

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Memasuki awal tahun 2026, masyarakat Indonesia dihadapkan pada situasi ekonomi yang memaksa mereka untuk lebih berhati-hati dalam mengatur uang. Meskipun pertumbuhan ekonomi Indonesia diprediksi masih sekitar 5%, ketidakpastian masih ada karena perlambatan ekonomi dunia, rumitnya perdagangan internasional, serta perubahan dalam pasar keuangan (Kemenko, 2025). Di sisi lain, angka inflasi mencapai 3,55% sehingga biaya hidup terus naik dan mendorong masyarakat untuk lebih bijak dalam mengelola pengeluaran (BPS, 2025). Keadaan ini menunjukkan bahwa hanya memiliki penghasilan saja belum cukup, masyarakat harus bisa membuat pengelolaan keuangan yang benar dan terencana.

Masalah literasi keuangan di Indonesia bukan hanya tentang ketidaktahuan saja, tapi berkaitan dengan kondisi yang lebih dalam terhadap masyarakat. Indonesia belum punya sistem perlindungan sosial yang memadai untuk melindungi semua kalangan masyarakat dari risiko keuangan saat tua. Menteri Keuangan memperkirakan sekitar 100 juta orang di Indonesia akan kesulitan menyisihkan uang untuk tabungan pensiun pada tahun 2038, karena mayoritas masyarakat hanya menabung 3% dari penghasilan mereka untuk persiapan pensiun (Nugroho, 2026). Keadaan ini menunjukkan bahwa setiap orang pada akhirnya harus mengelola keuangan sendiri, karena pemerintah belum bisa memastikan kesejahteraan finansial bagi seluruh rakyat secara sama rata.

Beban finansial ini tidak hanya dirasakan oleh satu kelompok usia tertentu, tetapi juga menimpa seluruh lapisan masyarakat dari berbagai generasi. Misalnya, generasi milenial menghadapi tantangan keuangan yang berbeda, mereka harus menyisihkan uang darurat, menyisihkan tabungan untuk membeli rumah, melunasi utang, dan juga mempersiapkan masa pensiun, meskipun biaya hidup terus naik (Hendrawan et.al., 2025). Sementara itu, gagasan tentang kebebasan finansial dan *Financial Independence, Retire Early* (FIRE) semakin populer di kalangan masyarakat perkotaan sebagai bentuk kesadaran akan pentingnya kemandirian finansial jangka panjang (DSF, 2023). Namun, kesadaran tersebut harus didukung dengan literasi keuangan yang cukup agar tidak mengarah pada keputusan finansial yang salah dan merugikan.

Kemajuan teknologi digital memberikan kesempatan lebih mudah bagi masyarakat dalam mengakses berbagai layanan dan informasi keuangan (Muryanto et al., 2023). Sekarang ini, berbagai layanan seperti perbankan *mobile*, dompet *digital*, investasi *online* semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan. Namun, kemudahan ini juga membawa berbagai risiko yang semakin meningkat, seperti penipuan *online*, investasi ilegal, penggunaan layanan keuangan, serta penyebaran informasi keuangan yang tidak dapat dipercaya. Maka dari itu, masyarakat kini harus bisa mengakses, memahami, memilih, dan memastikan informasi yang diterima itu benar dan dapat dipercaya. Karena keterbatasan kemampuan tersebut, seseorang bisa lebih rentan membuat kesalahan dalam mengambil keputusan keuangan (Zuhri, 2026).

Masalah ini terlihat dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan di Indonesia sudah mencapai 80,51%, sedangkan tingkat literasi keuangan baru mencapai 66,46% (OJK, 2025). Perbedaan kedua indeks ini menunjukkan bahwa banyak orang sudah menggunakan produk dan layanan keuangan, namun pemahaman mereka mengenai manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban sebagai pengguna layanan keuangan masih belum cukup baik. Otoritas Jasa Keuangan (2024), menjelaskan bahwa "literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan demi mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat." Makna ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya tentang kemampuan mengatur uang, tetapi juga dasar untuk membuat keputusan finansial yang baik dan bertanggung jawab.

Peningkatan literasi tentang keuangan menjadi hal yang banyak diperhatikan oleh berbagai lembaga di Indonesia. Satu di antaranya adalah Bank Indonesia (2025), yang menekankan bahwa masyarakat perlu memahami pengelolaan keuangan agar dapat membuat keputusan investasi yang tepat, dengan memperhatikan peluang dan risiko yang ada dalam setiap layanan keuangan. Dalam program Literasi Keuangan Indonesia Terdepan (LIKE IT) 2025, Bank Indonesia juga memberikan perhatian terhadap kemampuan digital, perencanaan keuangan sejak awal, dan sikap bijak dalam berinvestasi sebagai persiapan menghadapi pertumbuhan sektor keuangan yang semakin cepat (Bank Indonesia, 2025). Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan menjadi lebih penting agar masyarakat

bisa menggunakan layanan keuangan digital dengan bijak dan menghindari risiko-risiko keuangan yang muncul di masa kini.

Literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital untuk mengakses, memahami, memanfaatkan, serta mengevaluasi informasi dalam kehidupan sosial dan ekonomi (Komdigi, 2025). Di Indonesia, upaya meningkatkan kemampuan literasi digital dilakukan dengan fokus pada empat pilar, yaitu *digital skills*, *digital ethics*, *digital culture*, dan *digital safety* (Komdigi, 2025). Keempat pilar tersebut menjadi dasar bagi masyarakat dalam menggunakan teknologi dengan cara yang bijak, aman, dan bertanggung jawab, termasuk ketika mengakses dan mengevaluasi informasi keuangan di ruang digital. Oleh karena itu, literasi digital menjadi dasar yang penting dalam membantu terbentuknya literasi keuangan.

Perkembangan teknologi juga memengaruhi cara masyarakat memperoleh informasi mengenai keuangan. Seperti yang dijelaskan oleh Habibah dan Irwansyah (2021), media sosial sebagai salah satu bentuk media baru, kini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan bersenang-senang saja, tapi berkembang menjadi sarana yang mudah diakses oleh berbagai kalangan untuk menyebarkan informasi dan edukasi. Hal ini didukung oleh sifat interaktif yang memungkinkan pengguna merespons pesan secara aktif. Selain itu, terjadi pergeseran kendali komunikasi dari produsen ke konsumen media. Karakteristik itu membuat media sosial menjadi alat belajar yang bisa menyentuh lebih banyak orang, baik dari latar belakang apa pun dan usia berapa pun.



Gambar 1. 1 Profil Utama Instagram @finansialku\_com & Bio Legalitas OJK

Salah satunya Instagram yang telah berkembang dari sekadar tempat hiburan menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk belajar tentang keuangan. Penelitian oleh Ramadhani et al. (2024), menunjukkan bahwa memperhatikan informasi keuangan di Instagram berdampak positif pada peningkatan kemampuan pengguna dalam menabung, berinvestasi, dan mengatur keuangan. Bentuk konten yang singkat seperti *reels* dengan durasi 30 hingga 60 detik, serta *carousel* bertahap, terbukti paling efektif dalam meningkatkan pemahaman tersebut. Selain tampilan visualnya, kredibilitas kreator juga memengaruhi tingkat kepercayaan audiens, karena sebagian besar pengguna biasanya memeriksa informasi yang diberikan oleh kreator yang memiliki latar belakang profesional di bidang keuangan sebelum memutuskan untuk menerapkannya (Ramadhani et al., 2024).

Salah satu akun yang terus-menerus menggunakan Instagram sebagai sarana edukasi keuangan adalah @finansialku\_com. Akun ini dikelola oleh PT Solusi Finansialku Indonesia yang memberikan berbagai materi belajar serta layanan konsultasi keuangan dan sudah mendapatkan izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kredibilitas dari lembaga ini menjadi keunggulan tersendiri di

tengah banyaknya informasi keuangan yang beredar di media digital tanpa dasar yang jelas, sehingga membuat lembaga ini menjadi salah satu sumber informasi yang lebih dipercaya oleh masyarakat (Finansialku.com, 2025). Berdasarkan pengamatan peneliti dari Januari hingga Februari 2026, akun ini secara aktif memposting konten edukasi keuangan dalam bentuk *carousel*, *single post*, dan *reels* yang membahas berbagai topik terkait pengelolaan keuangan, investasi, perencanaan keuangan, serta risiko dalam dunia keuangan digital.



Gambar 1. 2 Tampilan Postingan Instagram Periode Jan–Feb 2026

Pemilihan periode Januari hingga Februari 2026 dilakukan karena konten literasi keuangan yang diposting oleh akun @finansialku\_com sangat tinggi sebagai respons terhadap berbagai isu ekonomi dan finansial yang terjadi saat itu. Selain itu, awal tahun juga merupakan saatnya untuk mengevaluasi dan merencanakan keuangan untuk tahun ini, sehingga konten yang dibuat sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada masa tersebut. Beragamnya jenis konten yang ditampilkan menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga bisa menjadi sarana yang kuat dalam membentuk pemahaman, sikap, dan tindakan keuangan para pengguna.

Masalah di atas memperlihatkan bahwa meningkatkan literasi tentang keuangan menjadi kebutuhan yang semakin mendesak, terutama di tengah perkembangan sistem keuangan digital. Banyaknya informasi keuangan yang muncul di media sosial tidak selalu membuat masyarakat bisa memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi itu secara benar dan bijak. Kondisi ini bisa memengaruhi cara seseorang membuat keputusan keuangan dan meningkatkan kemungkinan mengalami kerugian karena memahami informasi keuangan dengan salah. Sehingga penting untuk melihat bagaimana konten edukasi keuangan yang disampaikan melalui akun @finansialku\_com dalam menyampaikan informasi keuangan kepada masyarakat.

Untuk memahami kondisi tersebut lebih dalam, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif yang mengacu pada kerangka kerja Klaus Krippendorff. Pendekatan ini dipilih karena mampu menganalisis isi pesan secara terstruktur melalui langkah-langkah seperti mengidentifikasi, mengelompokkan, dan memahami makna yang terdapat dalam konten media (Krippendorff, 2018). Berdasarkan pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis isi konten literasi keuangan yang ada di akun Instagram @finansialku\_com selama periode Januari hingga Februari 2026. Tujuan utamanya adalah memahami bagaimana literasi keuangan disampaikan melalui berbagai jenis konten yang disajikan sebagai sarana untuk menyebarkan edukasi keuangan dalam konteks literasi digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana isi konten literasi keuangan pada akun Instagram @finansialku\_com?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis isi konten literasi keuangan pada akun Instagram @finansialku\_com.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian media digital, analisis isi, serta literasi keuangan. Penelitian ini memperkaya kajian mengenai bagaimana konten media sosial menyajikan literasi keuangan dalam konteks literasi digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam penerapan metode analisis isi kualitatif pada penelitian di bidang komunikasi digital.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat dalam memahami konten edukasi keuangan yang disajikan melalui media sosial. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola konten edukasi finansial dalam menyusun dan

menyajikan informasi keuangan yang lebih jelas, relevan, dan sesuai dengan karakteristik audiens di ruang digital.