

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu hal penting yang harus dimiliki setiap individu di era modern seperti sekarang ini adalah pengetahuan keuangan digital karena dapat membantu dalam pemahaman dan pengelolaan keuangan (Teknokrat, 2024). Kemampuan setiap individu dalam memahami konsep-konsep dasar tentang keuangan, seperti manajemen keuangan, perencanaan keuangan jangka panjang, dan investasi berdampak pada kemakmuran umum dan stabilitas ekonomi bangsa.

Tingkat literasi keuangan di Indonesia masih sangat rendah, setiap individu dan masyarakat harus memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan. Data menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia memiliki pengetahuan keuangan yang rendah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SLINK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2024 menemukan bahwa hanya 65,43% masyarakat di Indonesia yang tahu dasar-dasar pengelolaan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Tingkat literasi yang rendah dapat menyebabkan masalah dalam pengelolaan utang dan investasi serta meningkatkan risiko penipuan finansial. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia masih belum tahu cara mengelola keuangan pribadi.

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam banyak bidang kehidupan manusia, termasuk dalam dunia keuangan.

Kemunculan literasi keuangan adalah salah satunya (Tiffani, 2023). Literasi keuangan digital, yang dianggap rendah di Indonesia, mengacu pada kemampuan individu untuk memahami, menggunakan, dan mengelola produk dan layanan keuangan digital secara efektif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan bahwa memahami keuangan digital sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan dan inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam transaksi finansial, pemahaman tentang literasi keuangan digital menjadi penting untuk melindungi masyarakat dari risiko yang mungkin muncul.

Studi kasus kritis yang berfokus pada konsekuensi hukum dari pinjaman *online* ilegal, terutama menyoroti tindak pidana ancaman, yang sering terjadi bersamaan dengan transaksi pinjaman *online* tersebut (Adam, 2022). Masalah ini penting karena menjelaskan sisi gelap pinjaman *online*, dimana peminjam mungkin diancam dan dipaksa oleh pemberi pinjaman, terutama ketika mereka tidak dapat membayar. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya untuk memahami risiko yang menunggu konsumen dan penegak hukum di sektor keuangan. Banyak peminjam melaporkan mengalami intimidasi dan eksploitasi dari pemberi pinjaman yang tidak etis sebagai akibat dari masalah ini yang memperburuk keadaan keuangan peminjam (Adam, 2022). Kesadaran akan risiko-risiko ini dapat ditingkatkan melalui pendidikan literasi keuangan yang efektif.

Di tengah fenomena ini, lembaga keuangan, khususnya perbankan, diminta untuk berpartisipasi secara aktif dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Dalam menghadapi tantangan ini, lembaga keuangan memiliki

tanggung jawab sosial untuk menyediakan barang dan jasa keuangan dan memberikan pendidikan kepada masyarakat melalui program edukasi langsung maupun media lainnya. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah media digital, terutama platform YouTube. Penggunaan platform video seperti YouTube dapat menjadi cara yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan konten edukatif yang menarik.



Gambar 1. 1 Series Film Pendek Oleh Bank BCA
Sumber: *Channel Solusi BCA*

Gambar di atas adalah salah satu episode *series* film pendek Nurut Apa Kata Mama – Season 2 yang diproduksi oleh Solusi BCA. Di dalamnya, terdapat beberapa karakter yang ceria dan penuh senyum mencerminkan suasana tenang dan harmonis yang sesuai dengan keluarga Indonesia. Sementara logo BCA di bagian bawah meningkatkan *branding* sebagai bagian dari kampanye literasi keuangan digital, judul yang menonjol dan *font* besar dengan warna biru membuat kesan ramah. *Series* film pendek ini mengaitkan nasihat keuangan dengan kisah sehari-hari keluarga, *series* ini bertujuan untuk mengajarkan keuangan dengan cara yang menyenangkan dan menghibur. Bank

BCA menggunakan YouTube sebagai platform yang mudah diakses untuk memberi tahu masyarakat tentang pentingnya mengelola keuangan secara bijak saat menggunakan produk dan layanan perbankan digital. Platform ini juga menegaskan betapa pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Platform YouTube telah berkembang menjadi media yang berguna untuk menyebarkan informasi. Video edukatif dapat mengisi celah pengetahuan dengan cara visual yang lebih menarik dibandingkan teks biasa, kemampuan untuk menyampaikan informasi dan aksesibilitasnya yang luas membuat platform ini menjadi salah satu platform yang digunakan untuk mengunggah, menonton, dan mengedukasi masyarakat (Najid, 2024).

Media berbagi video melalui platform YouTube membantu lembaga keuangan untuk dapat menjangkau audiens yang lebih besar, terutama generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi digital. Banyak *content creator* yang semakin kreatif untuk membuat video di platform YouTube yang membuatnya menjadi media sosial paling diminati masyarakat di Indonesia (Paramesti et al., 2021). Salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang keuangan adalah melalui video edukasi yang interaktif dan mudah diakses.

Penyebaran teknologi digital telah membuka peluang baru untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keuangan. Banyak lembaga keuangan di Indonesia mulai menggunakan platform YouTube untuk memberikan informasi tentang pengetahuan keuangan. Salah satu bentuk yang mulai berkembang adalah *series* film pendek yang dibuat oleh bank dengan format video yang menarik, interaktif, dan mudah diakses yang bertujuan untuk

meningkatkan pemahaman audiens tentang pengetahuan keuangan. Lembaga keuangan, termasuk bank, memilih *series* film pendek karena memiliki daya tarik visual dan naratif yang kuat dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Di era internet, masyarakat cenderung lebih menyukai konten bergerak yang ditayangkan di YouTube, Instagram, dan Televisi daripada membaca artikel. Oleh karena itu, media audio visual, terutama film pendek menjadi cara yang baik untuk menyampaikan pesan (Kristianti, 2022). Bank menggunakan platform YouTube bukan hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk membangun merek dan kepercayaan publik.

Penelitian oleh (Sihombing, 2023) hanya melihat bagaimana intensitas menonton konten literasi keuangan di YouTube terhadap pengetahuan literasi keuangan penontonnya, khususnya di *channel* YouTube Felicia Putri Tjiasaka. Namun, penelitian ini belum secara khusus mengevaluasi *series* film pendek tentang literasi keuangan digital yang diproduksi oleh lembaga keuangan bank. Selain itu, kajian tentang literasi keuangan melalui konten video di YouTube Felicia Putri Tjiasaka tersebut belum secara komprehensif mempertimbangkan elemen-elemen penting, seperti strategi komunikasi, gaya, pesan utama, serta respon audiens terhadap konten visual dalam upaya meningkatkan literasi keuangan.

Topik penelitian mengenai literasi keuangan digital melalui tren *series* film pendek oleh lembaga keuangan bank di platform YouTube ini menjadi relevan karena fenomena ini masih relatif baru dan tidak banyak penelitian secara akademis yang mendalam dan menyeluruh tentangnya. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada seberapa efektif media digital atau

platform YouTube dalam meningkatkan literasi keuangan digital, tetapi jarang meneliti bagaimana *series* film pendek ini diolah dan digunakan sebagai alat edukasi keuangan oleh bank (Apriliani, 2018). Dengan melihat konten yang diunggah oleh bank di platform YouTube, analisis dapat dilakukan tentang bagaimana lembaga keuangan membuat strategi komunikasi dan edukasi untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keuangan. Analisis ini juga dapat menunjukkan seberapa baik media digital berfungsi sebagai alat edukasi keuangan dan masalah yang mungkin dihadapi dalam menyampaikan informasi tentang literasi keuangan melalui konten visual.

Penelitian oleh Arta Laras Angelina (2021), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpapar konten YouTube Raditya Dika terhadap literasi finansial di Generasi Z di Surabaya yang mengindikasikan bahwa semakin sering responden terpapar konten yang berkaitan dengan literasi keuangan, tingkat literasi finansial responden akan meningkat secara signifikan. Temuan ini menggarisbawahi efektivitas konten YouTube sebagai media edukasi finansial yang mampu meningkatkan pemahaman keuangan, khususnya di kalangan generasi muda (Angelina, 2021).

Dampak literasi keuangan melalui video sangat signifikan, terutama dalam konteks elemen-elemen konten yang diteliti. Lembaga keuangan dapat membuat video edukatif dengan menggabungkan berbagai elemen seperti narasi yang menarik, visual yang informatif, dan interaksi dengan audiens untuk memberikan edukasi yang lebih mendalam. Elemen-elemen tersebut tidak hanya membuat konten lebih menarik, tetapi juga meningkatkan

pemahaman penonton. Penggunaan karakter yang akrab dalam film pendek dapat membantu penonton menyatu dengan situasi yang dihadapi, sehingga penonton dapat menerapkan pelajaran tentang keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, video tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang dapat mendorong perubahan perilaku yang positif terhadap keuangan.

Hasil penelitian sebelumnya bersandar pada bukti empiris bahwa media digital, terutama video, adalah salah satu cara yang efektif untuk memberi lebih banyak pengetahuan tentang keuangan digital. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur keuangan dengan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efisien dengan menggunakan platform digital.

Meskipun pengetahuan literasi keuangan digital semakin penting di zaman sekarang, hanya 65,43% masyarakat di Indonesia yang memiliki pemahaman cukup tentang pengelolaan keuangan. Selain itu, teknologi digital khususnya platform YouTube, telah memberikan kesempatan baru kepada masyarakat untuk belajar lebih banyak tentang keuangan melalui konten visual, seperti *series* film pendek yang dibuat oleh lembaga keuangan bank. Namun, kajian akademis mengenai efektivitas dan strategi komunikasi konten ini masih terbatas. Tidak banyak penelitian yang memeriksa secara khusus bagaimana *series* film pendek ini digunakan sebagai alat untuk mengajarkan masyarakat tentang keuangan, terutama untuk meningkatkan pengetahuan tentang keuangan digital. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui bagaimana lembaga keuangan dapat menggunakan *series* film

pendek di platform YouTube sebagai metode edukasi keuangan dan seberapa efektif dalam meningkatkan pengetahuan tentang keuangan digital.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian tentang Analisis Literasi Keuangan Digital Melalui Tren *Series* Film Pendek Oleh Lembaga Keuangan Bank Di Platform YouTube berpotensi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan digital. Dalam *series* film pendek, lembaga keuangan bank memiliki peran yang strategis untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik, menghibur, dan sederhana, serta membuat konsep keuangan yang rumit menjadi lebih mudah dipahami melalui cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Lembaga keuangan bank membuat *series* film pendek di platform YouTube yang memungkinkan audiens berinteraksi dengan lembaga keuangan bank melalui komentar. Selain itu, lembaga keuangan bank berperan dalam mendidik masyarakat dan mendorong literasi keuangan digital di kalangan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana literasi keuangan digital melalui tren *series* film pendek oleh lembaga keuangan di platform YouTube?
2. Bagaimana gaya video yang digunakan dalam *series* film pendek oleh lembaga keuangan bank di platform YouTube?
3. Bagaimana karakteristik dan respon audiens mengenai literasi keuangan digital dalam *series* film pendek oleh lembaga keuangan bank di platform YouTube?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui literasi keuangan digital melalui tren *series* film pendek oleh lembaga keuangan bank di platform YouTube, untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan informasi berupa tren *series* film pendek mengenai literasi keuangan digital, gaya video yang digunakan, serta karakteristik dan respon audiens.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu mengembangkan teori tentang literasi keuangan, media digital, dan strategi komunikasi di era digital. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menambah pengetahuan tentang hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan masyarakat. Teori-teori yang ada tentang literasi keuangan digital dan perilaku individu akan diperkaya dengan temuan tentang dampak literasi keuangan yang rendah.

Selain itu, mengevaluasi bagaimana bank membantu mengajarkan literasi keuangan digital akan membantu mengembangkan teori mengenai bagaimana bank dapat membantu masyarakat belajar tentang literasi keuangan melalui program pendidikan yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu lembaga keuangan bank membuat strategi edukasi literasi keuangan yang lebih tepat sasaran. Temuan ini dapat digunakan oleh bank untuk meningkatkan program pendidikan yang lebih efektif supaya dapat mengatasi perilaku konsumtif impulsif dan meningkatkan literasi keuangan masyarakat.

Pemerintah dan pembuat kebijakan dapat menggunakan temuan ini sebagai acuan dalam membangun program literasi keuangan yang lebih komprehensif dan terarah, khususnya untuk menangani perilaku keuangan yang berisiko.

3. Manfaat Sosial

Manfaat sosial penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia dengan menganalisis konten edukatif yang disajikan oleh berbagai lembaga keuangan di platform YouTube.

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki pengetahuan keuangan yang baik saat mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat membuat pilihan keuangan yang lebih cerdas. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pelajaran untuk mencegah rumah tangga mengalami masalah keuangan. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh institusi pendidikan dan lembaga keuangan untuk menerapkan program pendidikan yang

bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pengelolaan keuangan yang sehat.