

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Framing*

Framing adalah cara mengelola makna dengan menggunakan Bahasa, maksudnya yaitu *framing* menekankan satu atau beberapa aspek dari pemilihan topik dan mengabaikan aspek lainnya (Robbins dan Judge, 2011). Berdasarkan definisi *framing* oleh beberapa peneliti tersebut, dapat disimpulkan bahwa *framing* dapat mempengaruhi pengambilan keputusan para pengambil keputusan karena cara-cara yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan mengelola makna dari suatu informasi yang berbeda.

Framing menurut pendapat Suartana (2010) memiliki pengaruh yang besar terhadap penilaian yang dibuat orang membentuk persepsi dan keputusan mereka melalui berbagai penyajian informasi baik disampaikan melalui kata, gambar, atau media lainnya, cara penyajian informasi dapat secara signifikan mengubah cara pandang terhadap informasi tersebut sehingga dapat mengubah persepsi seseorang.

Framing effect mempengaruhi keputusan mempengaruhi keputusan investasi terutama bagi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwasannya mahasiswa yang tidak memiliki pengalaman akan dapat terpengaruh oleh pembedaan informasi atau *framing* ini. Maka dari sini penting untuk berhati-hati ketika melakukan generalisasi penelitian yang menggunakan mahasiswa sebagai subjek dalam lingkungan bisnis yang nyata.

Framing menurut pandangan di bidang manajemen merupakan sebuah teori mengacu pada cara seseorang dan organisasi mempresentasikan informasi yang diarahkan untuk mempengaruhi persepsi dan keputusan orang lain. Teori ini menunjukkan bahwa cara suatu masalah atau keputusan disajikan (*diframed*) dapat sangat mempengaruhi bagaimana orang melihat dan menanggapi (Eriyanto, 2002).

Framing merupakan metode dengan menekankan pesan yang ingin disampaikan sehingga masyarakat dapat fokus pada pesan yang ditekankan oleh informasi yang telah didapatkan. Menurut Eriyanto (2018) bahwasannya *framing* berkaitan dengan struktur dan proses berfikir bagaimana seseorang memproses sejumlah informasi dan menampilkannya dalam skema tertentu. *Framing* berkaitan dengan pengaturan skema untuk memproses berbagai informasi yang dikomunikasikan kepada banyak orang.

Konsep analisis *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman (1974) yang mana melalui buku yang berjudul “*Frame Analysis : An Essay on The Organization of Experience*”. Disampaikan bahwa Analisis *framing* ini didefinisikan sebagai analisis yang membahas sebuah situasi berdasarkan prinsip-prinsip organisasi yang mendefinisikan peristiwa dan keterlibatan subjektif kita terhadap peristiwa tersebut.

Robert N. Etnam adalah salah satu analisis *framing* yang meletakkan dasar analisis. *Framing* digunakan untuk menjelaskan proses seleksi dan penekanan aspek-aspek tertentu dari realitas. Penonjolan merupakan proses yang digunakan untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna dan mudah diingat oleh banyak orang. Sebuah realitas yang disajikan secara menonjol akan lebih mudah diperhatikan dan mempengaruhi pemahaman khalayak terhadap realitas (Eriyanto, 2002).

Tabel 2.1 *Framing*

<i>Define Problems</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu yang dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang di sajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?

<i>Treatment Recommendation</i> (menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah? Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah?
--	---

sumber : Erianto. 2002. *Analisis Framing Konstruksi Ideologi dan Politik Media*. LKiS. : Yogyakarta. Tabel

Pendekatan yang digunakan untuk melakukan pemilihan pekerjaan :

1. *Define Problems* (pendefinisian masalah)

Define problems merupakan Elemen bingkai yang terpenting dikarenakan elemen ini menekankan bagaimana seseorang memahami informasi tersebut dan diperoleh untuk membuat keputusan yang tepat untuk diterima pada pihak ketiga, memahami informasi yang sama berbeda akan menghasilkan pbingkai yang berbeda pula.

2. *Diagnose Causes* (memperkirakan masalah atau sumber masalah)

Diagnose Causes merupakan elemen pada *framing* yang digunakan untuk membingkai siapa yang dipertimbangkan untuk menjadi aktor dari suatu penyampaian informasi. Penyebab di sini berarti apa (what), tetapi juga berarti siapa (who). Tentu saja, hal ini tergantung pada apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber, oleh karena itu, informasi yang dipahami pun berbeda.

3. *Make Moral Judgement* (membuat keputusan moral)

Make Moral Judgement merupakan elemen *framing* yang digunakan untuk membenarkan atau memberikan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika sudah mendefinisikan masalahnya dibutuhkan sebuah penyebab masalahnya setelah itu membutuhkan argumen yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut.

4. *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian)

Treatment Recommendation merupakan elemen yang digunakan untuk menilai apa yang akan dihendaki oleh informan, jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Tentu saja, solusinya tergantung pada bagaimana peristiwa tersebut dilihat dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2002).

2.1.1 Efek *Framing*

Framing biasanya ditandai dengan menonjolkan satu aspek dari realitas yang sering berbicara tentang konsentrasi berita secara sadar atau tidak sadar diorientasikan pada aspek tertentu. *Framing* merupakan bagaimana realitas dibingkai dan disajikan kepada publik. Sebuah realitas yang bisa dibingkai dan ditafsirkan secara berbeda oleh media (Eriyanto, 2002).

Yahya & Surya (2013) menjelaskan *framing effect* berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam minat memilih hal apapun khususnya bagi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang tidak berpengalaman mungkin dipengaruhi oleh *framing* atau pembingkaiian informasi. Maka diperlukan kehati-hatian sebelum menggeneralisasi penelitian yang digunakan mata pelajaran siswa dalam konteks bisnis nyata.

2.1.2 Aspek *Framing*

Menurut Eriyanto (2002) berpendapat bahawasannya memiliki 2 (dua) aspek *framing* diantaranya:

- 1) Memiliki fakta atau realitas, proses seleksi sebenarnya didasarkan pada asumsi redaksi memilih bagian realitas mana yang akan dilaporkan dan bagian mana yang dibuang. Setelah itu melakukannya memilih perspektif dan fakta tertentu untuk menentukan aspek tertentu menghasilkan berbagai berita dari saluran media lain menekankan aspek lainnya.
- 2) Muliskan faktanya, proses ini melibatkan penyajian fakta-fakta dari kasus tersebut kepada masyarakat umum. Tahap pencarian fakta saling berkaitan menekankan kenyataan. Beberapa aspek yang ingin soroti mendapatkan lebih banyak dan perhatian yang guna mempengaruhi khalayak untuk memahami sesuatu realitas.

2.2 Groupthink

Groupthink berperan dalam membentuk pilihan yang diambil oleh para generasi Z yang mana berpengaruh pada pekerjaan yang akan dijalani oleh mereka, seperti menurut Siegel and Marconi (1989) teori pemikiran kelompok berkaitan dengan tekanan dalam situasi di mana keharmonisan kelompok ditekankan, yang membuat para anggotanya ragu-ragu untuk mengekspresikan ide-ide yang mungkin kurang konvensional. Keengganan ini bertujuan untuk menghindari penindasan terhadap perspektif minoritas dan nilai-nilai alternatif. Menurut penelitian West dan Turner (2010) unsur-unsur yang berkontribusi terhadap munculnya *groupthink* merupakan kekompakan, kondisi struktural kelompok, tingkat stres dalam kelompok dan faktor kepemimpinan.

Groupthink merupakan penelitian panjang yang dilakukan oleh Irvyn L. Janis., 1972 Melalui karya "*Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Decisions and Fiascoes*" Hal ini memberikan asumsi yang masuk akal bahwasannya peristiwa ini dapat dikaitkan dengan terjadinya peristiwa tertentu dan menyebabkan kerugian yang nyata pada kelompok pengambil keputusan yang terlibat dalam pengambil kebijakan. Janis menyebut fenomena ini sebagai "pemikiran kelompok". Menurut Janis, *groupthink* merupakan bentuk negosiasi yang berlebihan yang dicari oleh anggota kelompok pengambil keputusan yang prestisius dan dekat, sehingga hal ini sangat ekstrim sehingga anggota kelompok lebih menghargai kelompoknya dibandingkan dengan yang lain.

Maka dari itu *groupthink* menurut beberapa para ahli merupakan variabel yang penting dalam memilih banyak hal yang terjadi. Hal lain juga terjadi bahwasannya *groupthink* juga menghindari berbagai alternatif tindakan realistis untuk pengambilan keputusan. Hal ini seringkali menyebabkan pengecualian pemikiran minoritas demi keputusan mayoritas, dan mengurangi peran pemikiran individual dalam proses kelompok.

2.2.1 Indikator Terbentuk *Groupthink*

Terdapat beberapa faktor pendorong timbulnya *groupthink* pada suatu kelompok menurut (West, 2010) yaitu:

1. Kohesifitas Kelompok (Kekompakan), merupakan cara menciptakan kohesifitas dalam suatu kelompok kontribusi anggota kelompok. Suatu kelompok dapat dianggap kompak ketika anggota kelompok tertarik dengan sikap mereka dan perilaku kelompok.
2. Kondisi struktural kelompok, kurangnya homogenitas dan isolasi kelompok di luar. Kepemimpinan dan prosedur yang tidak praktis saat ini masih belum jelas keputusan
3. Tekanan (kelompok stres), orang-orang lebih cenderung termotivasi untuk mencari persetujuan orang lain guna mengurangi kecemasan atau stres ketika hal ini terjadi keputusan.
4. Faktor kepemimpinan, gaya kepemimpinan otokratis menguasai anggotanya tentang pemikiran kelompok. Gaya kepemimpinan inilah yang menyebabkan kontribusi rendah atau perspektif alternatif dari para anggotanya.

Berdasarkan penelitian mengembangkan pada tahap selanjutnya, terdapat beberapa hipotesis mengenai determinan *groupthink*.

1. Faktor Anteseden merupakan tindakan sebelumnya ditujukan untuk meningkatkan moral kolektif, maka keputusan kolektif tidak akan ada nilainya. Namun, jika hal di atas dimaksudkan untuk mencegah pemikiran kelompok, maka keputusan yang diambil oleh kelompok akan mempunyai nilai yang baik.
2. Faktor Kebulatan Suara merupakan kelompok yang memerlukan pemungutan suara dengan suara bulat lebih cenderung terjebak dalam pemikiran kelompok dibandingkan kelompok yang menggunakan sistem pemungutan suara mayoritas.

3. Faktor Koneksi Sosio-Emosional merupakan kelompok dengan ikatan sosial-emosional yang tinggi cenderung mengembangkan psikologi kelompok. Sementara itu, kelompok dengan hubungan yang sederhana dan berdasarkan tugas sering kali memiliki pemikiran kelompok yang lebih rendah.
4. Toleransi kesalahan merupakan semangat tim akan lebih tinggi jika kesalahan dibiarkan dibandingkan jika tidak ada toleransi terhadap kesalahan yang ada.

2.2.2 Dampak *Groupthink*

Groupthink sering kali ditandai dengan upaya berlebihan untuk mencapai kesepakatan, dan kebutuhan kelompok yang kuat akan berkesempatan dapat membebani kemampuan kelompok untuk membuat keputusan yang baik. Menurut Kinicki (2000), keputusan berdampak positif menurut kelompok, yaitu:

1. Keputusan kelompok dapat memberikan lebih banyak informasi yang kompeten dan berpengalaman dalam menyelesaikan permasalahan.
2. Dalam kasus pengambilan keputusan kelompok dimungkinkan untuk melihat situasi dari sudut pandang yang berbeda pandangan yang berbeda.
3. Keputusan kelompok dapat memahami alasan di baliknya membuat keputusan akhir.
4. Dengan keputusan kelompok, permasalahan dapat diselesaikan secara kolektif.
5. Keputusan kelompok dapat melatih pengambilan keputusan kurang berpengalaman dan secara aktif melibatkan mereka.
6. Memberikan kesempatan kepada anggota untuk menyuarakan pendapatnya untuk memecahkan masalah menurut pendapat sendiri.

Adapun beberapa dampak negatif dalam *groupthink* ketika mengambil keputusan, yaitu:

1. Pembahasan dibatasi hanya pada beberapa alternatif keputusan saja.
2. Pemecahan masalah dilakukan sejak awal dipilih, tidak lagi dievaluasi atau ditinjau.
3. Alternatif pemecahan masalah yang semula ditolak tidak perlu adanya pernah direvisi.
4. Jika mempunyai saran atau pertimbangan lain, silakan menerimanya dipilih karena berada di pihak anggota.
5. Kecenderungan untuk tidak melihat peluang kelompok lain bertindak menentanginya belum siap mengantisipasinya.
6. Stres yang diakibatkannya seringkali menimbulkan perasaan hampa nyaman, jadi dalam banyak kasus mereka selalu mencoba satu sama lain jatuh atau hilang.
7. Keputusan kelompok biasanya memakan banyak waktu panjang.
8. Rasa tanggung jawab pada masing-masing individu masih kurang terbentuk.

2.3 Minat Memilih Pekerjaan

Hikmah dan Samsul (2020) menjelaskan bahwa minat merupakan sebuah perasaan penghargaan atau ketertarikan terhadap sesuatu atau suatu kegiatan tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Iswahyuni (2018) juga berpendapat bahwa minat merupakan hasil proses melihat, mengamati, kemudian membandingkannya dengan kebutuhan yang diinginkan, sehingga menimbulkan perasaan senang yang dilatarbelakangi oleh keinginan sendiri. Minat memotivasi orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan saat mereka memiliki pilihan. Berminat muncul ketika mereka melihat sesuatu yang bermanfaat. Menurut Anastasi dan Urbina (1997), minat adalah kesukaan terhadap kegiatan tertentu yang mana dapat menunjukkan bahwa nilai-nilai yang mendasari keputusan hidup seseorang terkait dengan minat mereka.

Minat merupakan salah satu ciri kepribadian yang mempengaruhi pengambilan keputusan di masa depan. Menurut penelitian yang

dikemukakan oleh Sukardi (1994) minat mengarahkan orang terhadap suatu objek yang didasari oleh perasaan senang atau tidak senang dan dasar dari suatu minat adalah perasaan senang atau tidak senang. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu objek tertentu. Hal ini meimbulkan rasa ketertarikan atau kesenangan, perhatian, dan kebutuhan dianggap sebagai penyebab ketertarikan seseorang.

Ketika seseorang memiliki kemampuan untuk menggunakan pikirannya maka mereka akan melakukan apa yang mereka bisa lakukan seperti halnya dalam memilih pekerjaan sehingga muncul akan minat kerja mereka. Seseorang yang masih menganggur bahkan beberapa lebih memilih untuk menikah, karena kurangnya kesadaran akan minat kerja. Mereka tidak memiliki motivasi untuk mendapatkan pekerjaan yang cocok dengan bidang keahliannya karena mereka merasa tidak siap untuk bekerja. Menurut Slameto (2010) minat pada dasarnya merupakan menerima suatu hubungan antara diri sendiri dan sesuatu di luar diri sendiri, yang mana semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar niat yang akan digunakan.

Memilih karir merupakan tindakan ekspresif yang mencerminkan motif, pengetahuan, karakter, dan kemampuan seseorang menurut pandangan. Para ahli juga berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan karir, secara spesifik faktor internal, penghargaan ekonomi, pertimbangan pasar kerja, ketersediaan pekerjaan, keamanan kerja, fleksibilitas karir, kesempatan untuk maju, lingkungan kerja, pelatihan profesional, nilai-nilai sosial, pengakuan profesional, dan jumlah lowongan pekerjaan. Menurut Handoko (2000) karir merupakan suatu jabatan atau pekerjaan, hal ini diperlakukan selama kehidupan kerja seseorang. Karier itu sendiri terdiri dari urutan-urutan pengalaman seumur hidup atau serangkaian pekerjaan seseorang yang menjamin kesinambungan dan ketentraman yang membentuk sikap dan perilaku tertentu.

Minat memilih untuk pekerjaan adalah proses keinginan seseorang untuk bekerja ini dimulai dengan mencari informasi tentang lowongan pekerjaan dari sumber internal dan eksternal perusahaan. Setelah membuat pilihan seseorang kemudian memilih perusahaan mana yang akan dilamar Permadi Dan Netra (2015). Menurut Gatewood et al. (1993), minat dalam memilih melamar pekerjaan adalah proses ketika calon karyawan ingin mencari suatu pekerjaan yang sekiranya cocok.

Pada minat pekerjaan ini menggunakan teori *trait and factor* menggambarkan kepribadiannya dengan mengidentifikasi sejumlah ciri sejauh tampak dari hasil tes psikologis yang menilai setiap aspek kepribadiannya Hadiarni (2009). Menurut teori ini kecenderungan pribadi, nilai-nilai, keahlian, dan faktor lingkungan dapat digunakan untuk memahami minat pekerjaan seseorang. Seseorang dianggap memiliki kumpulan karakteristik pribadi yang berbeda seperti minat, bakat, keahlian, dan preferensi tertentu; faktor-faktor ini kemudian dipertimbangkan saat memilih karir atau pekerjaan. Teori ini berpendapat bahwa orang cenderung memilih pekerjaan atau karir mereka berdasarkan kecenderungan mereka sendiri.

2.3.1 Faktor – faktor Memilih Minat Pekerjaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat juga dibagi menjadi dua kategori faktor internal dan eksternal (Tjahjono & Ardi, 2008) yaitu:

1. Faktor Internal merupakan hal yang datang dari dalam diri sendiri
 - ✓ Motivasi merupakan keinginan dalam diri seseorang yang mendorong mereka untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi dapat berasal dari kebutuhan pribadi, keinginan untuk mencapai tujuan, atau kepuasan diri.
 - ✓ Sikap merupakan sebuah pandangan atau perasaan positif atau negatif terhadap sesuatu yang mempengaruhi minat seseorang. Sikap positif

cenderung meningkatkan minat sedangkan sikap negatif dapat mengurangnya.

- ✓ Kebutuhan merupakan minat yang dapat dipengaruhi oleh kebutuhan dasar seperti keamanan, sosial, dan aktualisasi diri. Seseorang yang merasa aman dan nyaman mungkin lebih tertarik untuk menemukan minat baru.
- ✓ Kepribadian merupakan minat dapat dipengaruhi oleh sifat individu, seperti bagaimana mereka terbuka terhadap pengalaman baru, ekstroversi, dan tahan terhadap stres. Orang yang lebih terbuka biasanya memiliki minat yang lebih luas.

2. Faktor Eksternal merupakan sebuah hal-hal yang berasal dari luar diri seseorang dan meliputi faktor-faktor seperti :

- ✓ Lingkungan Sosial dapat dipengaruhi oleh teman, rekan kerja, keluarga, dan masyarakat umum. Seringkali minat individu meningkat karena dukungan atau dorongan dari orang-orang di sekitarnya.
- ✓ Budaya dan Norma Sosial merupakan nilai-nilai masyarakat tertentu dapat memengaruhi minat seseorang. Budaya yang mendorong kreativitas dan inovasi, misalnya, dapat mendorong minat dalam seni dan teknologi.
- ✓ Media dan Informasi merupakan akses untuk dapat berbagai macam informasi dapat diakses melalui media massa, internet, dan teknologi informasi, yang dapat memengaruhi minat seseorang. Media dapat mendorong minat baru dalam topik baru.

2.3.2 Indikator Minat Memilih Pekerjaan

Indikator minat menurut pandangan Sari & Rafsanjani (2020) yaitu dapat dijelaskan seperti dibawah ini :

1. Dapat mengembangkan minat untuk berkarir yang ada pada diri sendiri, sehingga membuat percaya bahwa akan memberikan lebih banyak kesempatan untuk bersosialisasi dengan orang lain.
2. Kesadaran individual.
3. Dorongan Berkarir sesuai dengan kemampuan dan keterlibatan aktivitas pada masa sebelumnya.
4. Latar belakang pendidikan yang mana hal ini banyak mahasiswa ingin bekerja di bidang yang telah mereka pelajari pada dunia perkuliahan dahulunya.

2.4 Financial Reward

Penghargaan merupakan hasil kerja karyawan yang dapat ditunjukkan dalam satuan finansial atau non-finansial. Keuntungan didefinisikan sebagai semua jenis pengembalian finansial, layanan, dan keuntungan nyata yang diterima oleh pekerja selama pekerjaan mereka. *Financial rewards* selalu dikaitkan dengan uang yang mana ini merupakan hal yang sangat berpengaruh. Selain itu *non-finansial* untuk mempertahankan karyawan dalam jangka panjang, seperti merancang program pelayanan bagi karyawan yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan, seperti rekreasi, cafeteria, dan tempat ibadah (Umar, 2003).

Sebagian besar perusahaan percaya bahwa imbalan finansial menarik dan memuaskan karyawannya. Oleh karena itu, banyak mahasiswa yang menganggap bahwa pasar kerja merupakan salah satu faktor penentu dalam memilih karir. Menurut Kadarisman (2012) imbalan *finansial rewards* merupakan salah satu alasan untuk bekerja dan alasan terpenting antara lain seperti prestasi, berhubungan dengan orang lain, pengembangan diri atau pemenuhan diri. Menurut Agarwala (2008) Faktor sosial budaya dan keuangan menciptakan perbedaan yang signifikan dalam pilihan karir mahasiswa, seperti halnya di negara-negara dengan sistem ekonomi pasar, yang memungkinkan uang dan kekuasaan untuk menentukan pilihan karir sehingga membuat gaji salah satu faktor yang

membuat motivasi mahasiswa di Indonesia dalam memilih karirnya. Menurut Rivai (2013), penghargaan finansial adalah penghargaan yang diberikan kepada karyawan atau seseorang sebagai imbalan atas jasa mereka kepada perusahaan.

Demikian pula menurut Omar dkk. (2015) mensurvei mahasiswa dan menemukan bahwa gaji merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi mahasiswa untuk mengejar karir. Lebih penting lagi, faktor keuangan tidak hanya berkontribusi pada keputusan individu untuk bermigrasi tetapi juga berkontribusi dalam mengembangkan niat untuk membangun karier di luar negeri (Presbitero, 2017).

Reward merupakan sebuah usaha menumbuhkan perasaan diterima di lingkungan kerja, yang menyentuh aspek kompensasi dan aspek hubungan antara para pekerja yang satu dengan yang lainnya Hadari (2005). Hal ini seperti sebuah penghargaan yang diberikan kepada seseorang sebagai penghargaan atas jasanya dalam melakukan suatu pekerjaan. Penghargaan yang baik, benar, dan adil akan mengurangi tindakan atau perilaku yang curang atau tidak etis. Seseorang pekerja dapat merasa lebih puas dengan rewards yang telah diberikan yang akan mereka, sebaliknya jika perusahaan berharap bahwa kepuasan karyawan akan mendorong mereka untuk meningkatkan kinerja mereka sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya.

Menurut Karami et al. (2013) ada tiga dimensi rewards yaitu *Financial Rewards* merupakan tunjangan yang diberikan kepada karyawan dalam bentuk uang atau finansial, seperti gaji, bonus selanjutnya adalah Tunjangan Intrinsik merupakan tunjangan yang diberikan kepada karyawan karena rasa hormat dan empati perusahaan. Dan yang terakhir adalah Tunjangan Non-Finansial merupakan tunjangan yang diberikan kepada karyawan dalam bentuk bukan uang, seperti wewenang.

Pada variabel ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Victor H. Vroom bahwasannya hubungan timbal balik antara apa yang diinginkan dan dibutuhkan seseorang dari hasil pekerjaannya menentukan motivasi mereka untuk bekerja keras. Hal ini merupakan seberapa yakin

bahwa perusahaan akan memenuhi keinginannya sebagai imbalan atas upayanya. Dalam hal *finansial rewards* teori ini menyatakan bahwa seseorang akan termotivasi untuk melakukan tindakan tertentu jika mereka percaya bahwa tindakan tersebut akan menghasilkan hasil yang diinginkan dan mampu melakukannya. Oleh karena itu, teori motivasi harapan dapat diintegrasikan ke dalam teori *financial rewards* dengan menunjukkan bagaimana pemahaman seseorang tentang hubungan antara kinerja dan *financial rewards* dapat memengaruhi keinginan mereka untuk mencapai tujuan tertentu.

Finansial Reward merupakan faktor yang sangat dihargai dalam menentukan pekerjaan atau karier seseorang karena tujuan seseorang selama bekerja adalah menerima imbalan atau gaji. Imbalan finansial rewards atau gaji merupakan bentuk penghargaan yang diterima seseorang setelah menyelesaikan tanggung jawabnya. Dalam hal ini tanggung jawab yang dimaksud adalah uraian tugas tertentu menurut Merdekawati dan Sulistyawati (2011), gaji awal yang tinggi, bonus kerja, dana pensiun, upah lembur dan kemungkinan kenaikan gaji merupakan unsur imbalan *financial*. Faktor imbalan *financial* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap mahasiswa memilih karir. Pada awal karir mahasiswa mengharapkan imbalan finansial atau gaji awal yang tinggi dan berjangka panjang. Tujuan dari sistem penghargaan adalah untuk memotivasi agar bekerja lebih baik dan menciptakan insentif sehingga memotivasi anggota untuk bertindak lebih baik.

2.4.1 Bentuk Bentuk Rewards

Seperti yang dinyatakan oleh Fahmi (2016), *rewards* atau kompensasi yang diberikan kepada seorang karyawan biasanya dibagi menjadi tiga kategori, diantara lain merupakan:

1. *Rewards* dalam *Financial Tunai*.

Gaji (*salary*), bonus, lembur, dan uang tunai lainnya yang diterima langsung oleh karyawan merupakan sebuah rewards yang diberikan dan hal ini biasanya ditransfer ke rekening mereka atau ke bagian

keuangan langsung oleh perusahaan yang mereka lakukan pekerjaan.

2. *Rewards* dalam Bentuk Tunjangan *Financial*.

Pemberian dalam bentuk financial ini seperti halnya uang untuk tanggungan kesehatan, biaya melahirkan, cuti, jaminan asuransi, biaya pemeliharaan rumah dll.

3. *Rewards* dalam Bentuk *Non Financial*.

Pemberian *rewards* dalam bentuk *non financial* merupakan seperti menerima penghargaan yang tidak melibatkan uang, hal ini terjadi ketika seseorang dapat menikmati kenyamanan bekerja di kantor yang sesuai dengan standar yang telah diberikan.

2.4.2 Indikator Terbentuk *Financial Rewards*

Ada beberapa indikator dari *financial rewards* menurut peneliti Aji et al. (2022) yaitu :

1. Upah merupakan suatu imbalan uang yang diterima oleh karyawan sebagai bentuk kompensasi atas pekerjaan yang dilakukan, yang memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan/organisasi, karyawan dibayar secara berkala (biasanya bulanan). Upah dimaksudkan sebagai kompensasi atas jasa yang juga digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Gaji adalah pembayaran moneter langsung yang dibayarkan kepada karyawan berdasarkan jumlah jam kerja, barang yang diproduksi, atau jasa yang diberikan. Berbeda dengan gaji yang relatif tetap, besaran gaji bisa berubah-ubah.
2. Insentif merupakan pemberian sesuatu bahan untuk memotivasi karyawan agar mempunyai keinginan untuk meningkatkan produktivitas kerja dalam organisasi atau perusahaan. Dalam hal ini insentif memiliki fungsi utama yaitu memberi tanggung jawab dan memberi semangat kepada karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja individu dan kelompok.
3. Kompensasi tidak langsung merupakan bentuk tersirat yang mana berupa bonus yang diberikan kepada seluruh karyawan

berdasarkan kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan. Misalnya asuransi, tunjangan, pensiun, dan lain-lain.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan hasil dari para peneliti terdahulu. Adapun berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel *framing*, *groupthink*, minat memilih pekerjaan dan *financial rewards*. Peneliti pertama yaitu Sudaryati & Kusuma (2018) meneliti bahwasannya menunjukkan dampak dari *framing* dan *groupthink* baik secara individu maupun secara individual maupun secara simultan terhadap pemilihan karir. Peneliti selanjutnya yaitu Suroyo dan putra (2022) meneliti bahwasannya menghasilkan efek framing dapat memainkan peran dalam pengambilan keputusan dalam minat pemilihan jurusan, dan *framing* juga mempengaruhi motivasi mahasiswa peneliti. Selanjutnya peneliti yang Bernama Salim et al. (2023) yang mana hasilnya yang bisa didapatkan adalah career decision self-efficacy berperan sebagai mediator dalam hubungan antara dukungan dari teman sebaya dan adaptabilitas karir pada mahasiswa. Selanjutnya peneliti Yusheng et al. (2020) menghasilkan bahwa pengaruh FR, PPIF, dan BCF terhadap niat mahasiswa untuk berkarir di karir di bidang akuntansi. Selanjutnya peneliti Sari & Rahmawati (2023) menjelaskan yang mana hasilnya adalah bahwa faktor-faktor seperti *framing*, *groupthink*, imbalan *financial*, nilai-nilai sosial, dan pertimbangan pasar kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam memilih karir. Selanjutnya Manggu dan Tamsil (2018) menyatakan bahwasannya Penghargaan finansial meningkatkan keinginan mahasiswa akuntansi untuk bekerja sebagai akuntan publik. Dan yang terakhir peneliti Jayusman dan Siregar (2019) menyatakan bahwasannya secara simultan tingkat penghargaan finansial dan pertimbangan pasar kerja berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan publik peneliti. Selengkapnya tentang beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat ditabel.

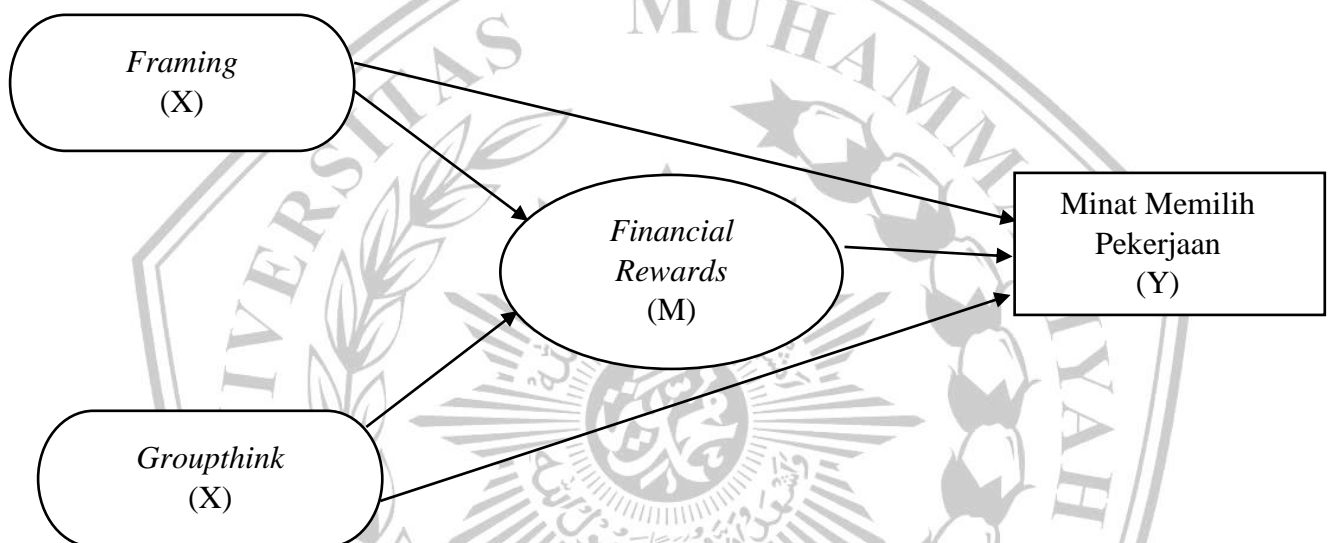
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian	Judul	Variabel Penelitian	Hasil	Perbandingan	
				Persamaan	Perbedaan
Erina Sudaryati dan Tri Angga Kusuma (2018)	<i>The Impact of Framing And Groupthink To The Career Selection Decision of Accounting Major Students</i>	<i>Framing, groupthink</i> dan keputusan pemilihan karir	bahwas <i>framing</i> dan <i>groupthink</i> memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan karir	Menggunakan variabel yang sama yaitu <i>framing, groupthink</i> .	Penelitian ini yaitu dari objek yang akan diteliti yaitu mahasiswa jurusan manajemen, dan juga menambahkan variabel baru.
Suroyo dan Bima Maulana Putra (2022)	<i>The Impact of Framing Effect: How Framing Effect Affects Students In Choosing University's Major</i>	<i>Framing</i> dan pengambilan Keputusan pekerjaan	<i>Framing</i> mempengaruhi motivasi dan persepsi terhadap jurusan dan peran dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan jurusan di universitas.	Menggunakan variabel yang sama yaitu <i>framing</i> .	Objek yang akan diteliti yaitu mahasiswa jurusan manajemen, dan juga menambahkan variabel baru.
Rose Mini Agoes Salim, Mirna Refolia Istiasih, Nur Aisyah Rumalutur, Dominikus David Biondi Situmorang. (2023)	<i>The role of career decision self-efficacy as a mediator of peer support on students' career adaptability</i>	<i>Career decision self-efficacy, Career adaptability</i> dan <i>Peer support</i>	peran CDSE dalam memediasi hubungan antara dukungan teman sebaya, kemampuan adaptasi karir menunjukkan bahwa adaptabilitas karier siswa meningkat seiring dengan adanya CDSE.	Menggunakan variabel yang sama yaitu peran minat karir dan objek yang diteliti mahasiswa.	Objek yang akan diteliti terkhusus mahasiswa jurusan manajemen, dan juga menambahkan variabel baru.
Yusheng Kong, Jonathan Dior Nima	<i>Effects of Financial Rewards, Parents and</i>	<i>Financial Rewards, Parents and Peers, and</i>	Bahwa pengaruh FR, PPIF, dan BCF terhadap	Menggunakan variabel yang sama yaitu Financial	Objek yang akan diteliti terkhusus mahasiswa

Penelitian	Judul	Variabel Penelitian	Hasil	Perbandingan	
				Persamaan	Perbedaan
Ngapey, Dan Sikandar Aliqalati (2020)	<i>Peers, and Benefits and Costs on Choosing Accounting Career: A Global Perspective</i>	<i>Benefits and Costs</i>	niat mahasiswa untuk berkarir di karir di bidang akuntansi dan memiliki eksposur terhadap dalam berkarir di bidang akuntansi.	Rewards dan objek yang diteliti mahasiswa.	jurusan manajemen, dan juga menambahkan variabel baru.
Fitria Novita Sari dan Imelda Dian Rahmawati (2023)	<i>Career Selection: Framing, Groupthink, and Financial Rewards in Accounting</i>	<i>Framing, groupthink dan financial rewards</i>	Faktor seperti <i>framing, groupthink, dan financial reward</i> pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan karir mahasiswa akuntansi.	Menggunakan variabel yang sama yaitu <i>framing, groupthink dan penghargaan financial.</i>	Objek yang akan diteliti yaitu mahasiswa jurusan manajemen, dan juga menambahkan variabel baru.
Sri Astuty Ratnasari Manggu dan Melinda Tamsil (2018)	Pengaruh Prospek Penghargaan Finansial Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik.	Penghargaan Finansial dan Minat Mahasiswa dalam Pemilihan Karir.	Prospek penghargaan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi untuk berkarir menjadi akuntan publik.	Variabel Penghargaan Finansial dan minat mahasiswa.	Objek yang akan diteliti yaitu mahasiswa jurusan manajemen, dan juga menambahkan variabel baru
Sri Fitria Jayusman dan Horia Siregar (2019)	Pengaruh Penghargaan <i>Financial</i> , dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Pemilihan Karir Sebagai	Penghargaan <i>Financial</i> , Pertimbangan Pasar Kerja dan Pemilihan Karir.	Secara simultan tingkat penghargaan finansial dan pertimbangan pasar kerja berpengaruh	Variabel penghargaan finansial dan pemilihan karir.	Objek yang akan diteliti yaitu mahasiswa jurusan manajemen, dan juga menambahkan

Penelitian	Judul	Variabel Penelitian	Hasil	Perbandingan	
				Persamaan	Perbedaan
	Akuntan Public Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muslim Nusantara Al-Washiliyah.		terhadap pemilihan karir sebagai akuntan public.		variabel baru.

2.6 Model Hipotesis



Gambar 2.1 Model Hipotesis

Sumber : Ariyanto dan Sukirno (2016) dan Sudaryati dan Kusuma (2018)

2.7 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan juga kerangka pikir maka dapat ditarik beberapa hipotesis yang mana dijelaskan dibawah sebagai berikut : Menurut peneliti Suroyo dan putra (2022) bahwasannya menghasilkan efek framing dapat memainkan peran dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan jurusan, dan *framing* juga mempengaruhi motivasi mahasiswa peneliti. Informasi yang diberikan oleh orang lain dapat mempengaruhi minat dalam memilih pekerjaan mahasiswa dimasa yang akan datang Ariyanto dan Sukirno (2016). Semua informasi yang telah diperoleh seseorang akan sangat mempengaruhi perilaku dan tindakannya. Persepsi terhadap informasi akan berbeda jika disampaikan dengan cara yang

berbeda. *Framing* pada penelitian ini merupakan sebuah faktor yang dapat mempengaruhi dari minat memilih pekerjaan atau karier seseorang, maka dapat kita tarik hipotesisnya sebagai berikut :

H1 :Terdapat pengaruh signifikan *framing* terhadap minat memilihan pekerjaan pada generasi Z.

Menurut Siregar (2013) *groupthink* merupakan sebuah penyampaian dalam pengambilan keputusan terpadu (kohesif) di mana anggota kelompok berusaha mencapai kesepakatan sehingga kemampuan kritis mereka menjadi tidak efektif. Sehingga menurut penelitian terdahulu Sudaryati dan Kusuma (2018) menyatakan bahwasannya *groupthink* baik secara individu maupun secara individual maupun secara simultan terhadap pemilihan karir. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya *groupthink* dapat mempengaruhi dalam minat memilih pekerjaan, sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut :

H2 :Terdapat pengaruh signifikan *groupthink* terhadap minat memilihan pekerjaan pada generasi Z.

Framing menurut pendapat Suartana (2010) memiliki pengaruh yang besar terhadap penilaian yang dibuat orang, membentuk persepsi dan keputusan mereka melalui berbagai penyajian informasi baik disampaikan melalui kata, gambar, atau media lainnya, cara penyajian informasi dapat secara signifikan mengubah cara pandang terhadap informasi tersebut sehingga dapat mengubah persepsi seseorang, sehingga menurut penelitian Yusheng et al. (2020) menghasilkan bahwa pengaruh financial rewards dapat mempengaruhi dalam niat mahasiswa untuk berkarir di bidang yang sesuai dengan keinginannya. Maka dapat kita tarik hipotesis yang dapat diperoleh sebagai berikut :

H3 :Terdapat pengaruh *framing* terhadap *financial rewards* pada generasi Z.

Groupthink yang terbentuk atas perilaku yang diterapkan mempengaruhi persepsi orang yang berbeda-beda, maka sangat mempengaruhi pemikiran seseorang ketika melakukan tindakan seperti pengambilan keputusan. Menurut pendapat dari Sari & Rahmawati (2023) menjelaskan yang mana

hasilnya adalah bahwa faktor-faktor seperti *groupthink*, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam memilih karir. *Groupthink* dalam variabel ini merupakan sebuah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih pekerjaan, sehingga dari hubungan ini maka bisa ditarik kesimpulan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Terdapat pengaruh *groupthink* terhadap *financial rewards* pada generasi Z.

Financial Reward merupakan faktor yang sangat dihargai dalam menentukan pekerjaan atau karier seseorang karena tujuan seseorang selama bekerja adalah menerima imbalan atau gaji. Didukung dengan penelitian Manggu dan Tamsil (2018) menyatakan bahwasannya Penghargaan finansial meningkatkan keinginan mahasiswa akuntansi. Selanjutnya peneliti Jayusman dan Siregar (2019) menyatakan bahwasannya tingkat penghargaan finansial dan pertimbangan pasar kerja berpengaruh terhadap pemilihan karir sebagai akuntan publik. Hal ini dapat ditarik kesimpulan hipotesis antar variabel sebagai berikut :

H5 :Terdapat pengaruh signifikan *financial rewads* terhadap minat memilih pekerjaan pada generasi Z.

Financial rewards dapat berperan dalam memediasi bagaimana *framing* yang mempengaruhi minat memilih pekerjaan, seperti halnya dalam penelitian Yusheng et al. (2020) yang mana menghasilkan bahwa pengaruh *financial rewards* dapat membentuk pola pikir terhadap niat mahasiswa untuk berkarir di karir di bidangnya. seberapa besar kebijakan finansial rewads dapat membentuk *framing* dalam proses memilih pekerjaan. Hal ini dapat ditarik kesimpulan hipotesis antar variabel sebagai berikut :

H6 :Terdapat pengaruh signifikan *financial rewads* memediasi *framing* terhadap minat memilih pekerjaan pada generasi Z.

Financial rewards dapat berperan dalam memediasi *groupthink* yang mana mempengaruhi bagaimana cara seseorang melihat dalam memilih pekerjaan di kedepannya. Didukung seperti halnya penelitian Bernama Salim et al. (2023) yang membahas bagaimana career decision self-

efficacy berperan sebagai mediator dalam hubungan antara dukungan dari teman sebaya dan adaptabilitas karir pada mahasiswa dan memperkuat dari peneliti lainnya seperti Sudaryati & Kusuma (2018) membuktikan bahwasannya menunjukkan dampak dari *groupthink* baik memiliki pengaruh terhadap keputusan pemilihan karir. Hal ini dapat membuat hubungan antar variabel dan juga hipotesis seperti yang ada dibawah ini :

H7 :Terdapat pengaruh signifikan *financial rewards* memediasi *groupthink* terhadap minat memilih pekerjaan pada generasi Z

