

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, manusia tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Perkembangan teknologi yang pesat turut mendukung peningkatan penggunaan platform ini. Media sosial kini memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari komunikasi, pertukaran informasi, hingga mengikuti tren yang sedang populer di masyarakat. Sebagai salah satu bentuk media digital, media sosial membuka ruang untuk interaksi yang berlangsung tanpa henti, melampaui batasan tempat dan waktu (Putri et al, 2022), memungkinkan pengguna untuk bertukar informasi kapan saja, selama 24 jam sehari. Hal ini merupakan salah satu bentuk evolusi dari internet yang memudahkan akses dan konektivitas antarindividu di seluruh dunia.

Kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan media sosial membuat masyarakat semakin tertarik untuk memanfaatkannya. Menurut laporan dari databoks.katadata.co.id, pada tahun 2024 terdapat 191 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 170 juta pengguna. Mengingat tingginya minat terhadap media sosial, jumlah pengguna, khususnya TikTok, di Indonesia diperkirakan akan terus bertambah dalam beberapa tahun mendatang.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, mengakses informasi, dan bahkan mengelola keuangan. Salah

satu fenomena yang menonjol dari era ini adalah munculnya platform media sosial seperti TikTok, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan tetapi juga sebagai sarana edukasi. TikTok telah menjadi ruang bagi individu dan konten kreator untuk berbagi tips dan strategi keuangan yang dapat diakses oleh jutaan pengguna.

Aplikasi TikTok adalah salah satu platform media sosial berbagi video yang populer secara global, dengan jumlah pengguna aktif yang terus meningkat setiap bulan. Berdasarkan laporan Business of Apps, jumlah pengguna aktif bulanan TikTok melonjak lebih dari 1.000% dalam lima tahun terakhir (Cindy, 2022). TikTok umumnya digunakan sebagai sarana hiburan yang positif, terutama oleh remaja untuk mengekspresikan bakat dan kreativitas mereka kepada audiens yang lebih luas. Dari konten kreatif yang diunggah, seseorang bisa menjadi konten kreator, selebritas TikTok, atau bahkan meraih karier yang sebelumnya hanya diimpikan. Pada kuartal II 2022, TikTok tercatat memiliki 1,46 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia (Cindy, 2022).

Salah satu tren viral di TikTok yang menarik perhatian adalah kisah "Kaluna: Gaji 6 Juta Bisa Nabung 300 Juta". Kisah ini menyajikan sosok Kaluna yang dianggap mampu mengelola keuangannya secara disiplin sehingga mampu menabung dengan jumlah yang signifikan dari penghasilan yang terbilang pas-pasan. Kisah Kaluna menjadi viral karena dianggap inspiratif, terutama bagi mereka yang merasa sulit menabung dengan pendapatan yang terbatas. Dalam narasi yang dipresentasikan di TikTok, Kaluna digambarkan sebagai pekerja dengan gaji Rp6 juta per bulan, yang berhasil menabung hingga Rp300 juta selama beberapa tahun. Ini menarik perhatian banyak orang karena tantangan keuangan

yang serupa dihadapi oleh masyarakat, terutama generasi muda yang berjuang untuk menyeimbangkan pengeluaran sehari-hari dan rencana keuangan jangka panjang. Kisah Kaluna memberikan harapan bahwa pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu mencapai tujuan finansial meskipun dengan penghasilan yang terbatas.

Berbanding terbalik dengan kebanyakan realita yang ada, pada masa kini, masih banyak individu yang menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan mereka, terutama karena perilaku konsumtif yang masih tinggi di Indonesia. Natalia et al. (2019) menyatakan bahwa mahasiswa seringkali menghabiskan banyak uang untuk memenuhi keinginan mereka dan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan. Selain kebutuhan konsumsi seperti makanan, pengeluaran terbesar lainnya adalah untuk berbelanja, yang dapat menyebabkan masalah dalam pengelolaan keuangan. Mencapai keberhasilan finansial bukanlah hal yang mudah, dan salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan meningkatkan pemahaman generasi muda tentang literasi keuangan.

Fenomena viral ini juga memperlihatkan bagaimana media sosial, khususnya TikTok, dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan literasi keuangan. Konten-konten keuangan yang disajikan secara kreatif mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pemahaman dasar mengenai personal financial planning (perencanaan keuangan pribadi). TikTok, dengan format video pendek yang interaktif, memungkinkan penyajian informasi secara cepat dan mudah dipahami, sehingga pengguna dapat lebih tertarik untuk belajar mengelola keuangan mereka. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang

menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan signifikan dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat (Nuroniyah et al, 2024)

Kemampuan dalam mengelola keuangan mencerminkan pemahaman terhadap konsep serta literasi keuangan dalam proses pengambilan keputusan terkait pengelolaan keuangan (Riski et al, 2020). Semakin baik pemahaman terhadap konsep dan literasi keuangan yang relevan, maka semakin logis pula pendekatan yang digunakan dalam pengambilan keputusan strategis terkait keuangan. Albeerdy dan Gharledghi (2015) menyatakan bahwa kemampuan menyeluruh dalam mengelola keuangan memberikan manfaat dalam memahami konsekuensi logis dari setiap keputusan keuangan. Hal ini secara implisit menunjukkan bahwa kemampuan mengelola keuangan berpengaruh pada pertimbangan keputusan pembiayaan dan pendanaan di masa depan.

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi dan inklusi keuangan di Indonesia. Pada 2024, indeks literasi keuangan nasional mencapai 65,43%, meningkat dari 49,68% pada 2022. Sementara itu, indeks inklusi keuangan pada 2024 mencapai 75,02% (OJK, 2024). Hasil ini mencerminkan kemajuan dalam pemahaman dan akses ke layanan keuangan di seluruh lapisan masyarakat, meskipun terdapat kelompok tertentu, seperti penduduk di perdesaan, kelompok usia muda (15-17 tahun) dan tua (51-79 tahun), serta mereka yang berpendidikan rendah, yang masih memiliki indeks literasi dan inklusi keuangan di bawah rata-rata nasional.

Salah satu elemen penting dari kisah Kaluna adalah kedisiplinan dalam mengelola keuangan. Dalam narasi tersebut, Kaluna digambarkan sangat cermat dalam mencatat pengeluaran dan memastikan bahwa sebagian besar pendapatannya disisihkan untuk ditabung. Ia menggunakan spreadsheet untuk mencatat penghasilan dan pengeluarannya secara rinci, yang memungkinkan dia untuk memantau keuangan pribadinya dengan baik. Pencatatan keuangan yang disiplin seperti ini adalah salah satu prinsip dasar dalam personal financial planning. Dengan pencatatan yang tepat, seseorang dapat melihat dengan jelas pengeluaran yang tidak perlu dan mengalokasikan lebih banyak dana untuk menabung.

Selain itu, kisah Kaluna juga menekankan pentingnya investasi. Kaluna tidak hanya menabung di rekening biasa, tetapi juga menginvestasikan sebagian dari tabungannya untuk mendapatkan imbal hasil yang lebih tinggi. Investasi ini adalah bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang yang bertujuan untuk mempercepat akumulasi kekayaan (Hayes, 2022). Dalam hal ini, Kaluna memilih produk investasi yang relatif aman seperti reksa dana pendapatan tetap, yang dapat memberikan return tahunan sekitar 6-7%. Strategi ini menyoroti pentingnya diversifikasi dalam pengelolaan keuangan.

Namun, tidak semua orang memiliki pengetahuan yang cukup tentang investasi, dan di sinilah peran literasi keuangan menjadi sangat penting. Kisah Kaluna yang viral di TikTok menjadi contoh bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan literasi keuangan. Safitri et al (2022) menyatakan bahwa Penggunaan media sosial Instagram memengaruhi cara generasi Z dalam

mengelola keuangan mereka. Hal ini berkaitan erat dengan karakteristik generasi Z yang dikenal dinamis serta sangat akrab dengan teknologi digital. Instagram, sebagai platform visual, sering kali menjadi medium yang memperkuat tren konsumsi di kalangan generasi ini, yang lebih mudah terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif dan keputusan pembelian yang dipicu oleh konten influencer serta iklan yang mereka temui di platform tersebut.

Peneletian ini juga didukung oleh Nugroho et al (2024) yang mana mereka menyatakan bahwa sosial media, terutama tiktok memiliki potensi yang besar sebagai alat dalam pembelajaran literasi keuangan. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk mengajarkan tentang keuangan, terutama bidang investasi dan bisnis (Narimo et al, 2023). Banyak pengguna TikTok yang terinspirasi oleh kisah ini mulai mempelajari cara-cara investasi yang sederhana dan mulai menerapkan strategi yang serupa dalam kehidupan nyata. Ini membuktikan bahwa platform media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pengetahuan keuangan kepada masyarakat luas.

Di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa narasi seperti kisah Kaluna dapat memberikan harapan yang tidak realistis bagi sebagian orang. Kondisi keuangan setiap individu berbeda-beda, tergantung pada berbagai faktor seperti lokasi geografis, tanggung jawab keluarga, dan kebutuhan pribadi (Mulyani & Indriasih, 2021). Tidak semua orang memiliki kemampuan atau kesempatan untuk menabung dalam jumlah besar seperti Kaluna. Misalnya, seseorang yang tinggal di daerah dengan biaya hidup tinggi mungkin akan menghadapi tantangan lebih

besar dalam menabung dibandingkan mereka yang tinggal di daerah dengan biaya hidup lebih rendah.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana tren konten TikTok seperti kisah Kaluna mempengaruhi perilaku keuangan pengguna. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Analisis Pembelajaran Literasi Keuangan Melalui Konten Video (Studi Fenomenologi Pada Perempuan Pekerja Di Surabaya)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ”Bagaimana konten Tiktok terkait literasi keuangan dalam film “*home sweet loan*” berdampak pada pekerja perempuan di surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan yang disampaikan melalui konten TikTok "Kaluna: Gaji 6 Juta Bisa Nabung 300 Juta", terhadap perencanaan keuangan pribadi (*personal financial planning*).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi mengenai pengelolaan keuangan. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian mengenai analisis tren konten TikTok seperti "Kaluna: Gaji 6 Juta Bisa Nabung 300 Juta" dapat menambah literatur ilmiah tentang peran media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan.
- b. Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi bagaimana konten viral dapat memengaruhi persepsi dan perilaku keuangan individu, khususnya generasi muda.
- c. Penelitian ini juga dapat berkontribusi dalam mengembangkan model komunikasi baru yang efektif untuk menyampaikan edukasi keuangan.

2. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis tentang cara mengelola keuangan pribadi dengan efektif, berdasarkan contoh viral seperti Kaluna.
- b. Hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi kreator konten yang ingin membuat konten finansial yang relevan dan menarik di media sosial. Dengan mempelajari respons audiens terhadap konten viral seperti Kaluna, para kreator dapat lebih memahami cara menyampaikan informasi keuangan secara menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kelompok usia.
- c. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Dengan adanya konten-konten edukatif yang viral, masyarakat dapat lebih sadar akan pentingnya perencanaan keuangan pribadi dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mencapai tujuan finansial, meskipun dengan penghasilan terbatas.