

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

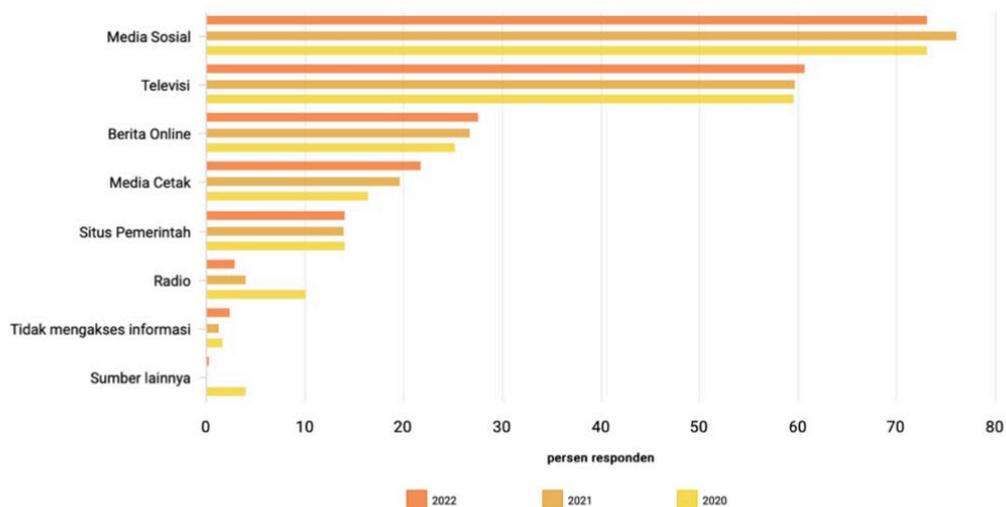
Internet telah menjadi komponen penting dalam kegiatan masyarakat sehari-hari. Adanya perkembangan teknologi saat ini, internet menjadi tempat untuk mengetahui berita dari berbagai jenis informasi yang ada. Menurut Sutabri (2005, hlm. 16), informasi yang didapat ini berawal dari sebuah data yang nantinya dapat diolah menjadi sebuah informasi yang valid. Dapat disimpulkan bahwa informasi ini berisikan berbagai macam jenis data yang nantinya dapat diolah dan berasal dari saluran komunikasi.

Kemunculan teknologi seperti internet memberikan akses bagi masyarakat untuk berinteraksi dan mencari informasi dalam dunia yang tidak terbatas. Dunia tidak terbatas yang ada dalam internet dapat disebut juga dengan dunia maya atau *cyberspace* (Gani, 2020, hlm. 68). Dengan adanya internet ini menunjang kebutuhan informasi di banyak bidang, dan peranannya menjadi penting untuk mendapatkan berbagai kebutuhan terutama media publikasi dan komunikasi.

Banyaknya kemudahan dalam mendapatkan informasi ini, manusia akan selalu dan tidak dapat dipisahkan untuk selalu membutuhkan informasi. Seperti yang disampaikan oleh Naumer (2017, hlm. 2457), bahwa kebutuhan informasi ini merupakan titik awal dari motivasi yang membawa pengguna untuk terlibat dalam proses pencarian informasi. Hal ini membuat informasi sudah menjadi hal pokok bagi masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan karena internet mudah diakses bagi siapapun yang menggunakannya.

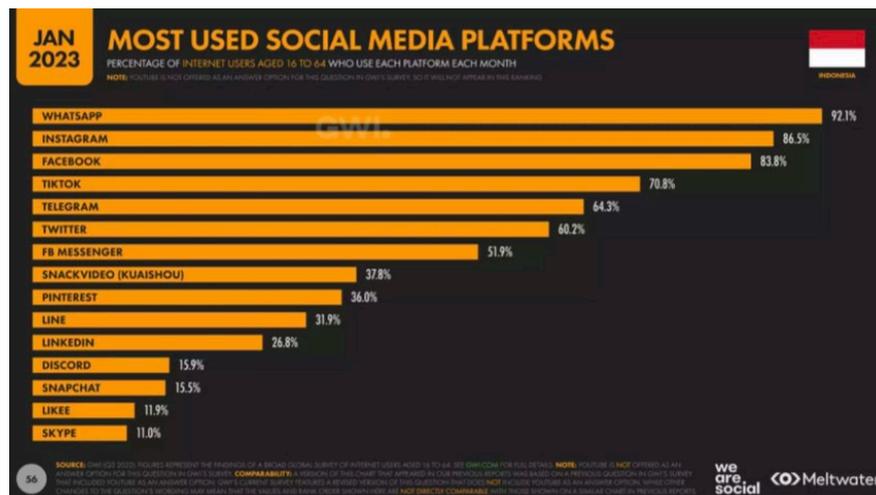
Dilansir dari databoks yang merupakan salah satu portal yang menyajikan data statistik ekonomi dan bisnis, bahwa di Indonesia sosial media digunakan sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat banyak (Annur, 2023). Data di bawah menunjukkan bukti bahwa media sosial digunakan sebagai sumber utama bagi masyarakat Indonesia, yaitu sebanyak 72,6% responden pada 2022. Sedangkan, televisi dan situs berita *online* merupakan

sumber informasi pilihan kedua dan ketiga, dengan persentase televisi sebesar 60% dan situs berita *online* sebesar 27,5% pada tahun 2022.



Gambar 1. 1 Sumber utama informasi bagi masyarakat di Indonesia melalui Databoks

Media sosial merupakan sistem informasi yang dibangun di atas seperangkat internet, teknologi komunikasi dan komputasi (Wolf, dkk., 2018, hlm. 4). Di era teknologi informasi yang semakin berkembang ini, dapat kita ketahui bahwa media sosial adalah platform yang paling sering diakses. Menurut Evans (2008, hlm. 33), media sosial menggunakan konsep orang yang mengakses dapat secara terus menerus terhubung dengan suatu informasi. Dengan demikian, ketika menggunakan media sosial kita bisa mengakses berbagai informasi yang sesuai dengan keinginan.



Gambar 1. 2 Media sosial yang sering diakses

Berdasarkan data di atas, dilansir dari datareportal.com bahwa saat ini media sosial platform yang sering diakses yaitu Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok, dan sebagainya. Salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak diakses dari tada tersebut adalah Instagram setelah Whatsapp dengan tingkat persentase sebanyak 86,5%. Hal ini terbukti dengan data dari dataindonesia.id (2023), dikatakan bahwa Indonesia memiliki 97,17 pengguna instagram dalam kurun waktu 2022. Menurut Prihatiningsih (2017, hlm. 52), Instagram menjadi salah satu media populer yang berbentuk sebuah aplikasi untuk berbagi informasi melalui audio dan visual, serta membagikannya ke berbagai jejaring sosial.

Kepopuleran Instagram dikarenakan banyaknya fitur yang hadir dan mendukung penggunaannya untuk dapat berbagi momen kepada pengguna lainnya dengan format audio dan visual sehingga dianggap mampu untuk mempermudah jaringan sosial penggunaannya. Menurut Erarslan (2019, hlm. 56), Instagram menambahkan sejumlah fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk membagikan cerita, teks, dan juga video dalam durasi yang beragam. Hal tersebut menjadi alasan yang membuat Instagram menjadi kesukaan bagi para penggunaannya untuk mencari informasi.

Setiap individu pasti tidak lepas dari kebutuhannya akan informasi. Kebutuhan informasi ini pun adalah hal yang pastinya

Amelia Putri, 2024

PERAN LITERASI FINANSIAL DALAM MEMEDIASI PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI TERHADAP PERILAKU FINANSIAL GENERASI Z (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @feliciaputritjiasaka)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dibutuhkan oleh setiap individu yang dapat melengkapi wawasan terhadap suatu hal. Informasi adalah catatan mengenai fenomena yang dapat diamati, serta putusan-putusan yang telah diambil oleh setiap individu atau suatu kelompok tertentu (Yusup, 2010, hlm. 1). Namun demikian, kebutuhan informasi setiap individu berbeda, dan setiap orang memiliki cara khusus untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Dalam memenuhi kebutuhan informasi ini, ada proses yang dilalui agar informasi yang didapatkan bersifat akurat, yaitu dengan mendatangi sumber- sumber informasi. Menurut Musyifah dan Christiani (2020, hlm. 429), penggunaan sumber daya informasi secara tidak langsung membuat individu merasa ketergantungan pada informasi yang telah dikonsumsi. Hal ini disebabkan karena penggunaan sumber daya informasi didasari motif individu dalam memenuhi kebutuhan pribadinya. Keadaan ini menyebabkan individu mempunyai persepsi bahwa media tersebut adalah sumber utama dalam mencari informasi.

Masyarakat umum sekarang bisa mendapatkan informasi apa saja di Instagram, terutama mengenai finansial. Berdasarkan data yang dilansir dari databoks.katadata.co.id, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia berada di angka 38,03% berdasarkan paparan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Kusnandar, 2022). Tingkat literasi keuangan yang mencapai tingkat 38,03% masih sangat tergolong rendah. Data tersebut menunjukkan hanya 38 orang dari 100 orang yang memiliki pengetahuan mengenai produk jasa keuangan dan lembaga keuangan dengan baik. Selain dari itu merupakan bagian masyarakat yang belum memiliki literasi keuangan yang memadai. Hal tersebut dapat diperbaiki melalui kemajuan teknologi yang mempermudah pencarian informasi sesuai kebutuhan.

Informasi dan edukasi finansial menjadi urgensi untuk dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat, khususnya oleh generasi Z. Berdasarkan Survei dari Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019, dibandingkan inklusi keuangan dengan sebesar 76,19%, indeks literasi keuangan generasi Z sebesar 38,03% lebih rendah. Dengan kata lain, akses dan kemampuan generasi Z terhadap layanan keuangan tidak

sebanding dengan pemahaman mereka dalam literasi keuangan. Keadaan tersebut menunjukkan tingkat literasi keuangan generasi Z masih tergolong rendah dibandingkan generasi lainnya.

Kemajuan teknologi saat ini mempermudah dalam melakukan aktivitas secara digital bagi generasi Z. Pinjaman *online* atau biasa disingkat *pinjol* merupakan salah satu bentuk aksesnya. Berdasarkan data yang dipaparkan Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pengguna berusia 19-24 tahun dengan presentase 60% menggunakan *pinjol* tidak didasari atas pemenuhan kebutuhan primer. Pinjaman tersebut banyak diperuntukan untuk kebutuhan tersier seperti membeli gadget, pakaian *branded*, bahkan tiket konser. Keadaan ini menjadikan generasi Z sebagai salah satu generasi dengan kepemilikan utang yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi-generasi yang lain berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023.

Kurangnya literasi finansial merupakan salah satu alasan bagi generasi Z untuk berutang, kesulitan menabung atau berinvestasi (OJK, 2023). Kurangnya manajemen dalam perencanaan keuangan dapat membuat individu tidak bisa mengelola keuangannya dengan baik. Maka dari itu, dibutuhkan literasi keuangan yang baik agar dapat menjaga dan mengelola kondisi keuangan agar tetap terjaga dan stabil. Hal ini pun disebutkan oleh Remund (2010), bahwa kemampuan seseorang menentukan keputusan keuangannya dalam jangka panjang merupakan perwujudan dari literasi keuangan.

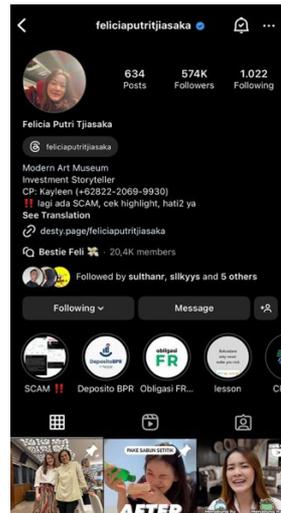
Faktor generasi Z berutang yaitu karena generasi Z merupakan generasi yang konsumtif sehingga kurang mampu mengatur pendapatan yang mereka terima (OJK, 2023). Perilaku konsumtif ini akan berpengaruh terhadap ketidakmampuan seseorang dalam mengelola keuangannya sehingga keputusannya akan cenderung tidak bijak dan tidak memiliki tujuan dalam menggunakan uangnya. Masalahnya barang yang dibeli karena perilaku konsumtif cenderung tidak terpakai dan tidak terlalu penting, biasanya hanya digunakan untuk menunjukkan *personal branding*

yang mewah dan terkesan memiliki citra yang baik (Harahap, dkk., 2023, hlm. 184).

Faktor selanjutnya yakni karena adanya kemudahan untuk mengakses pinjaman atau *paylater* (OJK, 2023). Saat ini, pinjaman dapat dilakukan secara mudah dibandingkan pinjaman saat dulu yang memerlukan banyak syarat. Selain itu juga, terdapat inovasi metode pembayaran *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang lebih dikenal dengan *paylater*. Menurut Paramitha (2022, hlm. 837), *PayLater* merupakan suatu metode cicilan dalam proses pembayaran suatu transaksi secara online dengan tempo waktu dan bunga cicilan yang ditentukan oleh masing-masing *platform*.

Faktor lainnya yaitu kurangnya literasi keuangan yang menjadi salah satu alasan individu dalam berutang (OJK, 2023). Literasi finansial merupakan kemampuan atau tingkat pemahaman atau pengetahuan yang dimiliki setiap individu tentang bagaimana uang bekerja (Arianti, 2021, hlm. 1). Maka dari itu, sangatlah penting bagi setiap individu di kalangan masyarakat untuk memiliki literasi finansial yang baik, khususnya generasi Z yang merupakan *native digital*.

Banyak informasi yang terdapat di media sosial mengenai finansial dapat dijadikan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan akan informasi oleh generasi Z. Manfaat media sosial tersebut merupakan apa yang Felicia Putri Tjiasaka lakukan saat ini dengan platform media sosialnya yang menyajikan banyak konten edukasi. Dari banyaknya platform media sosial, instagram menjadi salah satu platform yang digunakan Felicia Putri Tjiasaka dalam menyajikan konten melalui akun *@feliciaputritjiasaka*. Kemampuan instagram yang multifungsi untuk berbagi foto, video, serta pesan menjadi salah satu kelebihan yang diminati pengguna (Fitriani, 2021). Hal tersebut dibuktikan dengan data yang dilansir dari *dataindonesia.id* (2023), dikatakan bahwa Indonesia memiliki 97,17 pengguna instagram dalam kurun waktu 2022.



Gambar 1. 3 Profil akun Instagram Felicia Putri Tjasaka

Dalam akun instagramnya, Felicia berfokus pada penyajian konten edukasi berbasis finansial. Konten-konten yang ada pada akun instagram @feliciaputritjasaka dapat menjadi sarana pembelajaran mengenai finansial. Mengingat media sosial saat ini sudah semakin mudah diakses, peningkatan sumber daya melalui edukasi menjadi suatu urgensi (Supriadi, 2016). Maka dari itu, penelitian ini berfokus menganalisis lebih dalam bagaimana generasi Z memenuhi kebutuhan informasi mereka terkait keuangan, bagaimana literasi finansial mereka mempengaruhi perilaku finansial mereka.

Perilaku finansial yang dimiliki generasi Z sangatlah berpengaruh pada kehidupan mereka. Winata dan Pamungkas (2021, hlm. 521) menjelaskan bahwa perilaku finansial dapat didefinisikan sebagai perilaku setiap individu yang relevan dengan pengelolaan uang. Individu yang memiliki perilaku keuangan rendah akan membawa dampak buruk terhadap kehidupannya. Perilaku seseorang dalam keputusannya dalam hal keuangan mempengaruhi baik dan buruk kehidupan masa depannya (Suwatno, dkk., 2019, hlm. 88). Seperti yang dikatakan oleh Yulianti dan Silvy (2013, hlm. 60), individu dengan pengelolaan keuangan yang baik akan terhindar dari keinginan yang tidak terkontrol. Masalah keuangan seringkali muncul pada seseorang dengan pengelolaan keuangan yang

Amelia Putri, 2024

PERAN LITERASI FINANSIAL DALAM MEMEDIASI PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI TERHADAP PERILAKU FINANSIAL GENERASI Z (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @feliciaputritjasaka)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

buruk, seperti perilaku yang mementingkan konsumsi sesaat yang berjangka pendek dan juga keinginan impulsif yang berdampak pada belanja yang tidak efektif (Alexander dan Pamungkas, 2019, hlm. 2).

Perilaku finansial yang rendah ini dapat ditingkatkan dengan literasi finansial yang dimiliki setiap individu. Hasil penelitian dari Suwatno dkk., (2019, hlm. 91) menunjukkan bahwa kemampuan literasi keuangan yang dimiliki seseorang membentuk perilaku pengelolaan keuangannya. Kemampuan individu atau kelompok yang baik dalam literasi keuangan menjadi faktor dalam pengelolaan keuangannya (Pulungan, 2017, hlm. 61).

Maka dari itu, peneliti merasa bahwa penelitian ini membutuhkan teori yang mampu melihat bagaimana generasi Z pengikut akun Instagram @feliciaputritjiasaka dalam memenuhi kebutuhannya untuk mencari informasi dan pengetahuan. Teori Uses and Gratification digunakan dalam penelitian ini untuk melihat perspektif efek media yang nantinya berpusat pada generasi Z pengikut akun Instagram @feliciaputritjiasaka. Selain itu, peneliti juga berharap dapat melihat upaya apa yang dilakukan generasi Z pengikut @feliciaputritjiasaka dalam mencari informasi di akun Instagram tersebut dan bagaimana cara mereka untuk menentukan penggunaan media yang sesuai dengan kebutuhannya dalam mendapatkan informasi mengenai finansial.

Adapun hasil penelitian Alexander dan Pamungkas (2019, hlm. 10) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara pemenuhan kebutuhan informasi dengan perilaku finansial. Hal ini ditunjukkan dari perilaku pengelolaan keuangan yang baik berdasarkan tingginya tingkat atau kemampuan individu tersebut dalam literasi keuangan. Maka dari itu, pengetahuan atau informasi mengenai finansial yang dimiliki seorang individu berpengaruh terhadap perilaku finansial mereka.

Berdasarkan paparan penjelasan, keadaan tersebut menjadi motif peneliti dalam melakukan penelitian dengan judul Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Literasi Finansial terhadap Perilaku Finansial Generasi Z (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @feliciaputritjiasaka).

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan memperhatikan beberapa rumusan masalah yang disusun, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kebutuhan informasi terhadap perilaku finansial generasi Z?
2. Apakah literasi finansial memediasi pengaruh kebutuhan informasi terhadap perilaku finansial generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kebutuhan informasi terhadap perilaku finansial generasi Z.
2. Untuk menganalisis pengaruh peran literasi finansial dalam memediasi pengaruh kebutuhan informasi terhadap perilaku finansial generasi Z.

1.4 Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dalam bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @feliciaputritjiasaka terhadap perilaku finansial melalui literasi finansial.
2. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dalam bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @feliciaputritjiasaka terhadap perilaku finansial melalui literasi finansial.
3. Bagi masyarakat, diharapkan dapat memberi pengetahuan terutama mengenai pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @feliciaputritjiasaka terhadap perilaku finansial melalui literasi finansial.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

- 1.5.1 BAB I : Pendahuluan

Pada bab pertama berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dilakukan, dan struktur organisasi.

1.5.2 BAB II : Kajian Pustaka

Pada bab dua berisi konsep dan teori yang dapat mendukung penelitian. Beberapa teori yang dibahas dalam bab Kajian Pustaka ini yaitu teori *uses and gratification*, perilaku finansial, dan literasi finansial yang dimiliki generasi Z.

1.5.3 BAB III : Metode Penelitian

Pada bab tiga berisi mengenai metode penelitian seperti desain penelitian, partisipan penelitian, tempat penelitian, Teknik mengumpulkan data, dan teknik analisis data.

1.5.4 BAB IV : Pembahasan

Pada Bab empat berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil dari penelitian yang dilakukan.

1.5.5 BAB V : Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab lima berisi kesimpulan dari temuan beserta rekomendasi yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.