

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI EDUKASI KEUANGAN
DI INSTAGRAM TERHADAP LITERASI KEUANGAN GENERASI Z**

(Studi korelasional pada pengikut akun @pritaghozie)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)



Oleh:

Cici Aprianti

1902154

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI EDUKASI KEUANGAN
DI INSTAGRAM TERHADAP LITERASI KEUANGAN GENERASI Z
(Studi Korelasional pada Pengikut Akun Instagram @pritaghozie)**

oleh

Cici Aprianti

1902154

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP. 19850717 201404 1 001

Pembimbing II

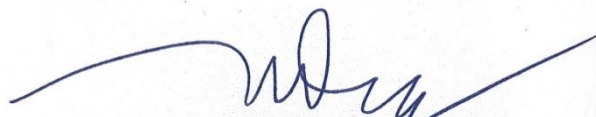


Dra. Yani Kusmarni, M.Pd.

NIP. 19660113 199001 2 002

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP. 19850717 201404 1 001

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI EDUKASI KEUANGAN
DI INSTAGRAM TERHADAP LITERASI KEUANGAN GENERASI Z**

(Studi korelasional pada pengikut akun @pritaghozie)

Oleh

Cici Aprianti

NIM. 1902154

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Cici Aprianti

Universitas Pendidikan Indonesia

2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotocopy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di Instagram terhadap Literasi Keuangan Generasi Z (studi korelasional pada pengikut akun instagram @pritaghozie)” beserta seluruh isinya merupakan benar-benar karya saya. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

 Cici Aprianti
1902154

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di Instagram terhadap Literasi Keuangan Generasi Z (Studi korelasional pada pengikut akun instagram @pritaghozie)”.

Secara keseluruhan, skripsi ini mencakup lima bab diantaranya, Bab I menjelaskan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Bab II menjabarkan kajian teori yang sesuai dengan topik penelitian. Bab III menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, sampel dan populasi penelitian, teknik pengumpulan data, pengujian instrumen serta teknik analisis data. Kemudian, pada Bab IV menjelaskan hasil pengolahan data dan pembahasan. Terakhir Bab V memberikan kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan peneliti. Maka dari itu, saya selaku peneliti memohon maaf apabila skripsi ini belum sesuai harapan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Bandung, Agustus 2023

Peneliti

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi. Dalam melaksanakan dan menyusun penelitian skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Agus Mulyana M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS).
3. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si. selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Dra. Yani Kusmarni, M.Pd. selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mendidik serta memberikan ilmu selama di perkuliahan.
6. Staf Prodi Ilmu Komunikasi dan staf Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan pelayanan sebaik-baiknya.
7. Orang tua tercinta, Bapak dan Mamah yang selalu mendoakan peneliti dan memberikan dorongan semangat yang luar biasa. Serta memberikan kasih sayang baik moril maupun materil. Semoga Bapak dan Mamah selalu dalam lindungan Allah SWT, diberi kesehatan dan panjang umur, agar dapat melihat anak-anaknya menjadi orang sukses baik dunia maupun akhirat. Aamiin.

8. Seluruh keluarga, saudara-saudara terima kasih atas segala do'a dan dukungannya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rezeki dan kasih sayangnya kepada kita semua.
9. Teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menemani dalam penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Ilmu komunikasi angkatan 2019, khususnya teman-teman Jurnalistik 2019, terima kasih telah memberikan kenangan dan cerita yang berkesan selama masa perkuliahan. Semoga silaturahmi kita masih bisa terjaga.
11. Terima kasih pada diri sendiri, karena telah mampu bertahan dan berjuang hingga akhir dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga apa yang menjadi perjuangan saat ini dapat bermanfaat di masa yang akan datang.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas kebaikannya. Semoga Allah SWT membalas kebaikannya dan semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

Pengaruh Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di Instagram Terhadap Literasi Keuangan Generasi Z

(Studi Korelasional pada Pengikut Akun Instagram @pritaghozie)

Cici Aprianti, Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, Yani Kusmarni

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena literasi keuangan di Indonesia tergolong rendah. Merujuk pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019, bahwa indeks literasi keuangan Indonesia lebih rendah sebesar 38,03% dibandingkan tingkat inklusi keuangan yang mencapai angka 76,19%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mempunyai keterampilan yang memadai dalam mengakses produk atau layanan keuangan, namun belum memahami secara menyeluruh layanan keuangan yang digunakan. Kemampuan literasi keuangan menjadi sangat penting untuk ditingkatkan guna mencegah kerugian keuangan atau hal-hal yang tidak diinginkan. Salah satunya dengan edukasi keuangan untuk masyarakat. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh terpaan informasi edukasi keuangan di akun instagram @pritaghozie terhadap literasi keuangan generasi Z dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Adapun pendekatan pada penelitian ini yakni kuantitatif dan metode korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada 348 responden yang telah sesuai dengan perhitungan dan kriteria sampel yang dilakukan secara *purposive random sampling*. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis data dengan teknik analisis regresi pada variabel independen (X) terpaan informasi edukasi keuangan mencakup indikator frekuensi, durasi, dan atensi. Sementara, variabel dependen (Y) literasi keuangan meliputi indikator pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, keyakinan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara terpaan informasi edukasi keuangan (X) terhadap literasi keuangan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai regresi sebesar 0,433 atau 43,3%.

Kata kunci: Edukasi keuangan, Instagram, Literasi Keuangan, Terpaan Informasi

**The Effect of Exposure to Financial Education Information on Instagram on
The Financial Literacy of Generation Z**

(Correlational Study on Instagram Account Followers @pritaghozie)

Cici Aprianti, Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, Yani Kusmarni

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRACT

This research was conducted because financial literacy in Indonesia is low. Referring to the 2019 National Survey on Financial Literacy and Inclusion (SNLIK), Indonesia's financial literacy index is lower at 38.03% compared to the financial inclusion rate of 76.19%. This shows that Indonesians have adequate skills in accessing financial products or services, but do not fully understand the financial services used. The ability of financial literacy is very important to be improved to prevent financial losses or unwanted things. One of them is with financial education for the community. The purpose of this study is to determine the effect of exposure to financial education information on the @pritaghozie Instagram account on the financial literacy of generation Z using the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory. The approach in this research is quantitative and correlational method. Data collection was carried out by distributing questionnaires online to 348 respondents who were in accordance with the calculation and sample criteria carried out by purposive random sampling. After the data is collected, data analysis is carried out using regression analysis techniques on the independent variable (X) exposure to financial education information including indicators of frequency, duration, and attention. Meanwhile, the dependent variable (Y) financial literacy includes indicators of financial knowledge, financial skills, financial beliefs, financial attitudes, and financial behavior. The results showed that there was a simultaneous influence between exposure to financial education information (X) on financial literacy (Y). This is indicated by a regression value of 0.433 or 43.3%.

Keywords: *Financial education, Instagram, Financial Literacy, Information Exposure*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	vx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Segi Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Segi Praktis.....	10
1.4.3. Manfaat Segi Kebijakan	11
1.4.4. Manfaat Segi Isu dan Aksi Sosial	11
1.5. Struktur Organisasi Skripsi.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Terpaan Media	13
2.1.1. Media Sosial.....	14
2.2. Informasi Edukasi Keuangan di Media Sosial	17
2.3. Instagram sebagai media edukasi keuangan	18
2.4. Literasi Keuangan	22
2.5. Teori <i>Stimulus Organism Response</i> (S-O-R).....	24
2.6. Penelitian Terdahulu	27
2.7. Kerangka Berpikir	34
2.8. Paradigma Penelitian	36
2.9. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Desain Penelitian.....	38
3.2. Partisipan.....	38
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.3.1. Populasi Penelitian	39
3.3.2. Sampel Penelitian	39
3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	42
3.4.1. Kuesioner (angket)	42
3.4.2. Studi Kepustakaan.....	42
3.4.3. Skala Pengukuran	43
3.5. Operasional Variabel	43
3.6. Pengujian Instrumen Penelitian	47
3.6.1. Uji Validitas	47
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	50
3.7. Prosedur Penelitian.....	52
3.8. Teknik Analisis Data	53
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	53
3.9. Uji Asumsi Klasik	54
3.9.1. Uji Normalitas	54
3.9.2. Uji Multikolinearitas	54
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas	55
3.10. Uji Hipotesis	55
3.10.1. Uji Korelasi	56
3.10.2. Analisis Regresi Linear Berganda	56
3.10.3. Uji Kelayakan Model	57
3.10.4. Pengujian Hipotesis	57
3.10.5. Uji Koefisien Determinasi	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	59
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	59
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2. Analisis Deskripsi Tanggapan Responden.....	62
4.2.1. Deskripsi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di Akun @pritaghozie ..	63

4.2.2. Deskripsi Frekuensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di Akun @pritaghozie	65
4.2.3. Deskripsi Durasi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di akun instagram @pritaghozie	66
4.2.4. Deskripsi Atensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan di Akun @pritaghozie	68
4.2.5. Deskripsi Literasi Keuangan.....	70
4.3. Uji Asumsi Klasik	71
4.3.1. Uji Normalitas	71
4.3.2. Uji Multikolinieritas	72
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	3
4.4. Uji Hipotesis	75
4.4.1. Uji Korelasi	75
4.4.2. Uji Regresi Linear Berganda	77
4.4.3. Uji Kelayakan Model	79
4.4.4. Pengujian Hipotesis	80
4.4.5. Uji Koefisien Determinasi	81
4.5. Pembahasan.....	81
4.5.1. Pembahasan Frekuensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan terhadap Literasi Keuangan Pengikut Akun Instagram @pritaghozie	82
4.5.2. Pembahasan Durasi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan terhadap Literasi Keuangan Pengikut Akun Instagram @pritaghozie	84
4.5.3. Pembahasan Atensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan terhadap Literasi Keuangan Pengikut Akun Instagram @pritaghozie	85
4.5.4. Pembahasan Terpaan Informasi Edukasi Keuangan terhadap Literasi Keuangan Pengikut Akun Instagram @pritaghozie	87
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	91
5.1. Simpulan	91
5.2. Implikasi	91
5.2.1. Implikasi Teoritis	92
5.2.2. Implikasi Praktis	92
5.3. Rekomendasi	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	43
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi	62
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	63
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan	64
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Frekuensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	65
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi pada Frekuensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	66
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Durasi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	67
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Durasi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	67
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Atensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	68
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Atensi Terpaan Informasi Edukasi Keuangan (n=348)	69
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Literasi Keuangan (n=348).....	70
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan (n=348).....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.18 Uji Korelasi (n=348)	75
Tabel 4.19 Kategori Tingkat Korelasi.....	76

Tabel 4.20 Ringkasan Hasil Uji Regresi Linear Berganda (n-348)	77
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Pengguna Instagram di Dunia (Januari, 2023)	19
Gambar 2.2 Tangkapan Layar Unggahan Instagram @pritaghozie.....	21
Gambar 2.3 Tangkapan Layar Postingan Edukasi Keuangan	21
Gambar 2.4 Model Komuniaksi S-O-R	25
Gambar 2.5 Kerangka Berpikir	35
Gambar 2.6 Paradigma Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Tabel Sampling Issac dan Michael.....	41
Gambar 4.1 Uji Normalitas	72
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	110
Lampiran 3 Data Responden	124
Lampiran 4 Tanggapan Responden	131
Lampiran 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	143
Lampiran 6 Analisa Deskriptif Tanggapan Responden	144
Lampiran 7 Hasil Olahan Data	149
Lampiran 8 Hasil Turnitin	153

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, dan Abdulquadri, N. (2018). New Media and dolescents' Sexual Behaviour in Sub-Sahara Africa: Linking Theories to Realities.8 (4) ,1-11. doi:10.1177/2158244018804606.
- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian Kuantitatif Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Agiesta F (2019). *Kasus Fintech di Solo, Wanita 'Dijual' via Whatsapp Demi Bayar Utang*. [Online]. Diakses di <https://www.merdeka.com/peristiwa/kasus-fintech-di-solo-wanita-dijual-via-whatsapp-demi-bayar-utang.html>.
- Akrimi dan Khemakhem, R. (2012). What Drive Consumer to Spread the World in Social Media?. *Journal of Marketing Research and Case Studies*.
- Angelina, A. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika terhadap Literasi Finansial Generasi Z di Surabaya*. (Skripsi). Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Banyumurti, I. (2018). *Media Sosial*. Jakarta: Banyumurti.net.
- Brown D and Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK: Elsevier Ltd.
- Budhi, K dan Pratiwi, A. (2021). Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @RintikSedu Terhadap Minat Mendengarkan Podcast Rintik Sendu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 79-78.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Creswell, J. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dewi, I (2022). *Awas! Ini 3 Risiko Besar Jika Tak Bayar Pinjaman Online*. [Online]. Diakses di <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220627064048-37-350519/awas-ini-3-risiko-besar-jika-tak-bayar-pinjaman-online>.
- Dihni, V (2021). *Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z di Dunia*. [Online]. Diakses di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/14/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z-di-dunia>.

- Effendy, O. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cetakan 19*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy O. (2000). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, I (2009). *Desain Penelitian*. Malang: Universitas Islam Negeri.
- Firdausi, Z. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Youtube Satu Persen-Indonesian Life School Terhadap Literasi Kesehatan Mental Generasi Z di Kecamatan Jambangan Kota Surabaya*. (Skripsi). Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Fisher, A.B. (2002). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remja Rosdakarya.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Jurnal* 5(4). <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>.
- Fitriyani, N dkk. (2013). Hubungan antara Kinformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12 (1), 55-68).
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Greidina dan Kamalipour. (2016). *Communication Through The Universe*. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Gujarati, D. (2004). *Ekonometrika Dasar. Sumarno Zain Penerjemah*. Jakarta: Erlangga.
- Hariyanti, N dan Wirapraja A (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Journal of Bisnis dan Manajemen* 15(1), 133-146.
- Hermawanti F, dkk (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap Persepsi Profesi Pramugari. *Jurnal Hubungan Masyarakat* 7(1). doi: <http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.27198>.
- Hu, Y, et al. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *In Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM*. 595-598. Doi:10.1609/icwsm.v8i1.14578.
- Husaini. (2003). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iriantara, Y. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Jayani, D. (2021). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. [Online]. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>.
- Joshi, A., dkk (2015). *Likert Scale: Explored and Explained*. 7(4), 396-403. <https://doi.org/10/9734/BJAST/2015/14975>.
- Kaplan, A. dan Haenlei, M. (2010). *User of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Bussiness Horizons.
- Karaa dan Kugu. (2016). Determining Advanced and Basic Financial Literacy Relations and Overconfidence, and Informative Social Media Association of University Students in Turkey. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 16, 1865–1891. Doi: 10.12738/estp.2016.6.0415.
- Kaya, et al. (2020). *Putting Social Media and Networking Data in Practice for Education, Planning, Prediction, and Recommendation*. Singapore: Springer.
- Kern, R. (2000). *Literacy and Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Khairunnisa (2022). *Paylater Bikin Anak Muda Indonesia Terlilit Utang*. [Online]. Diakses dari <https://economy.okezone.com/read/2022/12/30/320/2736946/paylater-bikin-anak-muda-indonesia-terlilit-utang>.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5). 1002. Doi: <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.380>.
- Kriyantono, R (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lesilolo, H.J. (2018). *Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura dalam Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Ambon
- Lestari, E., dkk (2017). Perilaku Konsumtif di kalangan remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. 2(2), 1-6.
- Lintner, G. (1998). Behavioral Finance: Why Investors Make Bad Decisions. *The Planner*, 1-8.
- Loibl C dan Hira, T (2005). Self directed financial learning and financial satisfaction. *Financial Counseling and Planing*, 16, 11-21.
- Lusardi, A. (2008). Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy Information, and Financial Education Programs. *National Bureau of Economis Research Working Paper.lusa*

- Luthfillah, F. (2021). *Pengaruh Terpaan Tayangan Informasi Politik di Youtube Terhadap Kesadaran Politik Pemilih Pemula*. (Skripsi). Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Mandell, L (2008). *Financial Literacy of High Scholl Students*. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of Consumer Finance Research* New York, NY: Springer.
- Mardiansyah, D (2023). *Pengguna Paylater Didominasi Gen Z, Bagaimana Kemampuan Bayarnya?*. [Online]. Diakses di <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-paylater-didominasi-gen-z-bagaimana-kemampuan-bayarnya-1>
- Margaretha, F dan Pambudhi (2015). Tingkat Literasi Keuangn di Kalangan Mahasiswa STIE Musi. *Jurnal Economia* 9(2).
- Mc Quail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Monticone, C. (2010). How Much Does Wealth Matter in the Acquisition of Financial Literacy?. *Journal of Consumer Affairs, Summer* 44.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media sosial. *Jurnal Siosioteknologi*, 17(2), 271. Doi: 10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9.
- Nasution. (2009). *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurmalasari, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun @zap_Finance Terhadap Literasi Keuangan Pengikutnya*. (Skripsi). Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar-dasar Statistika Penelitian*. Yogyakarta. Sibuku Media.
- Organization for Economic Co-operation and Development, (2016). *PISA 2015 Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic and Financial Literacy*. [Online]. Diakses dari <https://www.oecd.org/education/pisa-2015-assessment-and-analytical-framework-9789264281820-en.htm>.
- Organization for Economic Cooperation and Development . (2016). *PISA 2015 Result in Focus*. [Online]. Diakses di <https://www.oecd.org/pisa/PISA2015-Indonesia.pdf>.

- Otoritas Jasa Keuangan (2013). *Literasi Keuangan*. [Online]. Diakses di <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan (2023). *Mengapa Gen Z dan Generasi Milenial Cenderung Lebih Suka Berutang?*. [Online]. Diakses dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40800>.
- Pittman dan Reich, B. (2016). Social Media and Loneliness: Why an Instagram Picture May be Worth More Than a Thousand twitter Words. *Computers in Human Behavior*, 6(2). 155-167.
- Powers, dkk. (2012). Digital and Social media in The Purchase Decision Process. *Journal of Advertising Research*.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Komunikasi*. 8 (1). Doi: <http://dx.doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Pusparisa, Y. (2021). Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z. [online]. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>.
- Putra dan Astina. (2019). Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2). <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.42>.
- Putri, R.U. (2021). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan Tingkat Kemampuan Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax Covid-19*. (Skripsi). Fakultas Komunikasi dan Diploma. Universitas Pertamina.
- Rakhmat J (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Remund, D.L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*. 44(2): 276-295. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>.
- Reveley, J. (2013). The Exploitative Web: Misuses of Marx in Critical Social Media Studies. *Journal Science and Society* 4: 512-535.
- Riduwan dan Sunarto. (2007). Pengantar Statistika. Bandung: CV Alfabeta.
- Riski T dan Sulistianingsih H (2020). Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Perilaku Keuangan Mahasiswa di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1).
- Rita dan Kusumawati, R. (2010). Pengaruh Variabel Sosiodemografi dan Karakteristik Finansial terhadap Sikap, Norma, Subjektif, dan Kontrol

- Perilaku Menggunakan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2).
- Rizki, M (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2).
- Romdhoni, A. (2013). *Al-Qur'an dan Literasi*. Depok: Literatur Nusantara.
- Rosariana, B. (2021). *Generasi Milenial dan Generasi Kolonial*. [Online]. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html#:~:text=Adapun%20Gen%20Z%2C%20merupakan%20generasi,b erusia%2040%2D55%20tahun>).
- Sadya S. (2023). *Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023*. [Online]. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>.
- Safitri L dan Dewa, C (2022). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5(2), 65-73. doi : 10.24269/asset.v5i2.6030.
- Sakti, B dan Yulianti, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Interaksi Online* 6(4), 490-501.
- Saladin, S, dkk (2020). Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 20(1), 23-37. doi: <https://doi.org/10.30596/jrab.v20i1.4757>
- Sari, D. (2019). Sosialisasi dan Edukasi Literasi Keuangan Untuk Warga Aisyiyah Kabupaten Sukoharjo Guna Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Remaja dan Anak-anak. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian*, 2(2). doi <http://dx.doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2694>.
- Sari, D dan Basit, A (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *Journal of Communication* 3(1), 23-26. DOI: <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>.
- Setiawan, C. dan Soemitra, A. (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Depok: Rajawali Pers.
- Singarimbun. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta. LP3ES.
- Siregar, S. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soetiono, K dan Setiawan, C (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Depok: Rejawali Pers.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Usman H, dan Akbar P. (2006). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau* 4(2).
- Vania, H (2022). *Media Sosial Salah Satu Sumber Utama Mendapatkan Informasi*. [Online]. Diakses di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/media-sosial-salah-satu-sumber-utama-mendapatkan-informasi>.
- Wardani D, dkk (2022). The Effect of Social Media Use On students Financial Management Behavior With Self Control As A Moderating Variable. *Jurnal Ilmu Manajemen* 6(1). Doi: <https://doi.org/10.26618/profitability.v6i1.6963>.
- Widyatama, R. (2009). *Buku Pengantar Periklanan Cetakan 6*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Xiao, et al. (2021). Who Consumes New Media Content More Wisely? Examining Personality Factors, SNS Use, and New Media Literasi in the Era of Misinformation. *Journal Social Media and Society* (1-12). doi: [10.1177/2056305121990635](https://doi.org/10.1177/2056305121990635)
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.