

BUDAYA SELF-REWARD DIGITAL DI KALANGAN MAHASISWA: NORMALISASI KONSUMSI SEBAGAI PRAKTIK HEALING DAN PENGELOLAAN EMOSI

Paula Indriyati Suwarta¹, Cresentia Maria Videlia Neno², Opa Ra'o Bureni³, Nurnita Mbau⁴, Ongky Mahendra Garra⁵, Robinson Doke Nawa⁶, Lasarus Jehamat⁷, Yeheskial A. Roen⁸, Helga M. E. Gero⁹

123456789 Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari, 2026

Revised Januari, 2026

Accepted Januari, 2026

Available Januari, 2026

indrisuwarta@gmail.com,

elsaneno31@gmail.com,

opabureni26@gmail.com,

nurnitambau4@gmail.com,

ongkigarra06@gmail.com,

rdokenawa@gmail.com

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik *self-reward digital* di kalangan mahasiswa serta makna, motif, dan implikasinya dalam konteks budaya digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi aktivitas mahasiswa di media sosial, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-reward digital* dimaknai sebagai bentuk penghargaan diri, *self-care*, dan mekanisme coping dalam menghadapi tekanan akademik dan emosional. Media sosial berperan penting dalam menormalisasikan praktik tersebut melalui narasi *healing* dan konsumsi simbolik. Praktik *self-reward digital* bersifat ambivalen, karena di satu sisi membantu menjaga keseimbangan psikologis mahasiswa, namun di sisi lain berpotensi mendorong perilaku konsumtif impulsif dan tekanan mengikuti gaya hidup digital. Penelitian ini menegaskan pentingnya kesadaran kritis, literasi digital, dan literasi keuangan agar praktik *self-reward* dapat dijalankan secara lebih sehat dan berkelanjutan.

Kata kunci: self-reward digital; mahasiswa; media sosial; perilaku konsumtif; budaya digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze digital self-reward practices among university students and explore their meanings, motives, and implications within digital culture. Employing a qualitative phenomenological approach, data were collected through in-depth interviews and observations of students' social media activities, and analyzed using Miles and Huberman's interactive model. The findings reveal that digital self-reward is perceived as a form of self-appreciation, self-care, and a coping mechanism to deal with academic and emotional pressures. Social media plays a significant role in normalizing these practices through healing narratives and symbolic consumption. Digital self-reward is ambivalent: while it supports students' psychological well-being, it also risks promoting impulsive consumption and conformity to digital lifestyle standards. The study highlights the importance of critical awareness, digital literacy, and financial literacy to ensure healthier and more sustainable self-reward practices.

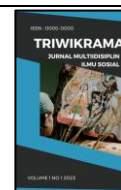
Keywords: digital self-reward; university students; social media; consumptive behavior; digital culture.

1. PENDAHULUAN

Budaya *self-reward* atau pemberian penghargaan kepada diri sendiri telah berkembang menjadi fenomena sosial yang semakin menonjol di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa yang saat ini didominasi oleh Generasi Z. *Self-reward* secara konseptual dipahami sebagai tindakan individu dalam memberikan penghargaan kepada diri sendiri guna memperoleh rasa senang, kepuasan, dan pengakuan atas pencapaian tertentu, baik dalam ranah akademik,

*Corresponding author

E-mail addresses: indrisuwarta@gmail.com



sosial, maupun personal (Kartono, 2020). Dalam konteks kehidupan mahasiswa Gen Z, praktik *self-reward* tidak hanya dimaknai sebagai bentuk apresiasi diri, tetapi juga sebagai mekanisme motivasional dan strategi koping untuk menghadapi tekanan akademik, tuntutan sosial, serta kompleksitas kehidupan sehari-hari.

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z tumbuh dalam lingkungan sosial yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, media sosial, dan arus informasi yang masif. Intensitas paparan terhadap konten media sosial dan iklan digital membentuk persepsi mahasiswa mengenai standar kebahagiaan, keberhasilan, dan gaya hidup ideal. Kondisi ini mendorong *self-reward* sering kali diwujudkan melalui aktivitas konsumtif, seperti berbelanja, menikmati hiburan berbayar, atau mengikuti tren gaya hidup populer yang ditampilkan di ruang digital (Sahputra et al., 2022). Pola tersebut menunjukkan bahwa praktik *self-reward* tidak dapat dilepaskan dari budaya konsumsi yang semakin menguat di kalangan mahasiswa Gen Z.

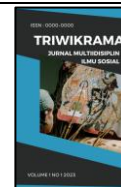
Di satu sisi, *self-reward* dipandang sebagai sarana untuk menjaga kesehatan mental dan mengurangi stres akibat tekanan akademik maupun sosial. Salah satu bentuk *self-reward* yang populer di kalangan mahasiswa Gen Z adalah *self-healing*, sebuah istilah yang merujuk pada upaya individu dalam menenangkan pikiran, memulihkan energi emosional, serta meningkatkan kenyamanan psikologis tanpa ketergantungan pada intervensi medis (Lloyd & Johnson, 2011; Latifi et al., 2020). Namun, dalam praktiknya, konsep *self-healing* mengalami pergeseran makna seiring perkembangan budaya populer dan globalisasi. *Self-healing* kerap diidentikkan dengan aktivitas konsumtif seperti *staycation*, nongkrong di kafe, berbelanja, hingga membeli barang bermerek, yang kemudian dinormalisasi sebagai bagian dari perawatan diri (Nafi', 2022).

Pergeseran makna tersebut menunjukkan adanya kaburnya batas antara kebutuhan dan keinginan dalam masyarakat postmodern, di mana konsumsi tidak lagi semata-mata bertujuan memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan menjadi sarana ekspresi identitas, gengsi, dan simbol status sosial (Kartono, 2020). Dalam konteks ini, praktik *self-reward* berbasis konsumsi berpotensi mendorong perilaku konsumtif impulsif, terutama ketika tidak disertai dengan kontrol finansial yang memadai. Bagi mahasiswa Gen Z yang berada pada fase awal kehidupan produktif dan memiliki keterbatasan ekonomi, kecenderungan ini dapat berdampak pada pengeluaran tidak terencana dan kerentanan finansial dalam jangka panjang.

Dengan demikian, pembiasaan konsumsi sebagai bentuk *self-reward* dan *self-healing* melahirkan pola budaya baru yang merefleksikan cara mahasiswa memaknai kesejahteraan psikologis di era digital. Praktik ini memang memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mereduksi stres dan memperoleh kepuasan emosional, namun sekaligus memunculkan persoalan kritis terkait implikasi sosial dan ekonomi yang menyertainya. Oleh karena itu, kajian mengenai budaya *self-reward* di kalangan mahasiswa Gen Z menjadi penting untuk memahami bagaimana konstruksi sosial dan pengaruh media digital membentuk normalisasi konsumsi sebagai strategi pengelolaan stres dan pencarian makna diri.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi yang bertujuan untuk memahami secara mendalam makna subjektif yang dibangun mahasiswa terhadap praktik *self-reward* digital dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan fenomenologi dipilih karena memungkinkan peneliti menelusuri pengalaman hidup (*lived experiences*) mahasiswa, khususnya dalam memaknai aktivitas *self-reward* yang dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan media digital dan media sosial.



Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu observasi dan wawancara semi-terstruktur. Observasi difokuskan pada aktivitas mahasiswa di media sosial, terutama pada unggahan, interaksi, dan representasi praktik *self-reward* digital yang ditampilkan secara daring. Sementara itu, wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, motivasi, serta alasan mahasiswa dalam melakukan *self-reward* digital, sehingga diperoleh data yang mendalam dan kontekstual. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *snowball sampling*, yang memungkinkan peneliti menjangkau informan secara bertahap berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya, sehingga diperoleh variasi latar belakang mahasiswa dari berbagai program studi yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis data dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan dengan mengacu pada model Miles dan Huberman, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi yang relevan dengan tema penelitian, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi tematik, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan melalui penafsiran makna dan pola yang muncul dari data. Proses analisis ini bertujuan menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika budaya *self-reward* digital di kalangan mahasiswa serta implikasinya terhadap pembentukan gaya hidup dan pola konsumsi di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

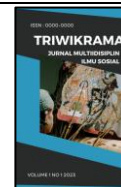
Pemahaman Mahasiswa tentang Self-Reward

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan memaknai *self-reward* sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri yang dilakukan setelah mencapai suatu pencapaian tertentu maupun sebagai respons atas tekanan dan stres yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman ini tidak selalu hadir sejak awal. Beberapa informan mengaku belum familiar dengan istilah *self-reward* secara konseptual, namun setelah mendapatkan penjelasan, mereka menyadari bahwa praktik tersebut sebenarnya telah lama mereka lakukan dalam bentuk “memberi hadiah untuk diri sendiri”.

Bagi mahasiswa, *self-reward* dipahami secara praktis dan kontekstual, yaitu sebagai aktivitas yang memberikan rasa senang, puas, dan lega setelah melewati situasi tertentu, seperti keberhasilan akademik, prestasi nonakademik, maupun kelelahan emosional akibat tekanan kuliah dan persoalan keluarga. Bentuk *self-reward* yang dilakukan pun beragam, mulai dari makan bersama teman, membeli barang yang diinginkan, hingga melakukan aktivitas rekreatif.

Salah satu informan menjelaskan bahwa praktik *self-reward* yang ia lakukan berkaitan erat dengan hobi dan minat pribadinya. Ia mengungkapkan bahwa meskipun awalnya tidak mengenal istilah *self-reward*, setelah memahami maknanya ia menyadari bahwa kebiasaannya membeli sepatu dan perlengkapan olahraga, baik di toko offline maupun melalui platform online seperti TikTok Shop, merupakan bagian dari *self-reward*. Aktivitas tersebut biasanya dilakukan ketika ia merasa senang setelah memenangkan pertandingan sepak bola atau ketika mengalami stres. Ketertarikannya untuk membeli barang-barang tersebut juga dipengaruhi oleh paparan iklan dan konten yang sering muncul di media sosial, khususnya TikTok, yang secara tidak langsung membentuk keinginan konsumtif.

Selain itu, informan juga mengungkapkan bahwa media sosial menjadi bagian dari keseharian mereka, seperti menggunakan Instagram dan menonton TikTok untuk mengisi waktu luang. Namun, mereka tetap membedakan antara aktivitas digital dan aktivitas fisik. Misalnya, di waktu sore hari, informan lebih memilih melakukan aktivitas olahraga seperti bermain bola



sebagai bentuk pelepasan stres. Untuk mengatasi tekanan yang lebih berat, seperti stres akibat perkuliahan atau masalah keluarga, sebagian informan lebih memilih *self-reward* dalam bentuk jalan-jalan atau rekreasi ringan, karena dianggap memberikan efek ketenangan yang lebih tahan lama dibandingkan kesenangan sesaat dari konsumsi barang.

Pemahaman mahasiswa tentang *self-reward* ini sejalan dengan konsep dalam psikologi yang memandang *self-reward* sebagai mekanisme pemberian penguatan positif kepada diri sendiri. Praktik ini berfungsi untuk meningkatkan motivasi, menjaga keseimbangan emosi, serta membantu individu menghadapi tekanan dan tuntutan kehidupan. Namun, dalam konteks mahasiswa di era digital, pemaknaan *self-reward* juga mengalami perluasan, tidak hanya sebagai strategi psikologis, tetapi juga sebagai praktik sosial yang dipengaruhi oleh gaya hidup, media sosial, dan budaya konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa tentang *self-reward* bersifat dinamis, terbentuk dari pengalaman personal sekaligus konstruksi sosial yang berkembang di lingkungan digital mereka.

Gambaran Umum: Makna dan Motif Self-Reward Digital

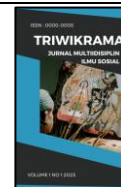
Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai *self-reward digital* sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri (*self-appreciation*) yang dilakukan setelah menghadapi berbagai tekanan, baik akademik, sosial, maupun emosional. Praktik ini muncul sebagai respons atas tuntutan perkuliahan, relasi sosial, serta beban psikologis yang dialami mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks digital, *self-reward* diwujudkan melalui aktivitas yang mudah diakses dan memberikan kesenangan instan, seperti berbelanja secara daring, memesan makanan melalui aplikasi, menonton konten hiburan di media sosial, hingga melakukan aktivitas rekreatif di dunia maya.

Bagi mahasiswa, *self-reward digital* dipersepsikan sebagai “cara sederhana untuk membuat diri bahagia” di tengah rutinitas yang melelahkan. Sebagian besar informan menegaskan bahwa praktik ini tidak semata-mata dimaknai sebagai kepuasan konsumtif, melainkan juga sebagai bentuk *self-care* dan strategi coping untuk meredakan stres. Dalam kerangka teori *self-compassion* yang dikemukakan oleh Neff, praktik *self-reward* mencerminkan upaya individu untuk bersikap lebih ramah terhadap diri sendiri, menerima keterbatasan, serta memberi ruang untuk beristirahat tanpa rasa bersalah atau tekanan untuk selalu produktif.

Pengalaman informan menunjukkan bahwa motif *self-reward digital* sangat berkaitan dengan minat, kebiasaan, dan paparan media sosial. Salah satu informan menjelaskan bahwa *self-reward* yang ia lakukan biasanya berupa makan bersama, membeli sepatu baru di toko offline maupun online seperti TikTok Shop, terutama sepatu dan perlengkapan olahraga yang sesuai dengan hobinya bermain sepak bola. Ketertarikannya untuk membeli barang tersebut sering kali dipicu oleh iklan atau konten yang muncul berulang kali di *for you page* TikTok. Praktik *self-reward* ini dilakukan baik sebagai bentuk perayaan atas kemenangan dalam pertandingan maupun sebagai cara untuk mengatasi stres. Selain itu, informan juga menghabiskan cukup banyak waktu di media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai bagian dari aktivitas rekreatif sehari-hari.

Informan lain mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial menjadi aktivitas yang sangat dominan dalam kesehariannya. Ia merasa senang ketika menghabiskan sebagian besar waktunya untuk berselancar di TikTok dan Instagram. Dalam konteks *self-reward*, ia lebih memilih belanja online karena dianggap lebih praktis dan tidak merepotkan dibandingkan belanja secara langsung di toko. Pernyataan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, efisiensi waktu, dan kenyamanan menjadi faktor penting yang mendorong mahasiswa memilih *self-reward* berbasis digital.

Temuan wawancara secara keseluruhan memperlihatkan bahwa banyak mahasiswa melakukan *self-reward digital*, baik dalam bentuk menonton konten hiburan, berbelanja daring,



maupun aktivitas rekreatif virtual lainnya, terutama untuk menghilangkan stres dan kejenuhan. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk *emotion-focused coping* sebagaimana dijelaskan oleh Lazarus dan Folkman, yaitu strategi coping yang berfokus pada pengelolaan emosi guna mengurangi ketegangan psikologis, bukan langsung menyelesaikan sumber masalah. Melalui *self-reward digital*, mahasiswa berusaha menciptakan perasaan nyaman dan positif dalam jangka pendek agar mampu kembali menghadapi tuntutan akademik dan sosial.

Dengan demikian, *self-reward digital* tidak dapat dipandang semata-mata sebagai perilaku konsumtif yang bersifat negatif. Praktik ini juga berfungsi sebagai mekanisme adaptif untuk menjaga keseimbangan psikologis mahasiswa di tengah tekanan akademik dan dinamika kehidupan di era digital. Namun, temuan ini sekaligus mengindikasikan perlunya kesadaran dan kontrol diri agar *self-reward digital* tetap berada dalam batas yang sehat dan tidak berkembang menjadi pola konsumsi berlebihan yang berpotensi menimbulkan masalah finansial maupun psikologis di kemudian hari.

Normalisasi Konsumsi dan Pengaruh Media Sosial

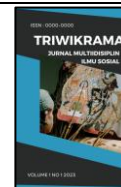
Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam menormalisasikan praktik *self-reward digital* di kalangan mahasiswa. Platform seperti TikTok dan Instagram menjadi ruang utama tempat mahasiswa terpapar berbagai konten yang mengangkat tema *healing*, *treat yourself*, *self-love*, hingga *haul* belanja. Konten-konten tersebut secara tidak langsung membentuk persepsi bahwa memberi hadiah pada diri sendiri melalui konsumsi adalah sesuatu yang wajar, bahkan dianjurkan, terutama setelah mengalami kelelahan akademik atau tekanan emosional.

Fenomena ini sejalan dengan konsep *emotional capitalism* yang dikemukakan oleh Illouz, yang menjelaskan bahwa kapitalisme modern tidak hanya menjual produk, tetapi juga emosi. Dalam konteks ini, perasaan seperti stres, lelah, kesepian, dan jenuh dikonstruksikan sebagai kondisi yang dapat diatasi melalui aktivitas konsumsi. Pasar dan industri digital berhasil menanamkan gagasan bahwa membeli barang, memesan makanan, atau menikmati hiburan daring merupakan solusi emosional yang sah dan efektif. Akibatnya, konsumsi tidak lagi dipahami semata sebagai pemenuhan kebutuhan, melainkan sebagai sarana pengelolaan emosi.

Salah satu informan mengungkapkan bahwa konten di media sosial turut memengaruhi cara pandangnya terhadap *self-reward*. Ia menyatakan bahwa setelah melihat banyak orang di TikTok menekankan pentingnya *healing*, ia merasa bahwa membeli barang untuk diri sendiri adalah sesuatu yang wajar dan dapat dibenarkan. Pernyataan ini menunjukkan bagaimana media sosial berperan dalam membentuk norma baru, di mana konsumsi diposisikan sebagai bagian dari perawatan diri dan bentuk kasih sayang terhadap diri sendiri.

Normalisasi konsumsi tersebut juga dapat dipahami melalui gagasan konsumsi simbolik yang dikemukakan oleh Baudrillard. Dalam perspektif ini, individu membeli barang bukan semata karena kebutuhan fungsional, melainkan untuk memperoleh makna simbolik, kepuasan psikologis, dan pengakuan sosial. Bagi mahasiswa, belanja daring sering kali dimaknai sebagai simbol keberhasilan kecil setelah mampu menyelesaikan tugas perkuliahan, menghadapi ujian, atau bertahan di tengah tekanan akademik. Konsumsi menjadi penanda bahwa usaha dan kerja keras mereka layak dihargai.

Hal ini tercermin dari pernyataan informan yang mengaku merasa sangat senang ketika dapat membeli barang yang diinginkan. Baginya, tindakan tersebut merupakan bentuk penghargaan terhadap diri sendiri karena telah mampu menjalani perkuliahan dengan baik dan menyelesaikan berbagai tugas yang sulit. Bahkan, *self-reward* tersebut dipandang sebagai sumber



motivasi agar dapat lebih giat dan bertanggung jawab dalam menjalani proses akademik selanjutnya. Informan lain juga menyampaikan bahwa *self-reward* dilakukan sebagai bentuk hadiah atas apa yang telah dicapai, baik dengan berbelanja langsung di toko maupun melalui platform belanja daring seperti TikTok Shop dan Shopee.

Dengan demikian, konsumsi dalam praktik *self-reward digital* tidak dapat dipahami hanya sebagai tindakan ekonomi yang bersifat rasional. Konsumsi telah bertransformasi menjadi ekspresi identitas, sarana validasi emosional, serta simbol pencapaian personal yang diperkuat oleh budaya digital dan algoritma media sosial. Normalisasi ini menunjukkan bagaimana mahasiswa membangun makna tentang kebahagiaan, penghargaan diri, dan keberhasilan melalui konsumsi, sekaligus mengindikasikan kuatnya pengaruh media sosial dalam membentuk pola pikir dan perilaku konsumtif generasi muda di era digital.

Self-Reward sebagai Mekanisme Coping dan Identitas Sosial

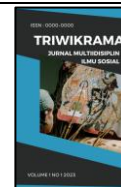
Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-reward digital* dipahami oleh mahasiswa tidak hanya sebagai bentuk konsumsi atau kesenangan pribadi, tetapi juga sebagai mekanisme coping yang berfungsi untuk menjaga dan memulihkan keseimbangan emosional. Dalam kehidupan mahasiswa yang sarat dengan tuntutan akademik, persoalan ekonomi, serta masalah pribadi dan keluarga, *self-reward* dipersepsikan sebagai cara sederhana namun efektif untuk mengatur suasana hati (*mood regulation*) dan memberikan ruang relaksasi bagi diri sendiri. Aktivitas seperti membeli makanan favorit, berbelanja daring, menonton konten hiburan, atau sekadar berselancar di media sosial dianggap mampu memberikan rasa lega dan tenang, meskipun bersifat sementara.

Beberapa informan menjelaskan bahwa *self-reward* kerap dilakukan ketika mereka merasa lelah secara fisik maupun mental akibat tekanan perkuliahan dan kehidupan pribadi. Salah satu informan menyebut praktik ini sebagai bentuk “healing tipis-tipis”, yang menandakan adanya kesadaran akan kebutuhan untuk merawat kesehatan mental, meskipun dilakukan dengan cara yang sederhana dan instan. Informan lain mengungkapkan bahwa ketika suasana hati tidak baik, membeli barang atau makanan tertentu dapat menimbulkan perasaan lega dan puas. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa *self-reward* berperan sebagai sarana pelepasan ketegangan emosional yang mudah diakses dan cepat dirasakan manfaatnya.

Fenomena tersebut selaras dengan konsep *instant gratification* sebagaimana dijelaskan oleh Freud dan Rook, yang menekankan dorongan individu untuk memperoleh kepuasan secara segera guna mereduksi stres dan ketegangan psikologis. Dalam konteks mahasiswa, kepuasan yang diperoleh dari *self-reward digital* memang cenderung bersifat jangka pendek, namun cukup efektif dalam memberikan efek pemulihan emosional yang cepat. Oleh karena itu, meskipun praktik ini berpotensi memicu perilaku konsumtif, mahasiswa memaknainya sebagai strategi adaptif untuk bertahan menghadapi tekanan yang mereka alami.

Selain berfungsi sebagai mekanisme coping, *self-reward digital* juga memiliki dimensi sosial yang kuat, khususnya dalam pembentukan dan penampilan identitas diri. Mengacu pada perspektif dramaturgi Goffman tentang *presentation of self*, mahasiswa tidak hanya melakukan *self-reward* untuk kepuasan personal, tetapi juga untuk ditampilkan kepada publik melalui media sosial. Banyak informan mengaku membagikan momen *healing*, hasil belanja, atau pencapaian pribadi di platform seperti Instagram dan Facebook. Tindakan ini dimaknai sebagai bentuk apresiasi terhadap diri sendiri sekaligus cara menunjukkan citra diri sebagai individu yang produktif, berusaha keras, dan peduli terhadap kesehatan mental.

Beberapa informan secara eksplisit menyatakan bahwa budaya *self-reward* membawa dampak positif bagi kesehatan mental mereka. Ada pula yang mengungkapkan bahwa *self-reward* dilakukan dengan memposting pencapaian akademik atau aktivitas personal di media sosial sebagai bentuk pengakuan atas usaha yang telah dilakukan. Praktik ini menunjukkan bahwa *self-*



reward digital tidak hanya bersifat internal, tetapi juga performatif, karena melibatkan audiens dan mendapatkan respons sosial berupa *likes*, komentar, atau pengakuan simbolik lainnya.

Dengan demikian, *self-reward digital* menjalankan fungsi ganda dalam kehidupan mahasiswa. Di satu sisi, ia berperan sebagai mekanisme pengelolaan emosi yang membantu mahasiswa mengatasi stres dan kelelahan. Di sisi lain, ia menjadi sarana pembentukan dan penegasan identitas sosial di ruang digital. Praktik ini mencerminkan bagaimana mahasiswa memadukan kebutuhan psikologis dengan tuntutan sosial di era digital, di mana pengelolaan emosi, konsumsi, dan representasi diri saling terkait dan membentuk pola budaya baru dalam kehidupan generasi muda.

Konteks Sosial-Ekonomi dan Ambivalensi Praktik Self-Reward Digital

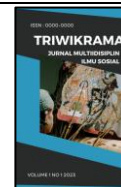
Pembahasan terakhir menempatkan praktik *self-reward digital* dalam konteks yang lebih luas, yakni dengan mempertimbangkan dimensi sosial, ekonomi, dan nilai-nilai personal yang melingkupi kehidupan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang sosial-ekonomi mahasiswa turut memengaruhi cara mereka memaknai dan menjalankan *self-reward*. Mahasiswa dengan kondisi ekonomi terbatas cenderung memilih bentuk *self-reward* yang sederhana dan berbiaya rendah, seperti membeli jajanan secara daring, memesan makanan melalui aplikasi, atau menikmati hiburan gratis di media sosial. Sementara itu, mahasiswa yang memiliki akses ekonomi lebih besar cenderung memilih *self-reward* dengan nilai konsumsi yang lebih tinggi, seperti berbelanja barang bermerek, membeli gawai, atau berlangganan layanan digital premium.

Perbedaan pola konsumsi tersebut dapat dipahami melalui Teori *Distinction* yang dikemukakan oleh Bourdieu, yang menjelaskan bahwa praktik konsumsi berfungsi sebagai penanda posisi sosial. Dalam konteks mahasiswa, *self-reward digital* tidak hanya mencerminkan upaya merawat diri, tetapi juga secara tidak langsung menampilkan selera, gaya hidup, dan kelas sosial tertentu. Pilihan terhadap jenis barang, platform belanja, hingga bentuk hiburan digital menjadi simbol yang membedakan satu individu dengan individu lainnya di ruang sosial, khususnya di media digital.

Meskipun demikian, praktik *self-reward digital* mengandung ambivalensi yang cukup kuat. Di satu sisi, *self-reward* dapat berfungsi sebagai metode *self-care* yang positif dan adaptif. Praktik ini membantu mahasiswa merasakan afirmasi diri, membangun semangat baru, serta memperoleh rasa kontrol atas emosi dan kehidupan pribadi di tengah tekanan akademik dan sosial. Dalam kondisi tertentu, *self-reward* menjadi cara mahasiswa menghargai usaha dan pencapaian mereka, sekaligus menjaga kesehatan mental.

Namun, di sisi lain, *self-reward digital* juga menyimpan risiko. Penelitian menemukan adanya kecenderungan konsumsi impulsif, ketergantungan pada sensasi “hadiah”, serta tekanan untuk mengikuti standar gaya hidup digital yang ditampilkan secara masif di media sosial. Paparan iklan yang terus-menerus, promosi berbasis algoritma, dan narasi *healing* berbasis konsumsi berpotensi mendorong mahasiswa untuk berbelanja tanpa perencanaan yang matang. Salah satu informan mengungkapkan bahwa ketika merasa stres, ia sering membuka TikTok dan terdorong membeli barang yang muncul dalam iklan, meskipun menyadari bahwa kebiasaan tersebut dapat membuat uang cepat habis. Pengakuan ini menunjukkan adanya konflik antara kebutuhan emosional jangka pendek dan kesadaran akan konsekuensi ekonomi jangka panjang.

Ambivalensi tersebut juga dapat dijelaskan melalui gagasan Foucault tentang *technologies of the self*, yaitu praktik-praktik yang digunakan individu untuk membentuk, mengatur, dan mendisiplinkan dirinya sendiri. Dalam konteks *self-reward digital*, mahasiswa berada dalam



proses negosiasi yang kompleks. Di satu sisi, mereka berupaya merawat diri dan menjaga kesejahteraan psikologis, namun di sisi lain harus menghadapi logika kapitalisme digital yang mendorong konsumsi berlebihan. *Self-reward* menjadi ruang tarik-menarik antara keinginan untuk peduli pada diri sendiri dan tekanan struktural yang memproduksi hasrat konsumtif.

Dengan demikian, praktik *self-reward digital* di kalangan mahasiswa tidak dapat dipandang secara hitam-putih sebagai perilaku positif atau negatif semata. Ia merupakan praktik sosial yang sarat dengan kontradiksi, dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, budaya digital, dan nilai personal. Ambivalensi ini menegaskan pentingnya kesadaran kritis mahasiswa dalam memaknai *self-reward*, agar praktik tersebut benar-benar berfungsi sebagai sarana perawatan diri yang sehat, bukan sekadar reproduksi pola konsumsi impulsif dalam kapitalisme digital.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *self-reward digital* di kalangan mahasiswa merupakan praktik yang dimaknai sebagai bentuk penghargaan diri, *self-care*, dan mekanisme coping untuk merespons tekanan akademik, sosial, dan emosional. Media sosial berperan penting dalam membentuk dan menormalisasikan praktik ini melalui narasi *healing* dan *treat yourself*, sehingga konsumsi tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol pencapaian, validasi emosional, serta sarana pembentukan identitas sosial. Praktik *self-reward digital* dipengaruhi oleh kondisi sosial-ekonomi mahasiswa dan bersifat ambivalen, karena di satu sisi dapat membantu menjaga keseimbangan psikologis, namun di sisi lain berpotensi mendorong konsumsi impulsif dan tekanan mengikuti gaya hidup digital yang berkembang.

Saran

Mahasiswa disarankan untuk mengembangkan kesadaran kritis dalam memaknai dan mempraktikkan *self-reward* agar tidak semata berorientasi pada konsumsi, melainkan juga pada bentuk perawatan diri yang lebih sehat dan berkelanjutan. Selain itu, perguruan tinggi dan organisasi kemahasiswaan perlu memperkuat literasi digital, literasi keuangan, dan edukasi kesehatan mental guna membantu mahasiswa mengelola stres secara adaptif serta menghindari risiko perilaku konsumtif impulsif di era digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2025). *Budaya healing di kalangan mahasiswa Gen Z: Telaah terhadap regulasi emosi dalam konteks sosial modern*. 7, 23-44.
- Anggasta, G., Guretti, D., & Puspitasari, G. (2024). *Implikasi budaya self-reward terhadap konsumtivitas: Studi kasus Gen Z*. 2(12).
- Didaktika, J. W. (n.d.). 1, 1,2. 2(01), 49-59.
- Martin, L. H., & Hutton, P. H. (Eds.). (n.d.). *No title*.
- Nafilah, J., & Safitri, D. (2025). *Fenomena self-reward dalam budaya konsumerisme digital: Studi literatur tentang tren Gen Z di media sosial*. 2934-2939.
- Neff, K. D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85-101. <https://doi.org/10.1080/15298860390129863>