



## Persepsi Generasi Z terhadap Literasi Pengelolaan Keuangan pada Konten Instagram Reels @mentorkeuangan

Tri Cahyo Prakoso<sup>1\*</sup>, Ahmad Zamzamy<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email: [\\*17043010131@student.upnjatim.ac.id](mailto:*17043010131@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [ahmadzamzamy83@gmail.com](mailto:ahmadzamzamy83@gmail.com)<sup>2</sup>

### Informasi Artikel

Submitted: 25-09-2023  
Revised : 15- 10-2023  
Published : 31-10-2023

#### Keywords:

Generation Z;  
Instagram Reels;  
Financial  
Management Literacy

### Abstract

*This research explores Generation Z's perception of financial management literacy on Instagram Reels content @mentorkeuangan. This is related to Instagram Reels as a popular media among generation Z. Apart from that, the President of the Republic of Indonesia, Joko Widodo, is targeting the Financial Services Authority (OJK) to reach 90 percent financial inclusion by 2024. Mentor Keuangan is one of the content creators who shares financial literacy via Instagram Reels media. This research focuses on understanding and identifying how generation Z perceives financial management literacy on Instagram Reels @mentorkuangan. This research uses a perception analysis research method in the period 26 August to 30 October 2023. The results of the research show that the majority of generation Z have difficulty capturing the information or education conveyed by Mentor Keuangan. This happens because most generation Z consider Instagram Reels content to be too short so that the message conveyed by the Mentor Keuangan does not have a perception effect. Apart from that, Taufiq Ismail's presentation, as the content creator of Mentor Keuangan, was considered less convincing because his presentation was less than enthusiastic and not interesting to learn.*

### Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi tentang persepsi generasi Z terhadap literasi pengelolaan keuangan pada konten Instagram Reels @mentorkeuangan. Hal ini sehubungan dengan Instagram Reels sebagai media populer di kalangan generasi Z. Selain itu, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, menargetkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) inklusi keuangan sebesar 90 persen pada 2024. Mentor Keuangan merupakan salah satu konten kreator yang membagikan literasi keuangan melalui media Instagram Reels. Penelitian ini berfokus memahami dan mengidentifikasi bagaimana persepsi generasi Z terhadap literasi pengelolaan keuangan pada Instagram Reels @mentorkuangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis persepsi dalam kurun waktu 26 Agustus hingga 30 Oktober 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar generasi Z kesulitan untuk menangkap informasi atau edukasi yang disampaikan Mentor Keuangan. Hal tersebut terjadi karena kebanyakan generasi Z menilai konten Instagram Reels terlalu singkat sehingga pesan yang disampaikan Mentor Keuangan tidak menimbulkan efek persepsi. Selain itu, pembawaan dari Taufiq Ismail, selaku konten kreator Mentor Keuangan, dinilai kurang meyakinkan karena pembawaan yang kurang bergairah dan tidak menarik untuk dipelajari.

**Kata Kunci :** Persepsi Generasi Z, Instagram Reels, Literasi Pengelolaan Keuangan

### PENDAHULUAN

Marketeers, Instagram meraih Gold Winner pada kategori media sosial pilihan generasi Z, sedangkan TikTok meraih Silver Winner. Selain itu, YouTube sukses meraih Bronze Winner (Vedhyta, 2023). Instagram mempunyai beberapa fitur unggulan yang banyak diminati oleh generasi Z, salah satunya adalah Instagram Reels. Reels merupakan fitur baru di Instagram yang bertujuan untuk memperluas jangkauan akun (engagement) dan menjangkau pengikut dengan lebih efektif (RevoU, n.d.). Reels pada Instagram adalah video pendek berorientasi vertikal, berdurasi hingga 90 detik, yang dapat diedit, seperti menambahkan filter, efek, teks atau audio, sebelum diunggah ke

Instagram. Fitur Reels dari Instagram mengadaptasi dari fitur video pendek yang telah disediakan oleh TikTok. Kini sudah lebih dari setahun sejak diluncurkan, Instagram lebih banyak mempromosikan hasil video Reels di aplikasinya, terutama di halaman jelajahi dan tab Stories.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus berupaya mencapai tingkat literasi keuangan hingga 53 persen di akhir 2023. Kepala Eksekutif Pengawas Perilaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi dan Pelindungan Konsumen OJK, Friderica Widyasari Dewi, menuturkan, saat ini indeks literasi nasional sudah menyentuh angka 49 persen (Laras, 2023). Sementara itu, sejauh ini Presiden RI Joko Widodo menargetkan di tahun 2024 inklusi keuangan mencapai 90 persen. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pun optimis dapat memenuhi angka yang ditargetkan Presiden tersebut. Seperti diketahui, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang sudah dirilis secara resmi oleh OJK menunjukkan bahwa indeks literasi dan inklusi keuangan di Indonesia mengalami kenaikan menjadi 49,68 persen dan 85,10 persen. Meningkat dibandingkan dengan 2019 yang masing-masing sebesar 76,19 persen dan 38,03 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). OJK saat ini gencar memberikan edukasi keuangan kepada generasi muda, khususnya bagi anak-anak. Diharapkan tingkat literasi keuangan terhadap industri jasa keuangan terus meningkat dan anak-anak mulai membiasakan budaya menabung.

Generasi Z saat ini didominasi oleh usia angkatan pekerja, yakni di atas 15 tahun. Seiring berjalannya waktu, masalah finansial juga sedang dihadapi para generasi Z di Indonesia. Demi mencapai rasa aman finansial, banyak generasi Z yang menjalani lebih dari satu pekerjaan (Tirto.id, 2024). Generasi Z sering dicap sebagai generasi yang mengutamakan fleksibilitas dan suka lompat atau berpindah pekerjaan. Ada banyak faktor yang membuat generasi Z terjebak dalam budaya *hustling*. Budaya *hustling* adalah standard di masyarakat yang menganggap bahwa hanya bisa mencapai sukses kalau benar-benar mendedikasikan hidup untuk pekerjaan dan bekerja sekeras-kerasnya hingga menempatkan pekerjaan di atas segala-galanya (Kamsidah, 2023). Kondisi yang melatarbelakangi salah satunya adalah kesenjangan antara pendapatan dan kebutuhan hidup. Data rata-rata gaji oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tidak menunjukkan kenaikan gaji yang signifikan pada periode Februari 2021 hingga Februari 2022 (BPS, 2024).

Mentor Keuangan adalah salah satu akun Instagram yang membagikan konten Instagram Reels yang berisi tentang edukasi keuangan. Mentor Keuangan adalah Marketeers, Instagram meraih Gold Winner pada kategori media sosial pilihan generasi Z, sedangkan TikTok meraih Silver Winner. Selain itu, YouTube sukses meraih Bronze Winner (Vedhyta, 2023). Instagram mempunyai beberapa fitur unggulan yang banyak diminati oleh generasi Z, salah satunya adalah Instagram Reels. Reels merupakan fitur baru di Instagram yang bertujuan untuk memperluas jangkauan akun (engagement) dan menjangkau pengikut dengan lebih efektif (RevoU, n.d.). Reels pada Instagram adalah video pendek berorientasi vertikal, berdurasi hingga 90 detik, yang dapat diedit, seperti menambahkan filter, efek, teks atau audio, sebelum diunggah ke Instagram. Fitur Reels dari Instagram mengadaptasi dari fitur video pendek yang telah disediakan oleh TikTok. Kini sudah lebih dari setahun sejak diluncurkan, Instagram lebih banyak mempromosikan hasil video Reels di aplikasinya, terutama di halaman jelajahi dan tab Stories.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus berupaya mencapai tingkat literasi keuangan hingga 53 persen di akhir 2023. Kepala Eksekutif Pengawas Perilaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi dan Pelindungan Konsumen OJK, Friderica Widyasari Dewi,

menuturkan, saat ini indeks literasi nasional sudah menyentuh angka 49 persen (Laras, 2023). Sementara itu, sejauh ini Presiden RI Joko Widodo menargetkan di tahun 2024 inklusi keuangan mencapai 90 persen. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pun optimis dapat memenuhi angka yang ditargetkan Presiden tersebut. Seperti diketahui, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang sudah dirilis secara resmi oleh OJK menunjukkan bahwa indeks literasi dan inklusi keuangan di Indonesia mengalami kenaikan menjadi 49,68 persen dan 85,10 persen. Meningkat dibandingkan dengan 2019 yang masing-masing sebesar 76,19 persen dan 38,03 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). OJK saat ini gencar memberikan edukasi keuangan kepada generasi muda, khususnya bagi anak-anak. Diharapkan tingkat literasi keuangan terhadap industri jasa keuangan terus meningkat dan anak-anak mulai membiasakan budaya menabung.

Generasi Z saat ini didominasi oleh usia angkatan pekerja, yakni di atas 15 tahun. Seiring berjalannya waktu, masalah finansial juga sedang dihadapi para generasi Z di Indonesia. Demi mencapai rasa aman finansial, banyak generasi Z yang menjalani lebih dari satu pekerjaan (Tirto.id, 2024). Generasi Z sering dicap sebagai generasi yang mengutamakan fleksibilitas dan suka lompat atau berpindah pekerjaan. Ada banyak faktor yang membuat generasi Z terjebak dalam budaya *hustling*. Budaya *hustling* adalah standard di masyarakat yang menganggap bahwa hanya bisa mencapai sukses kalau benar-benar mendedikasikan hidup untuk pekerjaan dan bekerja sekeras-kerasnya hingga menempatkan pekerjaan di atas segala-galanya (Kamsidah, 2023). Kondisi yang melatarbelakangi salah satunya adalah kesenjangan antara pendapatan dan kebutuhan hidup. Data rata-rata gaji oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tidak menunjukkan kenaikan gaji yang signifikan pada periode Februari 2021 hingga Februari 2022 (BPS, 2024).

Mentor Keuangan adalah salah satu akun Instagram yang membagikan konten Instagram Reels yang berisi tentang edukasi keuangan. Mentor Keuangan adalah konsultan dan pakar di bidang keuangan. Taufiq Ismail merupakan pemateri sekaligus pakar yang menayangkan konten-kontennya dalam akun Instagram Mentor Keuangan. Banyak konten pada akun Instagram Mentor Keuangan yang menayangkan seputar keuangan dan finansial.

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam Persepsi Generasi Z terhadap Literasi Pengelolaan Keuangan pada Konten Instagram Reels @mentorkeuangan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis persepsi. Dalam pendekatan ini peneliti memahami bahwa penelitian ini bertujuan untuk dapat menganalisis bentuk komunikasi pemasaran secara tersistem, objektif terhadap pesan komunikasi pemasaran yang tampak. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang memiliki tujuan untuk dapat menjabarkan permasalahan sosial.

Subjek dalam penelitian ini adalah delapan informan generasi Z yang sedang bekerja atau mempunyai pemasukan keuangan dengan rincian empat laki-laki dan empat perempuan. Objek dalam penelitian ini adalah Konten Video Edukasi Pendek akun Mentor Keuangan periode Agustus hingga Oktober 2023 pada platform Instagram Reels.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Dengan menggunakan wawancara mendalam peneliti akan dapat mengajukan pertanyaan terbuka sehingga dapat memperoleh berbagai informasi yang

beragam. Dalam pelaksanaannya, peneliti mengumpulkan data yang diperoleh melalui dokumen unggahan akun Mentor Keuangan periode Agustus hingga Oktober 2023. Metode penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk memperoleh data yang lebih data yang mutlak serta mempermudah dalam pencatatan mengenai isi pesan komunikasi pada Instagram Reels Mentor Keuangan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis persepsi terhadap literasi pengelolaan keuangan. Menurut Bimo Walgito dalam (Bimo, 2004), persepsi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Penyerapan terhadap rangsangan atau objek dari luar individu. Rangsangan atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penlihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak.
- 2) Pengertian atau pemahaman, setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, diklasifikasi, dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman.

Penilaian atau evaluasi, setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti secara terpisah dan di waktu yang berbeda, serta sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk mendapatkan informasi yang rinci dari masing-masing informan terkait dengan Instagram sebagai platform menyampaikan materi literasi pengelolaan keuangan oleh Mentor Keuangan. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi Z terhadap literasi pengelolaan keuangan pada Instagram Reels @mentorkeuangan. Informan yang terlibat dalam wawancara dipilih sesuai kategori dan kebutuhan penelitian untuk mendapatkan hasil yang konkrit. Peneliti telah menentukan beberapa informan yaitu delapan informan dengan usia generasi Z (1997-2012) dengan rincian empat laki-laki, empat perempuan, sedang bekerja atau mempunyai pemasukan, dan pernah menonton konten Instagram Reels Mentor Keuangan.

### **Penyerapan**

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana individu menyerap dan memahami literasi keuangan melalui berbagai sumber, termasuk keluarga, sekolah, internet, dan konten Instagram Reels dari Mentor Keuangan. Delapan informan yang diwawancarai dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mereka telah memiliki pengetahuan dasar tentang literasi keuangan sebelum terpapar konten dari Mentor Keuangan. Informan memperoleh pengetahuan ini dari berbagai sumber, seperti keluarga yang mengajarkan cara mengelola uang, sekolah yang menyediakan pembelajaran literasi keuangan melalui kurikulum atau jurusan terkait, internet yang memberikan akses ke informasi keuangan, serta pengalaman di tempat kerja dan pendidikan lanjut.

Banyak informan menyebutkan metode pemisahan anggaran mereka sebagai bagian dari strategi pengelolaan keuangan, seperti membagi penghasilan untuk kebutuhan pokok, tabungan, dana darurat, dan sedekah. Contoh yang sering diadopsi

adalah metode 40:30:20:10 dan 50:30:10:10. Selain itu, hampir semua informan menekankan pentingnya menabung sebagai bagian dari strategi keuangan mereka. Beberapa informan juga mengakui bahwa mereka menyesuaikan strategi keuangan mereka sesuai dengan kondisi pribadi dan situasi yang berubah, menunjukkan adaptasi dan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan.

Konten dari Mentor Keuangan di Instagram Reels berperan sebagai penguat dan inspirasi tambahan bagi informan dalam menerapkan strategi keuangan yang telah mereka pelajari sebelumnya. Beberapa informan menyatakan bahwa konten ini membantu mereka memperkuat dan menerapkan pengetahuan keuangan yang sudah ada, serta memberikan motivasi dan inspirasi dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Hal ini menekankan pentingnya akses ke informasi keuangan yang beragam dan relevan untuk membantu individu mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif.

### **Pemahaman**

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana pemahaman individu terhadap konten literasi keuangan di Instagram Reels dari Mentor Keuangan berbeda-beda setelah mereka menonton dan memproses informasi tersebut. Delapan informan memberikan pendapat yang beragam mengenai kesulitan dan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan. Sebagian besar informan mengalami kesulitan dalam memahami pesan karena berbagai alasan, seperti tampilan video yang kurang menarik, cara penyampaian yang monoton, gambar yang tidak relevan dengan isi, durasi konten yang terlalu singkat, serta visual dan copywriting yang dianggap kaku. Mereka merasa bahwa penyampaian yang kurang menarik ini membuat mereka tidak tertarik untuk mengikuti video hingga selesai dan menganggap kontennya tidak berbobot.

Namun, ada dua informan yang mampu memahami dan menerima isi pesan dari konten tersebut. Mereka merasa bahwa materi yang disampaikan relevan dengan situasi mereka, seperti tips *frugal living* dan *self reward* yang berguna untuk kehidupan sehari-hari. Meskipun mereka juga mengakui bahwa penyampaian materi oleh Mentor Keuangan terlihat kaku, mereka tetap menemukan nilai dan manfaat dari konten yang disampaikan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap konten literasi keuangan di Instagram Reels sangat dipengaruhi oleh cara penyampaian dan penyajian visual. Konten yang menarik, jelas, dan relevan lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens, sementara konten yang kurang menarik cenderung diabaikan meskipun materinya bagus. Hal ini menekankan pentingnya strategi penyampaian yang efektif untuk memastikan bahwa pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

### **Penilaian**

Penelitian ini mengevaluasi penilaian individu terhadap konten Instagram Reels dari Mentor Keuangan setelah mereka memperoleh pemahaman dari konten tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memberikan penilaian yang kurang memuaskan terhadap konten tersebut. Kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan dikaitkan dengan tampilan visual dan gaya penyampaian yang dinilai kurang menarik dan tidak sesuai dengan preferensi mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya aspek visual dan metode penyampaian dalam mempengaruhi pemahaman dan penilaian audiens terhadap konten

literasi keuangan. Konten yang lebih dinamis, relevan, dan sesuai dengan preferensi visual generasi Z cenderung mendapatkan penilaian yang lebih positif dan lebih mudah dipahami oleh audiens.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan indikator persepsi, konten Instagram Reels Mentor Keuangan hanya memenuhi indikator penyerapan dan penilaian. Hal ini ditunjukkan dengan penyerapan sebagian besar generasi Z telah memberikan kesan bahwa konten Instagram Reels kurang menarik untuk menjadi media peningkatan literasi pengelolaan keuangan. Konten Instagram Reels Mentor Keuangan yang dinilai tidak menarik tidak menimbulkan pemahaman lebih lanjut tentang literasi pengelolaan keuangan oleh Mentor Keuangan. Dengan demikian munculah evaluasi dari sebagian generasi Z bahwa konten Instagram Reels Mentor Keuangan bukan media yang menarik untuk mempelajari literasi keuangan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada para informan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan wawasan dan pendapat yang sangat berharga. Umpan balik dan pengalaman Anda sangat penting dalam membantu peneliti memahami persepsi terhadap konten literasi keuangan di media sosial.

Peneliti juga ingin menyampaikan penghargaan kepada tim peneliti yang telah bekerja keras dalam merancang, mengumpulkan data, dan menganalisis hasil penelitian ini. Dedikasi dan ketelitian Anda memungkinkan tercapainya hasil penelitian yang komprehensif dan bermakna.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Mentor Keuangan yang kontennya menjadi objek studi dalam penelitian ini. Dukungan dan izin Mentor Keuangan sangat berharga dalam memfasilitasi penelitian ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan konten literasi keuangan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens, khususnya generasi Z.

## **REFERENCES**

- Ahdiat, A. (2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. In *Databoks*. Databoks.  
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara keseluruhan%2C We Are Social,9%25 dari total populasi nasional.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social,9%25%20dari%20total%20populasi%20nasional.)
- Bimo, W. (2004). Pengantar Psikologi Umum. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- BPS. (2024). *Rata-Rata Upah\_Gaji - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Indonesia*.
- Kamsidah. (2023). Hustle Culture, Budaya Gila Kerja yang Marak Terjadi Pada Generasi Muda. In *Djkn Kemenkeu*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15923/Hustle-Cultur-Budaya-Gila-Kerja-yang-Marak-Terjadi-Pada-Generasi-Muda.html>

- Laras, A. (2023). Strategi OJK Kejar Target Indeks Literasi Keuangan Akhir 2023. In *Finansial.Bisnis.Com*. Bisnis.com.  
<https://finansial.bisnis.com/read/20230725/563/1677984/strategi-ojk-kejar-target-indeks-literasi-keuangan-akhir-2023>
- Mbukut, A. (2024). *Media Sosial dan Orientasi Diri Generasi Muda Indonesia Ditinjau dari Pemikiran Yuval Noah Harari*. 7(1), 1–10.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *INDONESIA BIDIK INKLUSI KEUANGAN 90 PERSEN DI 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.
- RevoU. (n.d.). Apa itu Ubuntu? Pengertian dan contoh 2024 | RevoU. In *Https://Revou.Co/Kosakata/Ubuntu*. <https://revou.co/kosakata/ubuntu>
- Tirto.id. (2024). *Melawan Nasib dengan Kerja Sampingan* (p. 5). Tirto.id.
- Turner, A. (2018). Generation Z : Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Vedhyta, M. (2023). Top Tiga Social Media Pilihan Para Gen Z Tahun 2023. In *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/top-tiga-social-media-pilihan-para-gen-z-tahun-2023/>