

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penciptaan

Generasi Z (lahir antara 1997-2012) tumbuh di era digital yang dipenuhi kemudahan dalam akses informasi, komunikasi, dan transaksi (BPS, 2020). Hal ini membuat mereka familiar dengan media sosial dan *Internet* yang biasa mereka gunakan sehari-hari, sehingga mereka cenderung mudah mengikuti berbagai tren yang berkembang di dalamnya (Turner, 2015). Khususnya para Generasi Z yang telah berpenghasilan di daerah urban yang sudah familiar dengan tren *self-reward* (Syahrani, 2025). Fenomena *self-reward* atau memberi penghargaan kepada diri sendiri menjadi semakin lazim dilakukan sebagai bentuk pengelolaan stress dan motivasi, yang ditujukan untuk memenuhi afirmasi dan apresiasi diri (Ayesha, 2022). Namun yang menjadi perhatian adalah ketika Generasi Z sebagian menyalahartikan tren *self-reward* untuk menjustifikasi kebiasaan konsumtif dan impulsif mereka dalam kegiatan berfinansial seperti membeli barang *branded*, *hangout* ditempat mahal, dan lain sebagainya yang dilakukan tanpa perencanaan dan mengancam sisi finansial mereka tanpa disadari (Halim et al., 2024). Fenomena *self-reward* yang tidak terkendali dapat mengarah pada *emotional spending*, yaitu pengeluaran uang yang digerakkan oleh emosi, bukan kebutuhan, yang berdampak pada keseimbangan keuangan personal (Rick et al., 2017).

Banyaknya implikasi buruk dari fenomena tren *self-reward* terhadap kondisi keuangan pribadi Generasi Z berkaitan erat dengan rendahnya tingkat literasi keuangan pada kelompok usia tersebut, menurut *survey* Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

tahun 2022, indeks kalangan muda yang masuk pada usia Generasi Z sekarang ini dengan dua rentang kategori di usia 18-19 tahun dan 20-24 tahun termasuk memiliki presentase yang rendah dalam laporan *survey* literasi dan inklusi keuangan yaitu hanya diangka 2,8% dan 16,4% ini termasuk yang paling rentan terhadap pengambilan keputusan keuangan yang tidak bijak (OJK, 2022). Kontribusi pemahaman dan kesadaran literasi keuangan sangat berpengaruh terhadap kontrol diri dalam perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z, semakin rendahnya kesadaran finansial pada Generasi Z maka dapat mendorong meningkatnya perilaku konsumtif, terutama pada individu yang cenderung melakukan praktik *self-reward*. Sebaliknya, semakin tinggi tingkat kesadaran finansial yang dimiliki, maka perilaku keuangan yang ditunjukkan akan semakin positif dan lebih bijak dalam pengambilan keputusan (Amalia Soliha et al., 2023). Sehingga perlu digaungkan lagi masalah kesadaran finansial untuk membantu meningkatkan kesadaran keuangan untuk Generasi Z (Anggasta et al., 2024). *Self-reward* sendiri bisa diibaratkan sebagai pisau bermata dua jika dilakukan dengan benar maka akan menjadi strategi yang efektif dalam kehidupan sehari-hari, *self-reward* dapat memberi manfaat psikologis bila dilakukan secara terukur, bahkan mendorong produktivitas serta keterampilan dalam mengelola keuangan (Nurhakim, 2025).

Sebuah pesan meningkatkan kesadaran finansial melalui media kreatif seperti komik digital dapat dijadikan strategi untuk membantu mencegah perilaku konsumtif yang lahir dari fenomena *self-reward* berlebihan. Komik digital memiliki kelebihan dalam visual dan naratif yang memungkinkan penyampaian pesan kompleks secara sederhana dan mudah dipahami (Cohn, 2020) Karakteristik ini sejalan dengan

preferensi Generasi Z yang terbiasa mengonsumsi konten singkat dan lebih memahami konten visual dibandingkan teks panjang. Komik digital lebih menarik untuk Generasi Z dengan banyaknya peminat komik digital adalah Generasi Z (Wirayuda et al., 2025). Generasi Z sering juga diasosiasikan dengan kerja *multitasking*, cepat merasa bosan, dan lebih memilih komunikasi visual dibandingkan teks panjang. Kemudahan internet dan teknologi menyebabkan fokus perhatian mereka menjadi sebentar (Turner, 2015).

Potensi komik digital layak dicoba untuk diaplikasikan bagi para Generasi Z yang sudah tumbuh di era digital, data *pra survey* yang dilakukan Peneliti menunjukkan dari 37 responden berpendapat berminat membaca komik digital dengan tema *self-reward*. Komik digital juga perlu memperhatikan celah jika terlalu pendek untuk dibaca, kendati demikian hal ini dapat ditangani dengan pemberian konsep *series* dalam komik digital sehingga konten dari komik bisa berlanjut dan berkala dengan cerita yang naratif. Dengan begitu yang diharapkan dari hasil karya ini adalah membantu menyebarkan kesadaran finansial pada Generasi Z agar mereka bisa mengelola finansial dengan baik bukan hanya dimasa yang sekarang tetapi juga mempersiapkannya untuk kepentingan masa depan nanti.

1.2 Perkembangan Ide Penciptaan

Sejak awal proses kreatif, peluang isu kesehatan untuk diteliti meningkat terutama dengan banyaknya pembicaraan di sosial media mengenai kasus tentang kesehatan. Juga khususnya bagaimana topik tersebut dapat dituangkan ke dalam bentuk karya ilustratif. Konsep awal karya yang ingin dibuat pertama kali adalah ensiklopedia ilustratif kesehatan fisik untuk anak (6-12 tahun). Melalui evaluasi dosen pengampu mata kuliah studio desain, proposal ini dianggap kurang memenuhi alasan Penelitian

karena dua kelemahan fundamental yaitu cakupan tema dinilai terlalu luas sehingga fokus Penelitian tidak tajam, dan media ensiklopedia cetak dianggap tidak relevan dan inefektif bagi *audiens* di era digital sekarang ini.

Menyadari kelemahan pada ide sebelumnya, kemudian melalui refleksi mendalam dan meninjau ulang konsep yang telah disusun lalu kemudian akhirnya mereformulasi konsep menjadi komik digital untuk remaja dengan tema kebugaran. Namun lagi, ide proposal kedua ini kembali dikritik dosen pengampu karena topik yang diangkat dinilai masih terlalu general serta dianggap kurang memiliki urgensi akademik dan sosial yang signifikan, sehingga memerlukan reformulasi ulang .

Melalui proses refleksi dan observasi fenomena sosial pada Generasi Z, akhirnya menjadikan identifikasi praktik *self-reward* sebagai fokus baru. Ditemukan bahwa praktik ini, meski bertujuan memotivasi, seringkali bermanifestasi menjadi pola konsumtif eksekutif. Fenomena ini dinilai memiliki peluang urgensi untuk dikaji karena implikasinya terhadap kondisi finansial dan kesejahteraan mental. Signifikansi fenomena *self-reward* terletak pada fungsinya sebagai *coping mechanism* Generasi Z yang akibat rendahnya literasi finansial, sering berkembang menjadi perilaku konsumtif hedonistik. Sebagai *output* Penelitian, akan dirancang komik digital mengenai *awareness* yang merepresentasikan pengelolaan finansial dalam *self-reward* untuk menstimulasi kesadaran finansial *audiens*

1.3 Masalah Penciptaan

Berikut adalah masalah penciptaan yang ditemukan, berdasarkan pada latar belakang sebelumnya:

1. Konsep kesadaran finansial apa yang perlu dikembangkan melalui media komik digital sebagai salah satu solusi Generasi Z dalam menyikapi fenomena *self-reward*?
2. Bagaimana karakteristik visual pada media kesadaran finansial berbasis komik digital yang sesuai dengan preferensi Generasi Z?
3. Bagaimana proses pembuatan yang tepat untuk mendukung komik digital bertema *self-reward*?

1.4 Tujuan Penciptaan

Berdasarkan pada masalah penciptaan sebelumnya, berikut adalah tujuan penciptaan yang ditemukan:

1. Mengembangkan konsep kesadaran finansial melalui media komik digital sebagai salah satu solusi Generasi Z dalam menyikapi fenomena *Self-Reward*.
2. Merealisasikan karakteristik visual berbasis komik digital yang tepat dan sesuai dengan preferensi Generasi Z.
3. Merancang strategi alur pembuatan yang efektif untuk media komik digital bertema *self-reward*.

1.5 Fokus Penciptaan

1.5.1 Aspek Konseptual

Fenomena *self-reward* umum dialami generasi muda sebagai bentuk apresiasi diri atau mekanisme koping emosional. Namun, tanpa literasi finansial yang memadai, perilaku ini berpotensi menimbulkan konsumsi berlebihan dan masalah pengelolaan keuangan, terutama pada remaja dan dewasa awal (Kurniawan et al., 2025). Dalam menyampaikan pesan *awareness* tersebut dalam karya akan diciptakan narasi dengan pendekatan *entertainment* sehingga karya bisa dinikmati secara *casual*. Ditambah dengan penambahan konsep series berkala untuk memperkaya informasi dan konten kedalam karya. Dalam rancangan ini juga terdapat spesifikasi pengguna yaitu target utamanya adalah mayoritas pekerja kota urban Generasi Z dengan rentang usia 18-24 tahun (Self., 2024). yang masih menerka-nerka akan konsep finansial dan literasi keuangan dengan pola hidup mereka yang juga familiar dengan teknologi, Penyesuaian media, narasi, dan visual ini akan menyesuaikan selera Generasi Z agar informasi *awareness* finansial bisa terserap dengan baik.

Tujuan dari karya ini adalah untuk menyampaikan kesadaran finansial dalam pola hidup Generasi Z yang terpapar fenomena *self-reward*. Spesifikasi fungsi ini utamanya akan direncanakan melalui tahapan struktur narasi. Struktur narasi dalam komik ini akan dimulai dengan memperlihatkan tiga karakter utama yang mewakili representasi berbeda dari perilaku *self-reward* di kalangan Generasi Z. Narasi cerita ini akan dikembangkan melalui riset yang didasarkan jenis cerita mana yang paling diminati oleh Generasi Z. Karya ini akan berupa

komik, yaitu merupakan gambar-gambar ilustrasi yang disusun sedemikian rupa agar menciptakan sebuah narasi (Cohn, 2020). Hal ini menjadi pilihan untuk usaha mendapatkan perhatian pembaca Generasi Z.

1.5.2 Aspek Visual

Visualisasi karya akan berfokus untuk menciptakan sebuah komik digital bertema *self-reward* kepada Generasi Z, yang artinya karya akan mencoba mengikuti preferensi visual yang paling memungkinkan diminati oleh Generasi Z. Karya akan menggunakan gaya ilustrasi *manhwa*/semi-realistik/kartun dengan pengaruh visual dari komik digital populer di media sosial seperti Webtoon atau *Instagram digital comic*, yang menampilkan palet warna-warna mencolok *pop-art*, serta ekspresi karakter yang kuat untuk memperkuat komunikasi emosi dan pesan cerita. Ilustrasi akan digambar secara digital. Struktur panel dan layout dalam komik akan memiliki format layout carousel menyesuaikan *platform* komik yang akan *publish* yaitu *Instagram* dengan jadwal waktu harian (*daily*). Untuk struktur panel dan *slide* mengikuti pola kronologis dengan pembagian halaman atau *slide* pada 6 postingan dengan variasi panel. Setiap menceritakan kisah yang terhubung secara tematik dalam bingkai narasi tentang fenomena *self-reward* dan managemensi keuangan. Ilustrasi latar juga akan disesuaikan dengan lingkungan keseharian tempat lingkungan hidup Generasi Z, seperti kamar tidur, pusat perbelanjaan, atau kantor dan lain sebagainya, untuk meningkatkan keterhubungan terhadap pembaca.

Selain itu, elemen grafis pendukung seperti infografik mini, ikon-ikon pengeluaran, dan simulasi pengelolaan uang akan disisipkan dalam alur cerita

untuk memperkuat nilai *awareness* secara visual. Penggunaan *font* akan menggabungkan jenis sans-serif untuk dialog dan heading agar mudah dibaca di layar digital.

1.5.3 Aspek Operasional

Komik digital ini akan dirancang kedalam *platform Instagram* dan mengikuti format muat gambar postingan yang nanti akan berisi beberapa postingan dengan beberapa halaman atau *slide*, selain itu berdasarkan data dari calon pengguna terdapat kecerendungan preferensi sosial media lain seperti *TikTok* dan *MangaPlus* untuk dijadikan medium dari komik digital, ini didukung bagaimana relevansi kedua sosial media tersebut terhadap perilaku konsumsi Generasi Z (Lu et al., 2026). Setelah konseptual dan perencanaan visual sudah didapatkan, selanjutnya adalah melakukan rencana operasional dimulai dari riset terhadap konsep *self-reward* dan konten finansial. Lalu dilanjut dengan penentuan ukuran komik dalam digital yaitu 1440x1800 yang dipilih menyesuaikan format *Instagram* dan optimasi visualisasi karya.

Karya ini akan dirancang menggunakan beberapa media perangkat seperti Tablet yang dilengkapi stylus pen, Laptop yang terkoneksi dengan Pen Tab serta perangkat lunak untuk media memproduksi visual produk aplikasi menggambar dan aplikasi *layouting* komik yang memiliki fitur optimal untuk *sketching*, *inking*, dan pewarnaan digital. Teknik produksi yang akan digunakan adalah teknik lukis digital dan teknik *layouting* digital dalam *software*. Proses ilustrasi lanjutan akan dilakukan menggunakan perangkat lunak gambar digital diperangkat laptop, yang memungkinkan pengelolaan proyek komik digital dengan fitur pengaturan panel

dan *layer management* yang mendukung pembuatan komik format *Instagram*. Tahapan ini mencakup *inking* Final, pewarnaan, pemberian dialog, efek visual, serta integrasi elemen *awareness* seperti infografik mini, catatan finansial, dan kutipan reflektif pada setiap cerita.

Output komik akan disiapkan dalam format digital (JPEG/PNG) dan diunggah ke *platform Instagram* pada kanal karya. Pengunggahan dilakukan dengan strategi penyajian serial 6 episode yang berisi 4 atau 5 halaman agar menjaga konsistensi keterlibatan pembaca. Selain itu, evaluasi tambahan dari interaksi pembaca dan komentar akan dianalisis untuk mengukur efektivitas pesan kesadaran finansial yang disampaikan. Rancangan biaya produksi terletak pada sumber daya kreatif, *device* dan *promotional display* untuk mengamankan kelancaran proses produksi produk. Lalu produk akan *display* dengan cara menayangkan sebuah medium yang menunjukkan *QR Code* yang jika dipindai oleh pengguna melalui gawai pintar mereka maka akan mengarahkan mereka ke *platform Instagram* yang akan muncul akun produk yang disetiap postingannya akan memuat series komik yang bisa dibaca oleh pengguna.

1.6 Manfaat Penciptaan

Manfaat Penelitian dari Penelitian yang berjudul Media Kesadaran finansial Komik digital Dalam Fenomena *Self-reward* Terhadap Generasi Z ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Komik Digital tentang fenomena *self-reward* dapat menjadi media refleksi Peneliti dalam menuangkan pengalaman pribadi serta observasi dari segi aspek konsep, visual dan operasional terhadap fenomena sosial kontemporer di kalangan

Generasi Z. Selain itu, Penelitian ini juga berfungsi sebagai media eksplorasi untuk mengembangkan kemampuan teknis Peneliti dalam menciptakan karya kreatif yang didasari oleh penelitian terpadu.

2. Bagi Generasi Z

Komik digital tentang fenomena *self-reward* dan sifat konsumtif dapat berkontribusi dalam upaya untuk mennyadarkan Generasi Z dari segi kesadaran finansial mengenai dampak negatif dari perilaku *self-reward* yang toksik dan pola konsumtif berlebihan. Karya ini juga diharapkan dapat membantu Generasi Z untuk mengembangkan kesadaran kritis terhadap kebiasaan konsumsi mereka dan mengadopsi pola *self-reward* yang lebih sehat dan realistis.

3. Bagi Program Studi Pendidikan Seni Rupa UNJ

Komik digital tentang *self-reward* dan sifat konsumtif dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi mahasiswa tahun berikutnya dalam merancang dan menyusun laporan Perencanaan Skripsi Penciptaan Karya Seni Rupa dengan tema yang terlihat serupa ataupun dengan pengembangan tema yang lebih lanjut tentang kesehatan mental, perilaku konsumtif, atau kajian tentang karakteristik Generasi Z.

4. Bagi Ilmu Pendidikan Seni Rupa

Komik digital tentang fenomena *self-reward* dan sifat konsumtif dapat berkontribusi pada pengembangan keilmuan seni rupa, khususnya dalam konteks pemanfaatan media digital sebagai sarana pesan kesadaran sosial yang efektif. Penelitian ini juga memperkaya diskursus mengenai peran seni ilustratif dalam

mengkritisi fenomena sosial kontemporer dan pemanfaatan komik sebagai media sadaranke finansial dan kesehatan perilakuself-reward, khususnya bagi generasi muda berikutnya yang rentan terhadap perilaku-perilaku mental yang semakin bisa menjalar kalangan muda.

