

EFEKTIVITAS ISI PESAN INSTAGRAM PHILLIP SEKURITAS INDONESIA TERHADAP TINGKAT LITERASI KEUANGAN

THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM MESSAGE CONTENT ON FINANCIAL LITERACY LEVELS

Abdul Razak¹ dan Faris Budiman Annas²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina

Jl. Gatot Subroto, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

¹abdul.razak@students.paramadina.ac.id; ²faris.annas@paramadina.ac.id

ABSTRACT

Background: Instagram social media itself presents various types of content ranging from tricks, dance parodies, educational content, to financial literacy. Instagram is also used to provide additional education and as a learning platform today. **Research Objective:** To determine the effectiveness of the content of Phillip Sekuritas Indonesia's Instagram messages on the level of financial literacy. This research method uses quantitative and to obtain data using questionnaires distributed to Instagram followers @talktophillip. The data obtained is then processed using IBM SPSS Ver 25 to test the Pearson correlation. **The research results** show that there is a positive and strong relationship between variable X (Message Content) and variable Y (Financial Literacy), with a correlation result of 0.799. The results of simple linear regression state that the effectiveness variable of Instagram message content has a significant influence on the level of financial literacy, amounting to 63.8%. **The conclusion** is that the content of the message has a positive relationship with the level of financial literacy with a sufficient level of correlation, and the results of this research show that the contribution between the two variables is 63.8%. The remaining 31.7% can be influenced by other factors outside those examined in this research.

Keywords: Message Content, Financial Literacy, Instagram, Phillip Sekuritas Indonesia

ABSTRAK

Latar belakang: Media sosial Instagram sendiri menyajikan berbagai jenis konten mulai dari trik, parodi *dance*, konten edukasi, hingga sebagai literasi keuangan. Instagram pun digunakan untuk memberikan edukasi tambahan dan sebagai platform belajar di masa kini. **Tujuan Penelitian:** Untuk mengetahui efektivitas isi pesan Instagram Phillip Sekuritas Indonesia terhadap tingkat literasi keuangan. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dan untuk memperoleh data menggunakan penyebaran kuesioner kepada followers instagram @talktophillip Data yang didapatkan kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Ver 25 untuk menguji *pearson correlation*. **Hasil Penelitian menunjukkan bahwa** terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variabel X (Isi Pesan) dengan variabel Y (Literasi Keuangan) yaitu dengan hasil korelasi sebesar 0,799. Hasil regresi linear sederhana menyatakan bahwa variabel efektivitas isi pesan Instagram memiliki pengaruh yang signifikan dalam tingkat literasi keuangan. sebesar 63,8%. **Kesimpulannya adalah** Isi pesan mempunyai hubungan positif terhadap tingkat literasi keuangan dengan tingkat korelasi cukup, dan hasil penelitian ini menunjukkan hasil kontribusi antara kedua variabel yaitu 63,8%. Adapun sisanya 31,7% dapat dipengaruhi berdasarkan faktor lainnya diluar yang diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Isi Pesan, Literasi Keuangan, Instagram, Phillip Sekuritas Indonesia

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi internet kini telah lumrah digunakan yang berperan besar dalam kehidupan untuk berkomunikasi dan meraih informasi tanpa terikat ruang dan timeline. Menurut Ramadhani (2018) menjelaskan bahwa internet adalah sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan.

Media sosial jadi salah satu platform yang diminati karena menghadirkan berbagai konten dan juga sebagai media dalam mendapatkan informasi terkini, khususnya dalam menambah ilmu pengetahuan masyarakat. Sulianta (2015) menjelaskan bahwa media sosial mampu menghadirkan serta mentranslasikan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media sosial tradisional.

Media sosial Instagram menjadi aplikasi terbanyak yang diunduh dengan total unduhan mencapai 545 juta pengguna di seluruh dunia dan menjadi aplikasi nomor dua paling banyak diunduh, sedangkan peringkat pertama diisi oleh TikTok sebagai platform media sosial milik China dengan perolehan 657 juta, sedangkan di posisi ketiga adalah Facebook dengan perolehan 416 juta unduhan baik di Play Store atau App Store. Maka dari itu, Instagram menjadi salah satu media sosial yang cukup unggul dan diminati.

Media sosial Instagram sendiri menawarkan berbagai macam konten mulai dari tips, parodi tari, konten edukasi hingga wawasan keuangan. Instagram juga digunakan untuk memberikan pelatihan tambahan dan sebagai platform pembelajaran saat ini. Banyak pelaku bisnis atau perusahaan swasta juga menggunakan platform Instagram sebagai sarana komunikasi, salah satunya akun media yang dimiliki oleh Phillip Sekuritas Indonesia yaitu @talktophillip, sebuah perusahaan Fintech yang berada di bawah pengawasan Phillip Sekuritas Indonesia yang disponsori oleh PhillipCapital Singapore.

Sedangkan untuk jejaring sosial Instagram, @talktophillip memiliki 53,5 ribu pengikut dengan 1.720 unduhan dan hanya mengikuti 79 akun media sosial. Konten unggulan berupa video interaktif, promosi, kampanye, presentasi produk, dan wawasan keuangan sebagai sarana edukasi.

Untuk media sosial Instagram @talktophillip hanya memiliki pengikut sebanyak 53,5 ribu (per 5 April 2023) dengan berisikan 1,720 unggahan dan mengikuti 79 akun media sosial aja.

Adapun konten yang disajikan berbentuk sebuah video interaktif, promosi, campaign, pengenalan produk, dan literasi keuangan sebagai sarana edukasi. Dalam penyajiannya, berisikan teks di bawah foto atau video tersebut sesuai dengan topik yang dibahas.

Konten yang disajikan oleh akun @talktophillip selalu berkaitan dengan literasi keuangan. Mulai dari mengatur keuangan yang tepat, pemahaman tentang reksa dana, obligasi, ETF, hingga saham. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas Isi Pesan Instagram Phillip Sekuritas Indonesia Terhadap Tingkat Literasi Keuangan pengikutnya.

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang peneliti dapat diidentifikasi dipaparkan sebagai berikut:

1. Sejauh mana hubungan efektivitas isi pesan Instagram @talktophillip terhadap tingkat literasi keuangan pengikut akun tersebut?
2. Sejauh mana pengaruh efektivitas isi pesan Instagram @talktophillip terhadap tingkat literasi keuangan pengikut akun tersebut?

1.3. Tinjauan Literatur

1.3.1. Ilmu Komunikasi

Komunikasi menjadi salah satu hal yang tidak bisa terlepas dari manusia, dan komunikasi menjadi tombak dalam mendapatkan informasi dan hal lain. Selain itu, komunikasi juga menjadi bentuk keterampilan manusia sebagai makhluk hidup. Menurut Ali Murthado (2019:22) komunikasi adalah pemahaman antara mereka yang melakukan komunikasi. Bisa saja komunikasi tidak menggunakan oral tetapi menggunakan gerakan, namun dengan adanya gerakan-gerakan tersebut orang paham dengan apa yang diinginkan.

Pengertian yang berbeda ditujukan oleh Nasir (2016) komunikasi adalah proses pembentukan, penyamaan penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi dalam diri seseorang dan atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Berdasarkan pengertian di atas, peneliti menyimpulkan komunikasi adalah informasi yang tidak hanya didapatkan dalam hal verbal, melainkan berbagai bentuk lainnya yang mana punya arti dan makna dengan tujuan yang sama di kedua belah pihak. Korelasi teori komunikasi dengan penelitian ini adalah komunikasi merupakan salah satu gabungan dari media itu sendiri yang mana sebagai sarana menyampaikan informasi dengan cara yang efektif dengan cepat dan juga akurat sesuai dengan keinginan user.

1.3.2. Media Baru

Sebagaimana yang dijelaskan oleh McQuail (2011:148) bahwa bentuk media baru adalah berbagai macam model teknologi komunikasi dengan kesamaan karakteristik, kecuali yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan luasnya ketersediaan untuk penggunaan pribadi. Media baru terfokus pada penggunaan masyarakat luas, contohnya adalah berita online, iklan, aplikasi siaran, forum, kegiatan diskusi, world wide web, eksplorasi informasi, dan potensi untuk membentuk komunitas tertentu.

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan smartphone dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya. New media adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima (Danaher dkk, 2003).

1.2.3 Media Sosial

Menurut Murthado (2019) dengan terus bermunculannya situs-situs medsos, secara garis besar medsos bisa dikatakan sebuah media online, di mana para pengguna (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih.

1.2.4. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial dari ratusan media sosial yang cukup eksis di dunia digital. Biasanya, Instagram digunakan oleh sebagian orang sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan audience. Instagram juga punya beberapa fitur yang mendukung penggunaannya untuk kian dekat dengan pengikutnya.

1.2.5 Efektivitas Isi Pesan

Menurut Hardiyansyah (2015:67) komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Smith (2005), beberapa faktor yang menciptakan pesan efektif diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Struktur pesan (*message structure*): Struktur pesan yang baik yakni memiliki hubungan antara susunan pesan dan keefektifannya. Misalnya, kerangka pesan dalam suatu konten harus ada urutannya, nilai informasi yang menarik serta memiliki kesimpulan yang tepat dan tak lupa memberikan rekomendasi-rekomendasi.
- b. Kejelasan (*Clarity*): Kata-kata yang dipakai memberikan nilai kejelasan, maka dari itu isi pesan yang diberikan di setiap unggahan di Instagram harus punya nilai kejelasan.
- c. Kekuatan kata (*Power words*) : Mempunyai kata-kata istilah yang dapat mempengaruhi orang lain dan juga punya kata-kata yang unik dan menarik sehingga langsung mudah ditangkap oleh pembacanya
- d. Kutipan (*Quote*): Kutipan berkesan dan berisi juga merupakan aspek penting dari komunikasi verbal. Para penulis konten yang ingin disajikan harus menggunakan tanda kutip yang jelas termasuk juga dalam dalam laporan konferensi pers, wawancara dan kesempatan lain untuk berinteraksi dengan media).

1.2.7 Literasi Keuangan

Menurut Vitt dkk (2000) literasi keuangan adalah kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Dalam literasi keuangan terdapat beberapa aspek keuangan yaitu (Nababan dan Sadalia, 2012):

- a. *Basic Personal Finance* : Pengetahuan ini merupakan adalah pengetahuan dasar keuangan yang dimiliki individu. Pengetahuan finansial dalam hal ini bersifat pengetahuan dasar seperti bagaimana individu mengetahui konsep bunga, inflasi nilai waktu, asset likuiditas dan lain-lain.
- b. *Money Management* : Hal ini terkait dengan pengelolaan pribadi uang yang dilakukan oleh individu. Individu dengan pemahaman dan penguasaan konsep literasi keuangan cenderung akan memiliki pengelolaan uang pribadi yang lebih baik juga.
- c. *Credit and Debt Management Manajemen* : kredit merupakan beragam aktivitas yang serangkaian termasuk di dalamnya berbagai aktivitas dan komponen yang terkait dalam

sebuah sistem tertentu dalam proses pengumpulan serta penyajian informasi berkaitan kredit atau bank.

- d. *Saving and Investment* : Tabungan adalah komponen pendapatan yang dimiliki individu dan masyarakat yang tidak dikonsumsi atau tidak terpakai. Bagian dari tabungan yang selanjutnya dipergunakan untuk aktivitas ekonomi adalah investasi karena akan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan.
- e. *Risk Management Manajemen risiko* : merupakan hal yang timbul akibat sebuah ketidakpastian. Pengelolaan risiko diperlukan dengan tujuan meminimalisasi kemungkinan adanya kerugian dan maksimalisasi keuntungan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kuantitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif (Priadana dan Sunarsi, 2015)

Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif lebih menonjol disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri naturalistic yang penuh dengan nilai-nilai otentik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab-akibat antara bermacam macam variabel, bukan prosesnya, penyelidikan dipandang berada dalam kerangka bebas nilai (Priadana dan Sunarsi, 2015)

2.2 Populasi

Menurut Martono (2016:74) populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian, dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit maupun individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini semua orang yang memiliki akun POEMS ID dan mengikuti akun Instagram Phillip Sekuritas Indonesia, yakni 54.200 (5 April 2023).

2.3.Sampel

Menurut Martono (2016:74) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, sampel juga dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur sehingga dapat diharapkan dapat mewakili populasi.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini ada followers akun Instagram @talktophillip yang mempunyai akun di POEMS ID. Jumlah sampel pada 23 penelitian ini, akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 0,1 Sugiyono (2015:87).

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = margin of error (ditentukan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

$$n = \frac{54.200}{1 + (54.200 \times 0.1)^2}$$

$$= \frac{54.200}{543}$$

$$= 99,8 = 100$$

2.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Martono (2016:57) variabel atau independen variabel merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain. Urutannya, tata waktu yang terjadi lebih dahulu. Keberadaan variable in dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian yang biasanya disimbolkan dengan variabel “X”.

Tabel 1 Operasional Variabel X

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala
Isi Pesan	Message Structure	1. Isi pesan Instagram @talktophillip memiliki susunan pesan yang baik 2. Isi pesan memiliki kesimpulan	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)

		serta memberikan pengetahuan dan saran kepada pembaca	
	Clarity	<p>1. Isi pesan memiliki kejelasan dalam kata-kata yang memudahkan untuk dimengerti saat membacanya</p> <p>2. Isi pesan tampak jelas dari kalimat yang disampaikan ke followers sehingga pembaca dapat memahami apa maksud isi pesan tersebut</p>	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)
	Power words	<p>1. Isi pesan memiliki kekuatan dalam kalimatnya sehingga bisa mempengaruhi pembacanya</p> <p>2. Isi pesan menggunakan kata-kata yang unik sehingga bisa menarik perhatian pembaca.</p>	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)
	Quotes	1. Isi pesan memiliki kutipan seseorang yang mampu menarik perhatian pembaca.	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)

Tabel 2. Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala
Literasi Keuangan	BasicPersonalFinance	1. Mengetahui instrumen investasi	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju,

		di pasar modal 2. Mengetahui cara kerja berinvestasi pasar modal 3. Mengetahui informasi terkini pasar modal	kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)
	Money Management	1. Mengetahui tujuan berinvestasi di pasar modal 2. Mengetahui pengelolaan keuangan ketika berinvestasi di pasar modal 3. Mengetahui jangka waktu investasi yang tepat sesuai tujuan investasi	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)
	Credit & Debt Management	1. Mengetahui adanya fasilitas pembiayaan transaksi saham oleh perusahaan efek atas transaksi pengguna 2. Mengetahui adanya cara kerja fasilitas margin trading perusahaan efek 3. Mengetahui adanya syarat dan penggunaan fasilitas margin trading	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)
	Saving & Investment	1. Mengetahui alokasi yang tepat dalam menabung dengan berinvestasi 2. Mengetahui instrumen investasi	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)

		<p>yang tepat sesuai jangka waktu investasi</p> <p>3. Mengetahui strategi investasi untuk mengoptimalkan tabungan</p>	
	Risk Management	<p>1. Mengetahui informasi mengenai profil risiko berinvestasi di pasar modal</p> <p>2. Mengetahui informasi diversifikasi demi meminimalkan risiko investasi di pasar modal</p> <p>3. Mengetahui keuntungan dan kerugian pada masing-masing instrumen investasi</p>	Skala Likert 1-5 (Sangat setuju, kurang setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju)

2.4 Teknik Analisis Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dari kuesioner akan diolah menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Penelitian ini akan menggunakan analisis bivariat karena terdapat dua variabel. Adapun menurut Kriyantono (2014:168) analisis bivariat adalah analisis yang dilakukan untuk melihat hubungan dua variabel pokok, yakni variabel pengaruh (bebas) dan variabel berpengaruh (tak bebas). Sebelum melakukan analisis bivariat, peneliti memilih melakukan uji instrumen berupa uji reliabilitas dan validitas dari data yang didapatkan. Setelah data yang didapatkan dinyatakan valid, peneliti akan melanjutkan pengujian agar mendapatkan jawaban dari topik yang diteliti.

2.5 Hipotesis

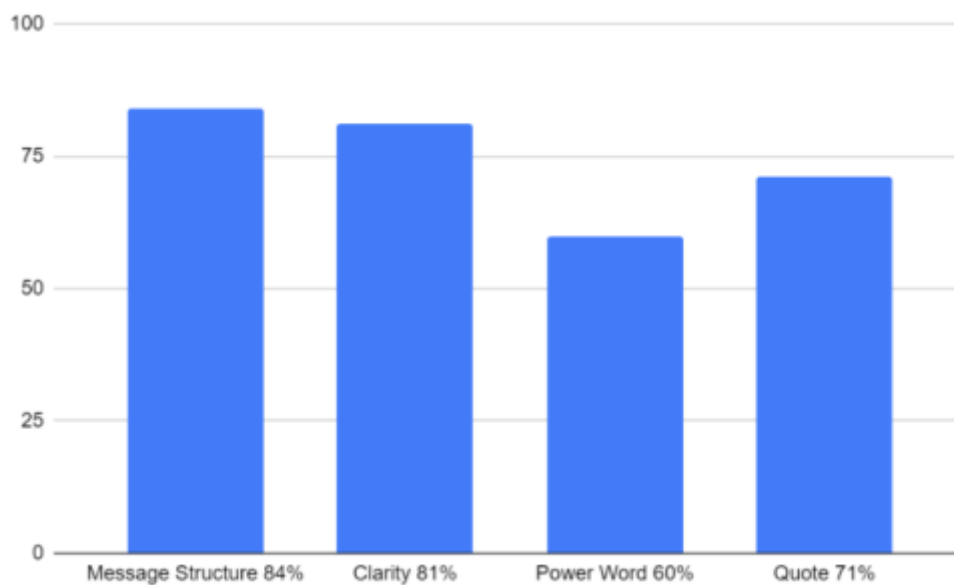
Kriyantono (2014) menjelaskan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Hipotesis merupakan saran penelitian ilmiah karena hipotesis adalah instrumen kerja dari suatu teori dan bersifat spesifik yang siap diuji secara empiris. Dalam merumuskan hipotesis pernyataannya harus merupakan pencerminan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat dua dugaan yaitu:

Ho: Tidak Ada Efektivitas Isi Pesan Instagram Phillip Sekuritas Indonesia Terhadap Tingkat Literasi Keuangan

Ha: Terdapat Efektivitas Isi Pesan Instagram Phillip Sekuritas Indonesia Terhadap Tingkat Literasi Keuangan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Dimensi Variabel X



Gambar 1. Perbedaan Tingkatan Dimensi Variable X

Melalui diagram ini menampilkan hasil interval di setiap masing-masing dimensi pada variabel X peneliti, yakni Isi Pesan. Adapun dimensinya di antara lain, message structure, clarity, power word, dan quote.

Dimensi message structure, tampak nilai tertinggi mencapai 84%. Dari hasil tersebut didapatkan dari dua pernyataan, yakni isi pesan Instagram memiliki susunan pesan yang baik

mendapatkan nilai jawaban setuju sebesar 56%. Untuk pernyataan kedua, isi pesan memiliki kesimpulan serta memberikan pengetahuan dan saran kepada pembaca mendapatkan 51% jawaban setuju.

Dari dua pernyataan di atas bisa dikatakan hasil tertinggi yaitu responden isi pesan Instagram memiliki susunan pesan yang baik dengan jawaban 56% setuju. Dapat disimpulkan kalau hasil message structure Isi Pesan Instagram Phillip Sekuritas Indonesia menunjukkan isi pesan yang efektif sehingga pengikut Instagram mengerti pesan yang disampaikan dan paham apa yang disampaikan.

Dimensi *Clarity* mendapatkan perolehan paling tinggi yakni 81%. Hasil tersebut didapatkan dari dua pernyataan, yakni isi pesan memiliki kejelasan dalam kata-kata yang memudahkan untuk dimengerti saat membacanya dengan jawaban setuju 44%, serta isi pesan tampak jelas dari kalimat yang disampaikan ke pengikut sehingga pembaca dapat memahami isi pesan tersebut dengan perolehan jawaban 50% setuju.

Dari dua pernyataan tersebut bisa disimpulkan hasil tertingginya adalah isi pesan tampak jelas dari kalimat yang disampaikan ke pengikut sehingga pembaca memahami isi pesan tersebut dengan perolehan 50% setuju. Maka dari itu, peneliti simpulkan bahwa dimensi *Clarity* menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan oleh Phillip Sekuritas Indonesia sangat jelas dari perkataan hingga penulisannya.

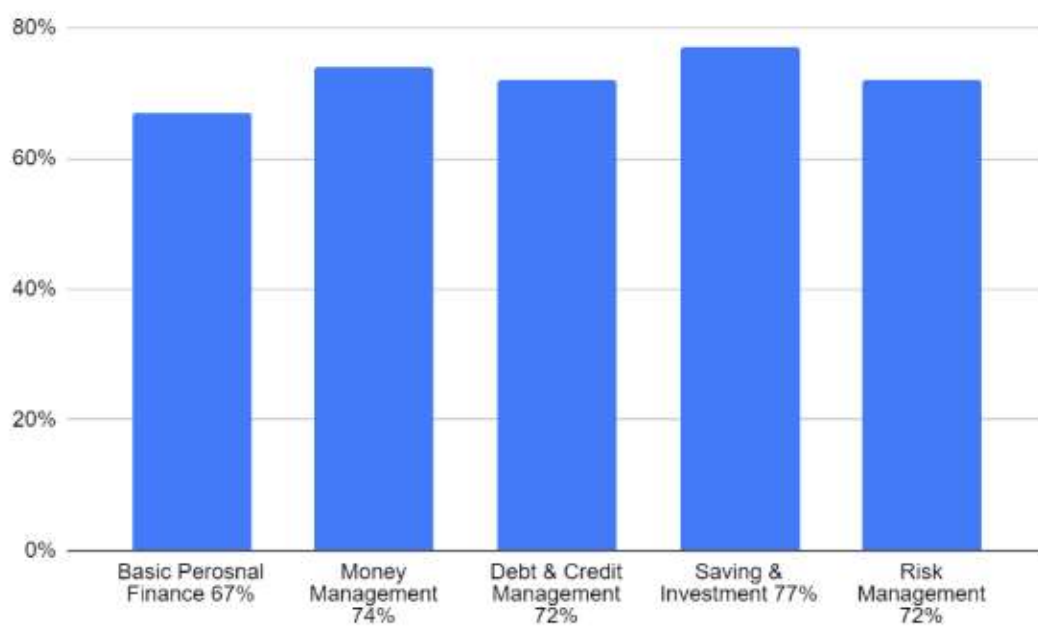
Power words mendapatkan perolehan nilai 60% dengan hasil yang didapatkan dari dua pernyataan yakni isi pesan memiliki kekuatan 63 dalam kalimatnya sehingga bisa mempengaruhi pembacanya dengan perolehan responden setuju sebesar 44%. Selanjutnya, isi pesan menggunakan kata-kata yang unik sehingga bisa menarik perhatian pembaca dengan perolehan setuju sebanyak 42% persen.

Dari dua pernyataan tersebut disimpulkan kalau perolehan tinggi didapatkan oleh dimensi *power words* dengan pernyataan isi pesan memiliki kekuatan dalam kalimatnya sehingga bisa mempengaruhi pembacanya yang berarti pengikut Phillip Sekuritas Indonesia setuju dengan nilai 44%. Dapat diartikan bahwa isi pesan Phillip Sekuritas Indonesia berdampak besar memberikan edukasi terhadap pembacanya dalam hal literasi keuangan.

Quote mendapatkan perolehan 71% dari satu pernyataan yakni isi pesan memiliki kutipan seseorang yang mampu menarik perhatian pembacanya dengan perolehan setuju mencapai 41%.

Melalui hasil tersebut disimpulkan kalau quote menjadi dimensi tinggi yakni 41% persen responden setuju dengan Phillip Sekuritas Indonesia memiliki kutipan seseorang yang mampu menarik perhatian pembacanya. Dapat diartikan kutipan yang dipakai oleh Phillip Sekuritas Indonesia membuat pengikutnya menarik untuk dibaca karena terdapat quote dari isi pesan yang disampaikan.

3.2. Hasil Dimensi Variabel Y



Gambar 2. Perbedaan Tingkatan Dimensi Variable Y

Melalui diagram ini menampilkan hasil interval di setiap masing-masing dimensi pada variabel Y peneliti, yakni Literasi Keuangan. Adapun dimensinya di antara lain, basic personal finance, money management, debt & credit management, saving & investment, dan risk management.

Pada hasil dimensi *basic personal finance*, menunjukkan hasil yang tinggi yakni 67% atau 67 responden. Dimensi *basic personal finance* ini memiliki tiga pernyataan, yakni mengetahui instrumen investasi di pasar modal dengan perolehan 39% setuju. Pernyataan selanjutnya, mengetahui cara kerja berinvestasi pasar modal meraih perolehan responden 43% jawaban setuju. Terakhir, mengetahui informasi terkini pasar modal dengan perolehan responden 40%.

Pada dimensi *basic personal finance*, didapatkan perolehan tinggi yakni 43% untuk pernyataan mengetahui cara kerja berinvestasi pasar modal yang berarti pengikut Instagram 65 mendapatkan informasi tersebut dari akun Instagram Phillip Sekuritas Indonesia.

Dimensi *Money Management* meraih perolehan 74% dari tiga pernyataan, yakni mengetahui tujuan berinvestasi pasar modal dengan perolehan responden sebesar 43% setuju, mengetahui pengelolaan keuangan ketika berinvestasi di pasar modal mendapatkan perolehan 50% setuju, dan mengetahui jangka waktu investasi yang tepat sesuai tujuan investasi sebesar 47% setuju.

Dari dimensi tersebut peneliti menyimpulkan kalau dimensi *Money Management* meraih perolehan tertinggi dengan pernyataan tertingginya yakni 50%. Berarti, pengikut Instagram Phillip Sekuritas Indonesia mengetahui pengelolaan keuangan ketika berinvestasi di pasar modal.

Dimensi *Credit & Management* mendapatkan perolehan nilai 72% atau 72 orang dari 100 responden. Dimensi *Credit & Management* ini memiliki tiga pernyataan yakni mengetahui adanya fasilitas pembiayaan transaksi saham oleh perusahaan efek atas transaksi pengguna dengan perolehan responden 44% setuju. Mengetahui adanya cara kerja fasilitas margin trading perusahaan efek dengan perolehan setuju sebanyak 45%. Mengetahui adanya syarat dan penggunaan fasilitas margin trading dengan perolehan 46%.

Maka dari itu bisa disimpulkan dimensi *Credit & Management* memiliki nilai tinggi dengan jawaban setujunya sebanak 44% yang berarti pengikut Instagram Phillip Sekuritas Indonesia mengetahui adanya syarat dan penggunaan fasilitas margin trading.

Dimensi *Saving & Investment* memperoleh nilai 77% atau 77 orang dari 100 responden yang berarti meraih perolehan tinggi. Dimensi *Saving & Investment* memiliki tiga pernyataan, yakni mengetahui alokasi yang tepat dalam menabung dengan berinvestasi sebanyak 43%. 66 Mengetahui instrumen investasi yang tepat sesuai jangka waktu investasi sebesar 43%, lalu mengetahui strategi investasi untuk mengoptimalkan tabungan sebesar 49%.

Dapat disimpulkan *Saving & Investment* meraih perolehan tinggi dengan pernyataan kalau pengikut Instagram Phillip Sekuritas Indonesia mengetahui strategi investasi untuk mengoptimalkan tabungan sebesar 49%.

Dimensi *Risk Management* meraih perolehan 72% yang berarti tertinggi dengan tiga pernyataan di dalamnya, yakni mengetahui informasi mengenai profil risiko berinvestasi di pasar modal, dengan perolehan 48% setuju. Mengetahui informasi diversifikasi demi

meminimalkan risiko investasi di pasar modal sebanyak 43% setuju. Mengetahui keuntungan dan kerugian pada masing-masing instrumen investasi sebesar 49% setuju.

Maka bisa disimpulkan *Risk Management* punya kategori tertinggi dari pernyataannya yakni 49% setuju yang berarti pengikut Instagram Phillip Sekuritas Indonesia setuju mengetahui keuntungan dan kerugian pada masing-masing investasi

3.3 Pembahasan Analisis Hubungan Variabel X dan Y

Berdasarkan hasil analisis Pearson Correlation dengan nilai sig dari kedua variabel adalah 0,000, dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berkorelasi atau berhubungan. Berdasarkan uji korelasi menggunakan IBM SPSS Ver 25, nilai korelasi dari kedua variabel adalah 0,799 dan dikaitkan dengan tabel interval koefisien, nilai tersebut termasuk ke dalam kategori cukup kuat korelasinya, yang di mana dapat disimpulkan bahwa Isi Pesan Instagram @talktophillip memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap tingkat literasi.

3.4 Pembahasan Analisis Regresi Linear Sederhana

Di bagian ini akan membahas hasil analisis regresi linier sederhana yang bertujuan untuk melihat hubungan secara linier antara variabel X (Isi Pesan) dan variabel Y (Literasi Keuangan). Dalam hasil analisis tersebut didapatkan bahwa nilai R atau nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y adalah 0,799. Sementara R Square (R²) menunjukkan hasil 0,638 dan hasil koefisien determinasi (KD) sebesar 0,638 x 100% yaitu, 63,8%. Maka pengaruh efektivitas isi pesan sebesar 63,8% terhadap tingkat literasi keuangan. Adapun 31,7% dapat dipengaruhi berdasarkan faktor lainnya di luar yang diteliti pada penelitian ini.

Sedangkan hasil koefisien variabel X terhadap Y, konstanta (a) bernilai 4,850 dan koefisien regresi kemiringan (b) yaitu 1,893 yang termasuk ke dalam variabel X. Jika dimasukkan pada rumus persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = 4,850 + 1,893 \times X$. Maka 1,893 adalah angka yang memiliki pengaruh bahwa setiap adanya penambahan pada nilai pengaruh isi pesan maka literasi keuangan juga akan meningkat berjumlah 1,893 dan apabila mengalami penurunan nilai atau negatif pada pengaruh kampanye maka minat beli juga akan menurun sebesar 1,893.

Analysis of Variance (ANOVA) merupakan tahap selanjutnya yang diteliti oleh peneliti untuk mengetahui apakah variabel X (Isi Pesan) berpengaruh terhadap variabel Y (Literasi

Keuangan). Adapun nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,01$ yang artinya bahwa secara simultan variabel X (Isi Pesan) Instagram Phillip Sekuritas Indonesia memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Literasi Keuangan).

Peneliti menyimpulkan bahwa dari hasil analisis regresi linier sederhana dapat disimpulkan isi pesan memiliki pengaruh atau korelasi terhadap tingkat literasi keuangan. Hal ini dikarenakan nilai konstanta (a) bernilai positif sehingga regresi linear variabel X (isi pesan) terhadap variabel Y (literasi keuangan) bersifat searah. Jadi, terdapat pengaruh kuat antara isi pesan terhadap tingkat literasi keuangan.

4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa efektivitas isi pesan Instagram @talktophillip memiliki pengaruh terhadap tingkat Literasi Keuangan pada pengikut Instagram. Hasil antara dua variabel, yakni variabel X (Isi Pesan) dan variabel Y (Literasi Keuangan) menampilkan angka besar, yakni 0,799. Berdasarkan interval koefisien, maka hasil tersebut menunjukkan hasil yang sangat kuat, artinya isi pesan Instagram talktophillip sangat efektif terhadap tingkat literasi keuangan. Hasil uji regresi linier sederhana Instagram @talktophillip juga menyatakan bahwa pengaruh variabel bebas (isi pesan) terhadap variabel terikat (literasi keuangan) sebesar 63,8% sedangkan 31,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini, di antaranya anak muda saat ini lebih memilih mencari literasi keuangan melalui platform media sosial lain, seperti YouTube dan TikTok..

4.2 Rekomendasi

Dalam penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk para penelitian lain. Kajian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama terkait isi pesan, disarankan menggunakan metode kualitatif atau pendekatan kualitatif, seperti menggunakan teori analisis isi. Berdasarkan penelitian ini, sangat penting bagi perusahaan untuk semakin memperluas dalam dimensi Power Words untuk variabel X dan Basic Personal Finance di variabel Y pembuatan kontennya di Instagram.

REFERENSI

- Danaher, P.J., Wilson, I and Davis, R. (2003). A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty, Marketing Science.
- Hardiyansyah. 2015. Komunikasi Pelayanan Publik. Gava Media : Yogyakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Prenadamedia Group Universitas Bina Darma Gedung
- Murthado, Ali 2019. Media Sosial dan Pemberdayaanya bagi Para Da'i dan Organisasi Keislaman, Jakarta.
- Martono, Nanang. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Daya Sekunder. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nababan, D., & Sadalia, I. 2012. Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara: 1-15
- Nasir, Muhammad. 2016. Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender, Yogyakarta.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Smith, D Ronald. 2005. Strategic Planning for Public Relation. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Ramadhani, Graifhan (2003). Modul Pengenalan Internet. Diakses dari www.directory.umm.ac.id. pada 10 Oktober 2015, Jam 09.15 WIB.
- Supadiyanto 2020. Pengantar Jurnalisme Konvergentif, Bantul, Yogyakarta.
- Tahrin, Houtman, dan Vitt, L. A., Andersen, C., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000).
- Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S. Virginia: Institute for Socio-Financial Studies.