: Kak Eci kuliah sambil kerja atau <i>Freelance</i> gitu kan? S: Iya benar saya <i>Freelance</i> saya		Subjek seorang <i>freelance</i> .

kerja kadang sebagai pengisi suatu acara.		
P: Kenapa kak Eci melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Karena eee.... diri sendiri, karena dengan adanya <i>Self-reward</i> kita bisa mengenal dan mencintai diri kita sendiri.		Subjek melakukan <i>Self-reward</i> karena diri sendiri.
P: Eeee... kak Eci ada nyoba pengalaman baru untuk <i>Self-reward</i> gak? S: Ya, saya sudah mengikuti yoga secara otodidak melalui <i>Youtube</i> selama sebulan belakang. Setelah itu barulah saya yakin untuk mengikuti kelas yoga <i>offline</i> , dan sebagai bentuk hadiah atas konsistensi saya melakukan yoga sebulan sendirian saya membelikan diri saya mat yoga dengan kualitas yang baik meski harganya terbilang cukup mahal bagi saya.	Bentuk pengalaman baru.	Subjek mengikuti kelas yoga sebagai pengalaman baru nya.
P: Olahraga sambil <i>Self-reward</i> gitulah ya kak? S: Iya jadi benar-benar bermanfaat.		Subjek mengatakan olahraga sebagai <i>Self-reward</i> adalah bermanfaat.
P: Kak Eci ada terpengaruh dari orang gak? S: Tidak ada, karena olahraga untuk diri sendiri dan artinya itu tidak ada pengaruh dari orang lain.	Tidak terpengaruh.	Subjek tidak terpengaruh dari orang lain karena olahraga untuk diri sendiri.
P: Kak Eci termasuk orang yang memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial? S: Sebenarnya jarang saya memposting, karena saya suka memposting hal-hal yang cantik saja dan menurut saya ketika saya sedang di cafe yang visual cantik dan makanannya enak saya akan mempostingnya di <i>Instagram Story</i> saya.	Jarang memposting.	Subjek hanya memposting hal-hal yang menurutnya cantik.
P: Ada gak perasaan puas setelah membagikan kegiatan <i>Self-reward</i> di media sosial?		Subjek hanya merasa puas ketika audiens melihat ia membagikan

S: Karena saya jarang memposting tadi tidak ada perasaan puas tetapi saya senang ketika saya memotret atau memvideokan hal-hal yang menurut saya bagus, jadi ada rasa puas ketika orang melihat bahwa saya membagikan sesuatu yang cantik atau terkesan <i>aestetik</i>.		sesuatu yang cantik atau terkesan <i>aestetik</i>.
P: Apa alasan kak Eci jarang memposting kegiatan <i>self-reward</i> di media sosial? S: Karena seperti judulnya ini adalah <i>Self-reward</i> yang artinya untuk diri sendiri dan saya merasa tidak butuh membuktikannya atau mendapatkan validasi dari orang lain.	Tidak membutuhkan validasi.	Subjek tidak membutuhkan validasi.
P: Karena hanya membagikan sesuatu yang cantik aja, pernah gak sih kak eci dapat respon dari followers? S: Pernah saya membagikan perih ini tentang duduk di cafe menurut saya ada perasaan senang jika orang tersebut jadi termotivasi untuk melakukan <i>Self-reward</i> juga untuk dirinya sendiri, selebihnya saya rasa tidak ada perasaan lain karena <i>Self-reward</i> tersebut murni saya lakukan sendiri.	Perasaan senang.	Subjek merasa senang karena orang tersebut juga termotivasi melakukan <i>Self-reward</i> yang sama.
P: Kalo untuk diri kak Eci sendiri gimana dampak ketika <i>Self-reward</i>? S: Saya merasa semakin mengenal dan menghargai diri saya sendiri. Ketika kita menghargai diri kita, kita akan lebih menyaring hal-hal yang kita ijinakan terjadi pada diri sendiri, karena akan lebih banyak hal baik yang kita putuskan untuk diri sendiri.	Dampak.	Subjek merasa semakin mengenal dirinya sendiri.

P: Itu artinya kita harus bisa mencintai diri kita? S: Ya seperti memperdulikan diri sendiri, karena ketika melakukan <i>Self-reward</i> saya lebih memilih untuk sendiri mungkin dibilang seperti sedang kencan dengan diri sendiri.		Subjek merasa seperti sedang kencan dengan dirinya sendiri.
P: Sebagai seorang perempuan kak Eci berani untuk keluar sendirian? S: Sejauh ini sejak pertama kali saya memberanikan diri keluar sendirian sampai sekarang saya selalu berani melakukannya ya karena untuk diri saya sendiri.		Subjek memberanikan diri untuk keluar sendirian.
P: Selain dampak positif, gimana dampak negatif yang ka Eci rasakan? S: Sejauh ini tidak ada dampak negatif yang saya rasakan, karena saya tidak selalu melakukan <i>Self-reward</i> yang dimana artinya saya hanya akan memberikan diri saya <i>Self-reward</i> ketika benar-benar pantas mendapatkannya. Sehingga <i>Self-reward</i> uang saya terapkan tidak sembarangan.	Dampak negatif.	Subjek tidak merasakan dampak negatif, karena <i>Self-reward</i> yang diterapkan tidak sembarangan.
P: Gimana cara memastikannya kalo itu tidak sembarangan? S: Bagi saya lakukan dengan hal yang produktif.		Subjek melakukan hal yang produktif.
P: Bisa berikan contohnya? S: Contohnya dari pengalaman baru saya yang membeli mat yoga, yang artinya bermanfaat dan uang yang dibelanjakan tidak sembarangan.		Contoh dari subjek ketika membeli mat yoga untuk olahraga.
P: Lalu apa yang biasanya menjadi alasan utama kak Eci melakukan <i>Self-reward</i>? S: Sebagai hiburan.	Alasan utama melakukan <i>Self-reward</i> .	Subjek mengatakan sebagai hiburan.
P: Alasannya? S: Sebagai hiburan eee... karena selama ini kegiatan saya cukup banyak. Saya harus kuliah dan bekerja, maka saya butuh jeda untuk istirahat dan	Hiburan.	Subjek memiliki kegiatan yang cukup banyak sehingga memilih hiburan untuk istirahat sebentar.

mengapresiasi usaha saya selama ini.		
P: Sebagai motivasi juga ya kan? S: Iya motivasi biar makin semangat kerjanya.		Subjek memotivasi diri sendiri untuk lebih semangat bekerja.
P: Kak Eci pernah ngerasa kurang produktif gak karna istirahat gitu? S: Tidak, karena menurut saya sendiri istirahat itu perlu walau hanya sebentar. Jadi kadang saya juga perlu mengatur waktu kapan harus kerja dan kapan harus istirahat.		Subjek tidak merasa kurang produktif walau hanya beristirahat sebentar.
P: Apa cara itu bisa buat kak Eci kembali produktif? S: Bisa, karena dengan begitu energi saya kembali dan membuat saya semangat untuk beraktivitas seperti sebelumnya dan siap menghadapi pekerjaan.		Subjek bisa kembali produktif.
P: Jadi gimana cara kak Eci memilih Self-reward yang sesuai dengan kebutuhan? S: Cara memilihnya tentu dengan menyesuaikan dengan kondisi diri saya sendiri.	Menyesuaikan kondisi.	Subjek menyesuaikan dengan kondisi dirinya.
P: Gimana tu kak? S: Yaitu hiburan ya, karena setelah sepanjang minggu saya melakukan kegiatan yang serius, bekerja, kuliah, dan selalu melakukan rutinitas yang sama setiap hari. Maka saya butuh hiburan yang mengurangi beban juga lelah saya.	Hiburan.	Subjek membutuhkan hiburan setelah sepanjang minggu melakukan kegiatan yang serius.
P: mungkin juga dengan sesuatu yang buat kak Eci rileks? S: Iya itu juga contohnya dengan pergi ke tempat refleksi pijat ya.		Subjek pergi ke tempat refleksi pijat.
P: Kak Eci juga suka baca buku ya? aku liat dari sg S: Ha iya aku juga kadang baca buku kalau sudah tidak mampu mengatasi berisiknya kepala.		Subjek membaca buku ketika sudah tidak mampu mengatasi berisiknya kepala.
P: Itu termasuk <i>Self-reward</i> bagi kak Eci? S: Iya, karena baca buku kita bisa	Membaca buku.	Subjek menikmati cerita dan bersantai.

menikmati cerita yang menarik dengan santai.		
--	--	--

Horizontalisasi Subjek 4

Nama : Rizka Fadhillah Lubis

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa dan *Freelance*

Tanggal Wawancara : 18 Februari 2025

HASIL PERCAKAPAN	Coding	KESIMPULAN
P: Rizka selalu melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Melakukan <i>Self-reward</i> tapi tidak selalu sih ada moment tertentu.	<i>Self-reward.</i>	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> saat moment tertentu.
P: Moment seperti apa? S: Contohnya ketika udah capek kerja terus kayaknya butuh beli sesuatu nih biar gak terlalu <i>boring</i> atau jenuh kerjanya.	Saat jenuh.	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> saat lelah dan jenuh saat bekerja.
P: Apakah anda selalu melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Melakukan <i>Self-reward</i> tapi tidak selalu sih ada momen tertentu.	Momen tertentu.	Subjek hanya melakukan <i>Self-reward</i> ketika ada momen tertentu.
P: Dalam situasi apa anda merasa perlu memberikan diri sendiri <i>Self-reward</i> ? S: Dalam situasi ketika udah capek kerja terus kayaknya butuh beli sesuatu nih biar gak terlalu <i>boring</i> kerjanya.	Situasi lelah.	Subjek butuh membeli sesuatu ketika sedang capek bekerja.
P: Rizka kuliah sambil kerja? S: Iya kerja <i>freelance</i> sih.		Subjek bekerja <i>freelance</i> .
P: <i>Freelance</i> dimana aja? S: Eee... aku ikut beberapa sanggar tari di Medan, kadang aku juga dipanggil buat jadi MUA peserta tari.		Subjek mengikuti beberapa sanggar tari di Medan.
P: Itu nari nya di Medan aja ka? S: Gak, kami juga nerima untuk yang di luar kota.		Subjek juga menerima yang di luar kota.
P: Bisa kerja sambil liburan ya.		Subjek bekerja sekaligus liburan.

S: Iya gitu lah jadinya liburannya rame.		
P: Ooh gitu, kalau bentuk <i>Self-reward</i> yang Rizka lakukan apa? S: Bisa berbentuk beli barang, berbelanja keperluan yang lainnya dan liburan.	Bentuk.	Bentuk <i>Self-reward</i> subjek berupa berbelanja dan liburan.
P: Kalo liburannya kemana aja? S: Aku pigi ke jogja, ke jakarta, ke bali, kemana aja lah yang dekat-dekat paling ke samosir ya.	Liburan.	Subjek liburan ke jogja, jakarta, bali dan samosir.
P: Kalo <i>Self-reward</i> gitu ada terpengaruh dari orang lain gak? S: Enggak, enggak ada pengaruh dari orang lain dan kalau saya mau melakukannya ya saya lakukan tapi jika tidak ingin ya saya tidak melakukannya.	Tidak terpengaruh.	Subjek tidak terpengaruh oleh orang lain.
P: Pernah nyoba pengalaman baru sebagai bentuk <i>Self-reward</i> gak? S: Pernah.	Bentuk pengalaman baru.	Subjek pernah mencoba pengalaman baru sebagai <i>Self-reward</i> .
P: Apa itu bentuknya? S: Eeee... liburan juga tapi saya keluar negeri karena saya biasanya liburan cuma di Indonesia aja. Saya memberanikan diri untuk liburan keluar negeri, karena saya biasanya liburan cuma domestik aja jadi saya ingin mencoba hal baru sebagai <i>Self-reward</i> dengan pergi liburan dan jalan-jalan ke keluar negeri.	Liburan ke luar negeri.	Subjek biasanya hanya berlibur di Indonesia saja, tapi sekarang memberanikan diri berlibur ke luar negri.
P: Itu sambil kerja? S: Gak, yang ini pure emang liburan pas kali waktunya baru siap UAS.		Subjek liburan setelah menyelesaikan ujian akhir semester.
P: Udah di rencanai? S: Udah rencanai nya dari bulan 12.		Subjek sudah merencanakan liburannya.
P: Trus kalo <i>Self-reward</i> itu Rizka sering posting gak? S: Enggak selalu di posting semua tapi pernah dan sesekali aja dipostingnya.		Subjek tidak selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> .
P: Kenapa Rizka di posting? S: Kalau untuk liburan biar jadi	Kenangan atau history.	

kenang-kenangan aja foto tersebut.		
P: Adakah perasaan puas setelah memposting di media sosial? S: Terkadang puas karena ketika liburan atau makan ditempat luar saya sering membagikan lokasi tempat saya berada jadi orang bisa tanya berapa harga makanannya atau gimana rasa makanannya enak atau tidak, jadi ngerasa puas dan senang bisa memberi informasi ke orang lain.	Perasaan puas.	Subjek merasa puas setelah memposting kegiatan <i>Self-reward</i> karena bisa membagikan informasi.
P: Ada gak sih dapat respon positif dari audiens? S: Ada.		Subjek mengatakan ada.
P: Apa rasanya saat menerima respons positif dari audiens? S: Rasanya senang banget karena termasuk hal positif ya berarti orang lain suka atas konten <i>Self-reward</i> saya.	Respon positif.	Subjek merasa senang karena artinya audiens suka kontennya.
P: Lalu bagaimana jika itu respon yang negatif? S: Kadang kalau dapat yang negatif juga bodoamat gitu kan pakai uang sendiri.	Respon negatif.	Subjek tidak peduli dengan respon negatif.
P: Untuk Rizka sendiri gimana dampak ketika melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Ketika melakukan <i>Self-reward</i> itu yang saya rasakan kayak senang, happy ya karena dari hasil kerja keras saya. Dan saya bisa menikmati apa yang saya mau, apa yang saya inginkan, jadi kayak hadiah atau bonus untuk saya dari banyaknya pekerjaan dan membuat diri saya capek.	Dampak.	Subjek merasa happy karena bisa menikmati hasil kerja kerasnya.
P: Pernah gak sih nahan beli barang atau pergi ke suatu tempat tapi harus nunggu momen yang pas sekaligus buat <i>Self-reward</i> ? S: Iya sering pun, malah ya aku nahan diri gitu biar lebih semangat kerjanya.		Subjek menahan diri agar lebih semangat bekerja.

P: Bisa dibilang kayak motivasi ya? S: Iya kayak kemarin aku mau beli sepatu tapi aku tahan dulu sampe kerjaan aku dalam 2 bulan siap.	Motivasi.	Subjek menahan diri membeli sepatu sebagai motivasi.
P: Kenapa emangnya harus ditahan? S: Karena kerjaan aku pas itu banyak kali ditambah juga itu baru siap sempro kan, jadinya aku <i>Self-reward</i> beli sepatu ya alasannya biar lebih semangat kerja walaupun sambil skripsian.		Subjek memotivasi diri untuk semangat kerja sambil mengerjakan skripsi.
P: Selain dampak positif, adakah dampak negatif yang dirasakan? S: Alhamdulillah belum pernah, karena jauh-jauh hari sebelum melakukan <i>Self-reward</i> saya sudah manage keuangan saya. Saya juga membagi uang saya untuk kepentingan-kepentingan yang lainnya, jadi untuk negatifnya belum ada sampai saat ini.	Dampak negatif.	Subjek selalu manage keuangan untuk menghindari dampak negatif.
P: Jangan sampe la ya. S: Iya jangan sampe jadi boros.		Subjek berharap tidak menjadi boros.
P: Pernah gak Rizka <i>Self-reward</i> melebihi <i>budget</i> ? S: Gak pernah sih, karena aku kalo <i>Self-reward</i> itu emang sesuai sama apa yang aku butuhkan.		Subjek menyesuaikan dengan kebutuhan.
P: Gak sampe berlebihan gitu ya? S: Iya kalau berlebihan kan juga gak baik.		Subjek mengatakan yang berlebihan itu tidak baik.
P: Lalu apa alasan utama Rizka dalam memilih <i>Self-reward</i> ? S: Alasan utama ku hanya untuk hiburan, karena jujur aku sendiri sangat butuh hiburan di tengah huru-hara pekerjaan yang banyak ini. Sama informasi juga karena aku butuh tempat-tempat yang baru untuk liburan.	Alasan utama memilih <i>Self-reward</i> .	Subjek memilih hiburan dan informasi sebagai pelampiasan dari banyaknya pekerjaan.
P: Nampaknya emang butuh <i>Self-reward</i> ya. S: Banget aku bener-bener butuh <i>Self-reward</i> banget sebagai pelampiasan.		Subjek sangat membutuhkan pelampiasan.

P: Jadi gimana Rizka milih <i>Self-reward</i> yang sesuai dengan kebutuhan? S: Karena aku butuh pelampiasan biasanya aku membedakan keinginan dan kebutuhan saat liburan.	Pelampiasan.	Subjek membutuhkan pelampiasan.
P: Gimana cara membedakannya? S: Cara ku gini, eee... saat ingin liburan atau jalan-jalan keluar negeri aku cari informasi terlebih dahulu dan melakukan riset dulu untuk manage keuangan aku agar kebutuhan selama aku berpergian terpenuhi dan supaya tidak terjadi hal-hal negatif seperti pemborosan dan lainnya.	Membedakan keinginan dan kebutuhan.	Subjek membedakan dengan cara melakukan riset dan manage keuangan terlebih dahulu.
P: Itu kan semua udah direncanakan, tapi pernah gak sih liburan dadakan gitu? S: Liburan dadakan gitu sih gak pernah, karena selain manage uang aku juga harus manage waktu.	Uang dan waktu.	Subjek manage uang dan juga waktunya.
P: Kenapa? S: Karena aku juga punya jadwal kerja yang jauh-jauh hari udah dibuat jadi emang gak bisa ditinggalkan.		Subjek memiliki jadwal yang tidak bisa ditinggalkan.

Horizontalisasi Subjek 5

Nama : Theysa Monica

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 25 Februari 2025

HASIL PERCAKAPAN	<i>Coding</i>	KESIMPULAN
P: Theysa selalu melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Dibilang selalu sih enggak selalu, tapi ada beberapa moment kayak sekali sebulan atau sekali dua minggu itu tergantung apa yang sudah aku capai gitu.	<i>Self-reward.</i>	Subjek tidak selalu melakukan <i>Self-reward</i> , tergantung apa yang sudah dicapai.

P: Contohnya seperti apa? S: Misalnya aku habis melakukan hal yang sulit, kayak kemarin aku sempro atau saat aku lagi mumet-mumetnya dan berhasil melewatinya itu pasti aku <i>Self-reward</i>.	Hal yang sulit.	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> saat berhasil melewati hal yang sulit.
P: Apa bentuk <i>Self-reward</i> yang Theysa lakukan? S: Biasa aku belanja, makan enak, dan ke salon.	Bentuk <i>Self-reward</i> .	Subjek melakukan <i>Self-reward</i> dengan berbelanja, makan enak, dan ke salon.
P: Ada pengaruh dari orang lain gak ketika melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Kalau terpengaruh dari teman sih gak apalagi dari media sosial orang.	Tidak terpengaruh.	Subjek tidak terpengaruh.
P: Kalau ingin aja berarti ya? S: Iya, apalagi ini kan <i>Self-reward</i> jadi ya fokus sama apa yang diri ku mau aja.		Subjek hanya fokus pada yang ia inginkan.
P: Pernah nyoba pengalaman baru sebagai bentuk <i>Self-reward</i> gak? S: Heemm... jarang sih, tapi aku gak nganggap itu sebagai bentuk <i>Self-reward</i> karena bagi aku itu bukan <i>Self-reward</i>.	Pengalaman baru.	Subjek tidak menanggapi itu sebagai <i>Self-reward</i> .
P: Apa alasannya? S: Karena aku selalu nyoba pengalaman baru apapun itu, tapi aku gak nganggap itu <i>Self-reward</i>.		Subjek mencoba pengalaman baru, tapi tidak menganggap itu <i>Self-reward</i> .
P: Theysa selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> di akun media sosial? S: Enggak selalu aku posting.	Tidak selalu diposting.	Subjek tidak selalu memposting kegiatan <i>Self-reward</i> .
P: Alasannya? S: Alasannya untuk kesenangan diri sendiri sih kayak ada rasa puas tersendiri gitu.		Subjek menjadikan itu sebagai konsumsi pribadi.
P: Alasan tidak mempostingnya kenapa? S: Alasannya malas aja, kadang rasanya ngapain harus di posting.		Subjek mengatakan malas untuk mempostingnya.
P: Tapi kalo diposting ada perasaan puas setelah memposting gak? S: Ada perasaan puas, senang gitu setiap mempostingnya gitu.		Subjek merasa puas dan senang.

P: Pernah dapat respon dari audiens gak? S: Pernah.		Subjek mengatakan pernah.
P: Lalu gimana perasaannya? S: Perasaannya pasti senang kalau ada komentar positif walaupun kadang aku sering mikir takut dikira pamer, tapi banyak respon positif yang masuk berarti banyak juga orang yang suka sama postingan aku.	Komentar positif.	Subjek senang walaupun <i>overthinking</i> tapi ternyata banyak respon positif dari audiens.
P: Untuk Theysa sendiri, apa dampak yang dirasakan ketika melakukan <i>Self-reward</i> ? S: Dampaknya senang sih terus kayak lega, dari yang tadinya mumet kali pas melakukan <i>Self-reward</i> jadi lega.	Dampak.	Subjek merasa lega ketika melakukan <i>Self-reward</i> .
P: Kayak terbayarkan gitu ya? S: Iya kayak apa yang udah ku lakukan jadi terbayarkan gitu.	Dampak positif.	Subjek merasa semua yang sudah dilakukan terbayarkan.
P: kalo dampak negatif yang di rasakan? S: Aku pernah ngerasa kalo <i>Self-reward</i> aku jadi berdampak negatif.	Dampak negatif.	Subjek merasakan dampak negatif.
P: Seperti apa dampak negatifnya? S: Aku pernah ngerasa kalo <i>Self-reward</i> aku ni berdampak menjadikan aku boros, jadi kayak aku lebih mendahulukan keinginkanku daripada kebutuhkanku makanya aku ngerasa boros.	Pemborosan.	Subjek merasa selalu medahulukan keinginannya dari pada kebutuhannya.
P: Biasanya apa yang menjadi alasan utama memilih <i>Self-reward</i> ? S: Kalau bagi aku, <i>Self-reward</i> itu sebagai hiburan dan pelarian.	Alasan utama memilih <i>Self-reward</i> .	Subjek memilih <i>Self-reward</i> sebagai hiburan dan pelarian.
P: Alasannya? S: Karena ketika lagi capek, mumet, stress aku butuh <i>me-time</i> apalagi kayak kita gini yang udah semester akhir pasti butuh hiburan dan pelarian berupa jalan-jalan ataupun belanja.	<i>Me-time</i> .	Subjek membutuhkan <i>me-time</i> sebagai pelarian.
P: Biasanya kalo <i>me-time</i> tu kemana aja? S: Aku ke mall, ke salon, kadang		Subjek pergi ke coffeshop.

juga ke coffeshop yang baru buka gitu.		
P: Kalo ke coffeshop gitu masuk wishlist atau emang pigi dadakan? S: Eee... kadang ya tergantung review orang sih.	<i>Coffeshop.</i>	Subjek juga membaca review orang.
P: Maksudnya? S: Misalnya ada cafe baru gitu ya trus review orang tu banyak bilang bagus atau makanannya enak, jadi aku coba juga pigi kesana tapi gak dadakan.		Subjek akan pergi ketika melihat review banyak orang mengatakan makanannya enak.
P: Masuk wishlist gitu ya? S: Iya kayak siap ujian ni aku ke sana lah.		Subjek pergi setelah ujian.
P: Jadi cara milih <i>Self-reward</i> yang sesuai menurut theysa gimana? S: Karena pada dasarnya aku melakukan <i>Self-reward</i> untuk hiburan dan pelarian, aku memilih dengan cara yang tepat.	Cara memilih <i>Self-reward</i> yang sesuai.	Subjek memilih dengan cara yang tepat.
P: Contohnya gimana? S: Saat membutuhkan hiburan, aku memutuskan untuk menonton film yang seru terus kalo aku lagi mumet aku pergi ke salon. Nah kalo untuk pelarian aku memilih untuk pigi ke coffeshop makan makanan yang enak gitu.	Hiburan dan pelarian.	Subjek akan menonton film jika membutuhkan hiburan dan akan pergi ke <i>coffeshop</i> ketika ingin makan makanan yang enak.
P: Nontonnya di bioskop atau dirumah? S: Aku lebih suka nonton dirumah sih.		Subjek lebih menyukai nonton dirumah.
P: Sambil <i>me-time</i> ya? S: Iya betul nonton sendiri dirumah lebih nyaman daripada di bioskop.		Subjek lebih nyaman ketika berada dirumah daripada di bioskop.

Lampiran 4: Dokumentasi



Peneliti (kanan) sedang melakukan wawancara dengan informan Noel Saputra Zega (kiri) terkait dengan bagaimana *Self-reward* yang dilakukan informan, kegiatan berlangsung di Perpustakaan Universitas Medan Area pada Selasa, 11 Februari 2025.



Peneliti (kiri) sedang melakukan wawancara dengan informan Rizka Fadhillah Lubis (kanan) terkait dengan bagaimana *Self-reward* yang dilakukan informan, kegiatan berlangsung di Perpustakaan Universitas Medan Area pada Selasa, 18 Februari 2025



Peneliti (kiri) sedang melakukan wawancara dengan informan Elsida Maria Artanty (kanan) terkait dengan bagaimana *Self-reward* yang dilakukan informan, kegiatan berlangsung di Perpustakaan Universitas Medan Area pada Jumat, 14 Februari 2025.



Peneliti (kanan) sedang melakukan wawancara dengan informan M. Rizky Ramadhan (kiri) terkait dengan bagaimana *Self-reward* yang dilakukan informan, kegiatan berlangsung di Perpustakaan Universitas Medan Area pada Jumat, 14 Februari 2025.



Peneliti (kanan) sedang melakukan wawancara dengan informan Theysa Monica (kiri) terkait dengan bagaimana *Self-reward* yang dilakukan informan, kegiatan berlangsung di Perpustakaan Universitas Medan Area pada Selasa, 25 Februari 2025

LAMPIRAN SURAT PERMOHONAN IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 125 /FIS.3/01.10/1/2025
Lampiran. : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 16 Januari 2025

Kepada Yth.
Wakil Rektor Bid. Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan
Universitas Medan Area
Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Medan 20223

Dengan hormat,
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Sastra Linda Yumarni
NIM : 218530050
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

“Praktek Self-Reward di Media Sosial Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik

Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom

Tembusan:
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 5: Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 118 /UMA/B/01.7/I/2025

20 Januari 2025

Lamp. : -

Hal : Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Medan Area
di - Medan

Dengan hormat, sesuai dengan surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area nomor : 125/FIS.3/01.10/I/2025 tertanggal 16 Januari 2025, perihal izin penelitian dan pengambilan data tugas akhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Sastra Linda Yumarni

NPM : 218530050

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan Judul Penelitian "**Praktek Self – Reward di Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area**".

Pada Prinsipnya disetujui yang bersangkutan untuk melaksanakan izin penelitian dan pengambilan data tugas akhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area guna penyusunan Skripsi untuk kepentingan Ilmiah dan Akademik.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perencanaan,


Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA

Tembusan :

1. Mahasiswa Ybs
2. File



Lampiran 6: Surat Selesai Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 661/UMA/B/01.7/IV/2025

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Sastra Linda Yumarni
No.Pokok Mahasiswa	: 218530050
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dengan Judul Skripsi "**Praktek Self - Reward di Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area**".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya

Medan, 24 April 2025.
a.n R e k t o r
Wakil Rektor Bidang Mutu SDM & Perencanaan,

Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA

CC :
- Arsip

