

Analisis Pembelajaran Literasi Keuangan Melalui Konten Video: Tinjauan pada Short Video TikTok

Mochammad Reza Putra Nugroho¹, Haerunisa², Meisya Putri Izati³, Salmadila Ramadhanty⁴, Buyung Firmansyah⁵

Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

rezanugroho1535@upi.edu¹, haerunisa21@upi.edu², meisyaputriiii699@upi.edu³, salmadila@upi.edu⁴, buyungf@upi.edu⁵

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penerapan edukasi kepada masyarakat mengenai literasi keuangan melalui konten video di media sosial pada platform TikTok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian melalui aktivitas observasi yang berupa narasi. Hasil penelitian menggunakan metode observasi dengan cara menganalisis video konten video Raymond Chin di dalam platform TikTok. Penelitian ini menunjukkan bahwa Raymond Chin telah memenuhi indikator-indikator yang dianalisis, di antaranya Raymond Chin memiliki kemampuan memberikan informasi cepat dan relevan bagi *audience* menggunakan gerak tangan, intonasi suara yang membuat penampilannya tidak terlihat monoton, serta menggunakan bahasa yang informal dan kerap menggunakan bahasa Inggris serta bahasa *slang* untuk menarik para *audience*. Hal ini menjadikan Raymond Chin sangat populer bagi *audience* yang ingin mempelajari dan memiliki minat pada literasi keuangan. Pada video-video kontennya, Raymond Chin mampu mengajak para *audience* untuk ikut merasakan apa yang dirinya sampaikan sehingga dapat menimbulkan ketertarikan untuk membuat *audience* peduli terhadap penyampaian dari dirinya.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Media Sosial, Konten Kreator

Analysis of Financial Literacy Learning through Video Content: A Review of TikTok Short Videos

Abstract: The purpose of this study is to analyze the application of education to the public regarding financial literacy through video content on social media on the TikTok platform. The method used in this research is a qualitative method. Qualitative method is a method used to solve research problems through observation activities in the form of narratives. The results of research using the observation method by analyzing Raymond Chin's video content on the TikTok platform. This study shows that Raymond Chin has met the indicators analyzed, including Raymond Chin's ability to provide fast and relevant information to the audience using hand gestures, voice intonation that makes his performance not look monotonous, and uses informal language and often uses English and slang to attract the audience. This makes Raymond Chin very popular for audiences who want to learn and have an interest in financial literacy. In his video content, Raymond Chin is able to invite the audience to feel what he says so that it can generate interest to make the audience care about the messenger from him.

Keywords: Financial Literacy, Social Media, Content Creator

PENDAHULUAN (CTRL+ALT+H)

Era digitalisasi ini membuat masyarakat dapat mengakses sumber informasi dan peristiwa di belahan dunia dengan cepat dan mudah. Kemudahan akses ini merupakan bagian dari hasil perkembangan teknologi 4.0 yang massif. Perkembangan ini mengakibatkan munculnya alat-alat komunikasi dan informasi seperti internet dan handphone yang terjangkau untuk dimiliki setiap individu.

Era digitalisasi ini dimanfaatkan dengan baik dalam sektor bisnis. Banyak sekali perusahaan pengembangan internet dan penanam modal yang melakukan terobosan dan investasi pada produk digital. Hal ini sebagai respon dari permintaan pasar terhadap produk digital yang dapat

mengefektifkan kegiatan masyarakat. Produk digital yang dikembangkan tersebut salah satunya adalah aplikasi media sosial. Pada awalnya, media sosial digunakan sebagai platform komunikasi dan akses terhadap kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Namun, seiring berjalannya waktu, media sosial mengalami transformasi yang kini dapat digunakan sebagai media hiburan. TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang digemari masyarakat karena menawarkan konsep short video menggunakan rasio layer vertikal.

Konsep yang dipakai oleh TikTok *short* video adalah konsep yang serupa dengan fitur instastory pada aplikasi Instagram. Konsep ini mengakibatkan pengguna dapat dengan mudah berpindah-pindah konten sesuai dengan kemauan mereka. Tidak hanya itu, konsep ini juga memungkinkan konten yang ditonton berdurasi pendek tanpa harus menghabiskan waktu yang lama. Konsep ini ternyata dapat dengan cepat menarik minat pasar, sehingga TikTok mampu menarik minat pengguna internet di Indonesia. Dengan demikian, TikTok menjadi media sosial yang populer di Indonesia menyaingi Amerika Serikat menurut laporan (Annur, 2023).

Banyaknya pengguna TikTok semakin membuat banyak orang yang menghabiskan waktunya di aplikasi tersebut. Bahkan, banyak pengguna yang berlebihan dalam menggunakan aplikasi tersebut dan hanya mengonsumsi informasi-informasi yang kurang mendidik. Hal tersebut didukung dengan para konten kreator TikTok yang masih banyak membuat konten hanya untuk popularitas dan mencari perhatian publik. Namun, mereka jarang memperhatikan kualitas konten mereka. Menurut Maulana et al (2020) “akun-akun influencer membangun kepercayaan yang melibatkan para penonton setianya sehingga mengakibatkan kecanduan konsumsi akan konten influencer tersebut”. Oleh karena itu, tidak jarang masyarakat dapat menghabiskan waktu hingga 53,8 menit (Jauhari, 2023). Hal ini mengakibatkan kecanduan pada pengguna, konten yang sering dikonsumsi merupakan konten hiburan.

Transformasi diperlukan agar pengguna tidak hanya mengonsumsi tontonan hiburan yang kurang mendidik, tetapi juga konten edukasi yang berguna. Dalam aplikasi TikTok, kini mulai banyak bertebaran konten kreator yang mulai memberikan edukasi sebagai konten video mereka. Salah satunya adalah *financial influencer*, Raymond Chin. Raymond Chin merupakan konten kreator asal Indonesia yang dalam konten videonya gemar membahas seputar ekonomi global, investasi, dan juga saham. Proses penjabarannya yang menarik, pribadi yang positif, serta pengetahuan yang diberikan relevan dengan masa sekarang. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menginformasikan terkait penerapan edukasi yang dilakukan pada platform TikTok.

Penelitian ini memiliki hipotesis bahwa edukasi literasi keuangan pada platform media sosial akan efektif dilakukan. Literasi keuangan merupakan hal yang penting dilakukan oleh semua kalangan. Sedangkan, Media sosial merupakan media yang cocok dalam mempelajari serta mengajarkan literasi keuangan. Melihat dari penelitian terdahulu, dijelaskan bahwasanya, pengajaran keterampilan literasi keuangan sangat diperlukan sejak usia dini (Apriliani, 2023). Adapun, penelitian terdahulu juga menyebutkan literasi keuangan dan teknologi keuangan berpengaruh satu sama lain. (Andiani dan Maria, 2023).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian artikel ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian dengan data bersumber dari wawancara, pengamatan, dan penggalan dokumen (Wahidmurni 2017).

Metode kualitatif yang digunakan adalah tinjauan literatur, dan observasi. Tinjauan literatur adalah penjelasan mengenai teori, dan sumber penelitian lain yang diambil dari referensi untuk menjadi dasar dalam melakukan penelitian. Sebuah tinjauan literatur yang baik harus relevan, terkini (dalam tiga tahun terakhir), dan informatif (Universitas STEKOM). Observasi merupakan suatu pengamatan yang dilakukan dengan mengadakan suatu pengamatan secara teliti serta pencatatan sistematis (Sangadji dan Sopiah, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN (CTRL+ALT+H)

Teori kekayaan media atau *Media Richness Theory* merupakan teori yang dikemukakan oleh Daft dan Lagel. Dalam teori ini “media dianggap ‘kaya’ jika mendapatkan *feedback* segera, beberapa isyarat sekaligus, mampu digunakan dalam ragam bahasa, dan personalisasi. Semakin tinggi tingkatan kekayaan media, maka semakin banyak informasi yang diberikan, semakin sedikit ketidakjelasan di dalamnya akan mengurangi tingkat ambiguitas dan ketidakpastian penerima informasi ”(Daft dan Langel, 1987) dalam (Irawan, 2015).

Menurut Draft dan Langel (1986) ada 4 kriteria dalam teori kekayaan media, yaitu Kesegaran (*immediacy*), Keragaman Isyarat (*multiple cues*), Variasi Bahasa (*language variety*), dan Sumber Personal (*personal source*). Sedangkan Teori Literasi Keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan yang mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan (OJK). Pemahaman ini harus dimiliki setiap individu dalam mengelola aset finansial yang dipunya untuk mencapai tujuan finansial. Lusardi (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan terdiri dari pengetahuan dan kemampuan mengelola dan menggunakan keuangan yang ditujukan untuk mencapai tujuan.

Media sosial adalah media yang meliputi jejaring sosial yang digunakan penggunaanya untuk membagi, mengikuti dan menciptakan konten yang dibagikan (Cahyono, 2016). Media sosial juga merupakan wadah dari penyaluran informasi dan komunikasi yang saat ini umum digunakan bagi masyarakat. Dengan media sosial, masyarakat dapat menemukan dan mencari informasi yang diinginkan hanya dengan menggunakan sosial media.

TikTok merupakan platform media sosial yang kerap digunakan oleh masyarakat terutama konten kreator dalam melakukan penyebaran informasi. TikTok menawarkan fitur utama dalam media informasi, yaitu adalah *short video* dengan konsep vertikal. konsep seperti ini dipakai pada media sosial lain seperti Instagram, Snapchat, dan Whatsapp. Namun, tidak dijadikan fitur utama dalam penyampaian informasi dan komunikasi. Dengan konsep ini, konten kreator dapat membuat konten yang berisi dan padat tanpa harus membuat konten dengan durasi yang panjang.

Raymond Chin merupakan salah satu konten kreator multi platform yang membahas tentang ekonomi dan keuangan. Ia aktif memberikan konten seputar ekonomi, keuangan, dan investasi terutama di platform media TikTok.

Tabel 1. Hasil Analisis Literasi Keuangan pada Konten Raymond Chin

No	Indikator	Kategorisasi	Temuan Hasil Observasi
1	Kekayaan Media	Kesegaran	Pembuatan konten yang aktif secara berkala
		Keragaman Isyarat	Penyampaian yang menarik dengan gerak tubuh dan elemen editing yang dipakai
		Variasi Bahasa	Campuran bahasa formal dan informal
		Sumber Personal	Permainan intonasi pada gaya bicara
2	Literasi Keuangan	Pemahaman tentang Materi	Memiliki pengetahuan yang mumpuni terkait bidang ekonomi dan keuangan
		Keberagaman Pembahasan	Pembahasan yang beragam mulai ekonomi, keuangan, dan berita
		Penawaran tentang Strategi	Dapat memberikan solusi dan juga saran yang dapat diterima
		Penyampaian Fakta/Opini	Memberikan fakta dengan tambahan opini terhadap materi

Berdasarkan observasi dengan menggunakan teori kekayaan media sebagai landasan dan teori literasi keuangan sebagai pendukung. Raymond Chin memenuhi indikator-indikator yang diteliti dengan sebagai berikut :

1. Kesegaran (*immediacy*)

Kesegaran atau *immediacy* merupakan penyampaian dari media yang cepat dan terbaru. hal ini sangat penting terhadap keberlangsungan media, sebab salah satu kekuatan dari media adalah informasi. Dengan informasi media dapat dilirik dan daya tarik terhadap *audience*. Konten kreator haruslah memberikan informasi yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar berita yang diberikan relevan dan terbaharui. (Draft dan Langel, 1986)

Raymond Chin memiliki kemampuan memberikan informasi yang cepat dan relevan bagi *audiencenya*. Pada video-video yang dibuat, ia selalu mengikuti perkembangan informasi ekonomi dan keuangan yang cepat. Raymond Chin kerap mengupload hampir setiap hari, bahkan ia kerap kali mengupload dua video dalam satu hari. Hal ini selaras dengan informasi yang diberikan sesuai dengan perkembangan ekonomi dan keuangan yang terjadi.

2. Keragaman Isyarat (*multiple cues*)

Keragaman Isyarat atau *multiple cues* merupakan keragaman komunikasi yang ingin disampaikan melalui pendekatan-pendekatan seperti bahasa tubuh, intonasi dan suara (Draft dan Langel, 1986). keragaman isyarat yang sering digunakan adalah gerak tangan, mimik muka, gerak mata. Hal ini dapat dijadikan satu gerakan tubuh yang dapat mendukung pemaparan materi. Hal ini dapat memberikan keragaman dan menimbulkan kesan yang tidak monoton dan membuat *audience* dapat tertarik pada materi yang dipaparkan.

Raymond chin menggunakan gerak tangan dan intonasi suara untuk menunjukkan ketertarikan terhadap materi yang disampaikan agar tidak terkesan monoton. Tidak hanya itu, editing yang digunakan juga memberikan *audience* kemudahan dalam menyerap informasi. Editing ini berupa infografis yang diperuntukan untuk menggambarkan materi yang diberikan. gerak tubuh darinya juga memberikan hasrat bagi *audience* untuk melakukan sesuatu. Sebagai contoh, kekuatan mata, gestur tangan dari Raymond Chin dapat membawakan emosi yang ingin disampaikan terkait video materi permasalahan ekonomi. ketika permasalahan ekonomi sedang memburuk, intonasi yang sedih untuk mendukung suasana tersebut. Sebaliknya, jika membawakan kabar baik terkait ekonomi, cenderung memberikan intonasi yang gembira dan positif. Selain itu, Raymond Chin juga kerap kali memaparkan informasinya dengan menggunakan editing untuk menggambarkan hal tersebut. Sebagai contoh, dalam video “Tips untuk Selalu Punya Uang” Raymond Chin memaparkan strateginya dengan menggunakan editing untuk memvisualisasikan apa yang ingin disampaikan.

3. Variasi Bahasa (*language variety*)

Variasi Bahasa atau *language variety* merupakan penyampaian informasi yang menggunakan kata ataupun bahasa yang beragam. Dengan demikian, pemahaman akan penyampaian informasi yang akan dipaparkan dapat dipahami oleh masyarakat. Maka dari itu, penyampaian tersebut dapat meningkatkan pembelajaran literasi keuangan. (Draft dan Langel, 1986).

Kemampuan penggunaan kata yang berbeda dapat meningkatkan pemahaman *audience* (Evanti, 2019). Raymond chin menggunakan bahasa informal untuk memberi tahu pada *audience* terkait informasi yang disampaikan. Raymond kerap menambahkan bahasa inggris dan *slang* untuk menarik *audience* dari kalangan gen z yang gemar menggunakan bahasa itu. Sebagai contoh, Raymond memaparkan berita tentang Bitcoin,

aset keuangan yang sedang booming di kalangan masyarakat. Raymond merangkum penjelasan kripto yang sulit dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh *audience*. keragaman isyarat yang sering digunakan adalah gerak tangan, mimik muka, gerak mata. Hal ini dapat dijadikan satu gerakan tubuh yang dapat mendukung pemaparan materi.

4. Sumber Personal (*personal source*)

Sumber Personal atau *personal source* adalah kemampuan dalam memaparkan informasi dengan perasaan dan emosi yang disampaikan kepada *audience* (Draft dan Langel, 1986). Sumber personal biasanya berupa informasi, mimik muka, ciri khas yang sering ditampilkan. Dengan demikian, setiap individu memiliki sumber personal yang berbeda-beda, sehingga menjadikan ciri khas tersendiri dari seorang individu.

Raymond Chin dapat mampu memberikan emosi yang mendukung terkait dengan materi yang disampaikan. Caranya dalam memberi informasi lewat intonasi dan gaya bicaranya sangat mampu menarik minat *audience*. Misalkan saat Raymond memaparkan perang dagang antara Amerika dan China. Pembawaan yang diberikan tidak hanya terkesan memberi tahu dengan datar, tetapi dengan intonasi dan gaya bahasa yang persuasif. Tidak hanya itu, ciri khasnya yang mengajak *audience* untuk berdiskusi setelah video usai, menarik minat *audience* dalam memberikan opini mereka. Hal ini memberikan *insight* yang luar biasa untuk impresi sosial media.

SIMPULAN

Era digitalisasi telah memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mengakses sumber informasi dan berbagai peristiwa dari belahan dunia. Era digitalisasi telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai sektor bisnis untuk dapat mengefektifkan kegiatan masyarakat. salah satu produk digital yang berkembang di masyarakat yaitu media sosial, yaitu aplikasi TikTok. platform tersebut berisi video *short* yang menggunakan rasio vertikal seperti bentuk instastory Instagram yang memudahkan pengguna untuk menikmati konten yang tersedia. Hampir setiap hari masyarakat di seluruh dunia mengakses platform TikTok untuk melihat informasi yang beredar. Seiring berjalannya waktu kreator platform TikTok mulai menawarkan video edukasi. Salah satu *financial influencer* ialah Raymond Chin. Raymond Chin merupakan konten kreator asal Indonesia yang dalam kontennya, ia gemar membahas seputar ekonomi investasi, dan saham. Penjabaran yang menarik, pribadi yang positif, serta pengetahuan yang diberikan relevan dengan masa sekarang membuat penelitian ini dapat menginformasikan terkait penerapan edukasi yang dilakukan pada platform TikTok.

Penelitian ini menggunakan metode observasi terhadap video yang dibuat oleh konten kreator Raymond Chin. Teori yang digunakan adalah teori kekayaan media sebagai landasan dan teori literasi keuangan sebagai pendukung. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa konten kreator Raymond Chin telah memenuhi indikator-indikator yang ada, yaitu kesegaran (*immediacy*), Raymond Chin memiliki kemampuan memberikan informasi cepat dan relevan bagi *audience*; keragaman isyarat (*multiple cues*), ia menggunakan gerak tangan dan intonasi suara yang membuat penampilannya tidak terlihat monoton; variasi bahasa (*language variety*), menggunakan bahasa yang informal dan kerap menggunakan bahasa Inggris serta bahasa *slang* untuk menarik para *audience*, dan sumber personal (*personal source*), Raymond Chin dapat mengajak para *audience* untuk ikut merasakan apa yang dirinya sampaikan sehingga dapat menimbulkan ketertarikan untuk membuat *audience* peduli terhadap penyampaian dari dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023, May 24). *10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia*. (April 2023). Databoks.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Apriliani, R. (2023). URGENSI KETERAMPILAN LITERASI KEUANGAN SEJAK DINI: ANALISIS KENDALA DAN PROSPEK. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 1(1), 1–16.
- Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Z. *JURNAL AKUNTANSI BISNIS DAN EKONOMI*, 9(2).
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *PUBLICIANA*, 9(1), 140-157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Evanti, V. (2019). *PEMANFAATAN KEKAYAAN MEDIA SOSIAL OLEH MOJOK.CO (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Twitter @mojokdotco dalam Menambah Jumlah*. Digilib UIN-SUKA. Retrieved April 29, 2024, dari https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50163/1/15730042_BAB%20I_BAB%20IV_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf
- Jauhari, S. S. (2023, 12 9). *TikTok Jadi Media Sosial dengan Waktu Penggunaan Terlama, Lebih Dari 50 Menit per Hari*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/tiktok-jadi-media-sosial-dengan-waktu-penggunaan-terlama-lebih-dari-50-menit-per-hari-V8ySw>
- Literasi Keuangan*. (n.d.). Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved March 12, 2024, from <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx#:~:text=Literasi%20Keuangan%20adalah%20pengetahuan%2C%20keterampilan,untuk%20mencapai%20kesejahteraan%20keuangan%20masyarakat>
- Maulana, I., Manulang, J. M. br, & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 17, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Moleong, L. J. (1993). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (T. Surjaman, Ed.; 1st ed.). Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2005). *Metodologi penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Saifulillah. (2006). *Buku Panduan Metodologi Penelitian*. Fakultas Syariah UIN.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi penelitian : pendekatan praktis dalam penelitian* (1st ed.). ANDI.
- Sappaile, B. I. (2007). *KONSEP INSTRUMEN PENELITIAN PENDIDIKAN*. <https://www.researchgate.net/publication/338630469>
- Saskia, C., & Nistanto, R. K. (2023, February 14). *15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram>
- Saudjana, N., & Kusuma, A. (2002). *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*. Sinar Baru Argasindo.
- Tinjauan literatur*. (n.d.). Universitas STEKOM. Retrieved March 12, 2024, from https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Tinjauan_literatur
- Wahidmurni. (2017). *PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUALITATIF*.