

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan yang cepat teknologi komunikasi, serta pemahaman tentang teknologi informasi, mendapat perhatian ahli komunikasi, salah satunya yaitu melibatkan teknologi komunikasi, adalah piranti keras dengan struktur organisasi untuk menyimpan nilai-nilai yang bersifat sosial yang mengharuskan bagi seluruh individu untuk bersatu, menangani, dan bertukar informasi dengan orang lain. Maksud Rogers yaitu menggambarkan teknologi komunikasi memiliki banyak karakteristik. Pertama, teknologi komunikasi terkait dengan piranti keras dan alat. Kedua, teknologi komunikasi tumbuh menjadi tatanan ekonomi, sosial dan politik. Ketiga, teknologi komunikasi memperoleh nilai-nilai ini dari struktur. Keempat, teknologi komunikasi berkaitan pada piranti keras di bidang komunikasi.<sup>1</sup>

Teknologi yang terus berkembang turut mengubah berbagai kehidupan manusia. Tidak terkecuali pada bidang komunikasi, yaitu dunia digital. Teknologi informasi dan komunikasi ini diciptakan bertujuan untuk memudahkan penggunaanya dalam memenuhi kebutuhan. Awalnya, teknologi ini berguna untuk menghubungkan komunikasi yang berjarak.<sup>2</sup>

Media baru capai saat ini masih meningkatkan pertenggaran di kalangan ilmuwan. Anggapan pertama yang ada melalui konsep media yang baru selalu

---

<sup>1</sup> <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/1197/751> (diakses 10 september 2021)

<sup>2</sup> Holmes, David. 2010. Teori Komunikasi Media Teknologi dan Masyarakat. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

diartikan dengan sederhana dalam media bersifat interaktif yang menentukan perangkat dasar komputer. Definisi media baru berikutnya memberikan jangkauan yang lebih besar seperti media baru yang ada akibat inovasi atau perkembangan teknologi pada bidang media seperti televisi kabel, satelittes, teknologi fiber optik dan komputer<sup>3</sup>

Pada era digital ini, salah satu yang marak digunakan adalah media sosial. Menurut Putnam media sosial adalah tentang hubungan antar individu dalam bentuk jaringan sosial, norma, dan timbal balik. Media sosial mengacu pada karakteristik sosial, seperti kepercayaan sosial, jaringan sosial, dan norma sosial. Media sosial dapat secara positif mempengaruhi literasi dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi media sosial menciptakan “aset informasi”, yang bertindak sebagai dukungan kolektif atas karakter yang diberikan oleh masing-masing anggota kelompok dan mudah diterima oleh perantara keuangan sebagai pengganti aset lainnya.

Dalam media sosial terletak harapan yang baik, ingin memiliki, rasa simpati, dalam hubungan sosial atau kerjasama yang kencang antar individu atau keluarga yang membangun suatu kelompok sosial. Media sosial adalah keterkaitan antara individu sehingga terbentuk perasaan saling percaya (mutual trust) yang dipunyai pada anggota kelompok masyarakat yang memungkinkan terjadinya kerja sama<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Abrar, Ana Nadhya, 2003. Teknologi Komunikasi Perspektif Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: LESFI

<sup>4</sup> Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial. Jakarta : Prenadamedia Group.

Instagram merupakan media sosial pada zaman sekarang yang banyak digunakan. Media sosial ini memiliki beberapa tipe postingan, yaitu: feed post, postingan foto atau video yang akan muncul di halaman profil pengguna; instastory, unggahan foto atau video berdurasi maksimal 15 detik dan hanya bisa ditampilkan selama 24jam; live, video siaran langsung; dan IG-TV, postingan video berdurasi maksimal 1 jam. <sup>5</sup>Sebuah postingan di instagram bisa dikatakan berhasil apabila memperoleh respon dari audiensnya. Mulai dari pemberian like atau comment, menyebarkan postingan secara sukarela, kunjungan ke web yang dicantumkan hingga adanya tindakan melakukan pembelian produk. Hal-hal inilah yang membuat kreator instagram, sebutan untuk mereka yang menekuni produksi konten, berlomba-lomba menghasilkan unggahan yang kreatif dan menarik.<sup>5</sup>

Di awal tahun 2022, We are Social dan Hootsuite memaparkan hasil survey mereka terhadap aktivitas dunia digital di Indonesia. Pada data tersebut, bahwasannya ada 175.4 juta yang menggunakan internet di negara Indonesia. Dari angka itu, 160 juta orang menggunakan media sosial. Ada kenaikan 8.1% pengguna bila dibandingkan dengan survey tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan semakin banyak masyarakat yang berinteraksi dengan mediabarur tersebut. Masih dari data yang sama, dipaparkan bahwa instagram sedang membuat media sosial yang dominan dipakai di negara negara Indonesia. Sebanyak 79% total yang menggunakan media sosial Instagram di Indonesia <sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial. Jakarta : Prenadamedia Group

<sup>6</sup> Arianti, Gusmia. 2017. Kepuasan Remaja terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram

Melatih generasi saat ini yang semangat membangun negeri di zaman teknologi pada generasi Y dan Z, bukanlah perkarayang mudah bahkan teruntuk kaum Milenial. Isu ini paling penting dalam konteks peningkatan pengetahuan, dimana sebelumnya terlihat pada metrik keterbacaan dengan berbagai media offline, kini harus bercampur dengan literasi digital. Pengetahuan atau keterampilan dalam menggunakan media digital, alat komunikasi, dan jaringan untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, atau membuat informasi disebut literasi digital.<sup>7</sup>

Dengan kata lain, tampaknya apa yang terjadi dalam peningkatan literasi digital mendapat potensi besar karena masyarakat didorong oleh keberadaan membaca dalam jaringan seperti media. Namun, tingkat melek huruf belum tumbuh dengan munculnya fasilitas literasi digital. Awalnya literasi hanya mengacu pada kemampuan membaca dan menulis teks dan kemampuan dalam mengartikan UNESCO, namun saat ini makna literasi terus berkembang dan terbagi menjadi banyak bentuk literasi, salah satunya literasi digital..<sup>8</sup>

Analisis menimpa literasi digital usai banyak dilaksanakan dengan para ahli yaitu David Bawden, Gloria E. Jacobs, Sonia Livingstone, Guy Merchant, hingga Ezter Hargittai Pertumbuhannya cepat dari tahun ke tahun, hal bisa didapati dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mathar dalam menuturkan maka ada sebanyak 843 artikel terkait kajian literasi digital dipublikasikan dan sekitar 661 artikel tersebut sudah berbahasa

---

danPath.

<sup>7</sup> Ibid Hal 181

<sup>8</sup> Ibid Hal 182

Inggris. Penelitian ini menarik karena media dan digitalisasi tak terpisahkan. Dengan kata lain, kompetensi digital tidak dapat berkembang tanpa media. Ini membutuhkan penelitian dependen yang menggunakan media untuk meningkatkan literasi digital. Media sosial adalah alat komunikasi yang umum untuk sekarang. Manfaat media sosial untuk interaksi meningkat, terutama karena informasi dapat dengan mudah dibagikan. Informasi tentang komunitas dapat diakses dengan cepat atau terbuka di media sosial, yang juga berarti bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia tertipu dan disibukkan dengan sentimen yang berlaku. Individu didalam masyarakat dapat dengan mudah mempublikasikan berbagai macam hal mulai dari aktivitas pribadi, keluarga, bisnis, atau politik, atau menyikapi isu-isu yang muncul di media sosial. Media sosial terdapat banyak manfaat, tetapi juga memiliki banyak kelemahan. Sangat sulit untuk mengukur kebenaran informasi di media sosial, karena informasi yang terkandung di media sosial sangat subjektif dan pendapat pribadi dengan perasaan pribadi. Sangat sulit untuk mengukur kebenaran informasi di media sosial, karena informasi yang terkandung di media sosial sangat subjektif serta bermuatan emosional individual.<sup>9</sup>

Literasi digital bidang keuangan merupakan satu dari enam literasi yang sedang digalakkan oleh pemerintah melalui Gerakan Literasi Nasional bagi Kementrian Komunikasi dan Informatika. Artinya, literasi keuangan menjadi satu entitas penting yang harus dikuasai seluruh lapisan masyarakat guna meningkatkan keterampilan dan daya saing di kehidupan. Berbagai pihak dilibatkan dalam program ini, baik pihak lembaga pemerintahan maupun di luar pemerintahan. Selain

---

<sup>9</sup> Digital (digital natives). Prensky dalam subrahmahnyam&smahel 2011, Hal: 1.

itu, kampanye literasi keuangan juga banyak dilakukan secara offline dan online. Salah satu kanal media online yang digunakan untuk menyebarkan pendidikan literasi keuangan yaitu Instagram.<sup>10</sup>

Berbagai pihak dilibatkan dalam program ini, baik pihak lembaga pemerintahan maupun di luar pemerintahan. Selain itu, kampanye literasi keuangan juga banyak dilakukan secara offline dan online. Salah satu kanal mediaonline yang digunakan untuk menyebarkan pendidikan literasi keuangan yaitu instagram.

Kini Instagram merupakan salah satu hal yang familiar di masyarakat, khashnya dikalangan generasi milenial saat ini. Melainkan media sosial twitter facebook, dan Instagram juga masif digunakan oleh organisasi/perusahaan usaha untuk mengembakan informasi public. Organisasi/perusahaan menuruti apa yang sedang gencar diperbincangkan oleh masyarakat. Instagaram bisa melakukan apa saja yang diperlukan dengan masyarakat pada fitur-fitur menarik di dalamnya. Melalui fitur-fitur tersebut dalam instagram bisa memperjelas seseorang daengan menyampaikan informasi. Justru Instagram dapat di manfaatkan dengan seseorangsebagai ajang popularitas diri.<sup>11</sup>

Informasi merupakan entitas yang amat penting dan amat diperlukan oleh semua orang. Dengan informasi semua masyarakat bisa memahami yang sedang terjadi didunia. Dengan tidak adanya informasi, bahwa semua aspek yang ada tidak akan berjalan dengan baik. Informasi dan manusia adalah kedua hal yang saling

---

<sup>10</sup> Tim Gerakan Nasional Materi Pendukung Literasi Digital 2017. Jakarta

<sup>11</sup> Kurniawan P. 2017 Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Modern, Hal 220

berkaitan sebab informasi bisa diciptakan dengan manusia dan bisa dihapus pula oleh manusia.<sup>12</sup>

Instagram turut membentuk tren kesadaran finansial di kalangan masyarakat. Akun- akun personal maupun non-personal, seperti organisasi atau perusahaan banyak mengunggah konten-konten mengenai finansial di postingannya.

Adapun pengelolaan media social instagram yaitu dengan membuat perencanaan (*planning*) pengorganisasian (*organizing*), pengkomunikasian (*communicating*), pengawasan (*controlling*), dan penilaian (*evaluating*).<sup>13</sup>



**Gambar 1. 1**Postingan insta story finansial pada akun @bigalpha.id

<sup>12</sup> Ibid Hal, 221

<sup>13</sup> Fungsi-Fungsi Manajemen Oleh Nickles dan McHugh Ernie Trismawati 2005

Dalam gambar tersebut diambil dari salah satu insta story @bigalpha.id yang menjelaskan tentang langkah- langkah mengelola keuangan untuk milenial dalam bidang saham . Dari postingan @bigalpha.id langkah-langkah dalam mengelola keuangan atau saham adalah langkah pertama, punya uang yang diinvestasikan. Peristiwa ini bukan permasalahan yang mudah, jangankan apabila gaji yang dipunya tergolong *fixed income* (gaji bulanan tetap ) dengan biaya kebutuhanhidup yang kerap tidak tetap atau naik turun @bigalpha.id memberikan sosolusi supaya terhindar dari *deficit* keuangan, dibutuhkan cara mengelola keuangan rumah tangga yang tepat supaya kebutuhan sehari-hari bisa selalu terlaksana serta menyiapkan akal di masa depan. Salah satunya yaitu dapat mengidentifikasi keinginan kebutuhan anda<sup>14</sup>



**Gambar 1. 2 Insta story financial pada akun @bigalpha.id**

<sup>14</sup> [https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQzMjE4NTYyMjc4MTU3?story\\_media\\_id=2433514636213189010&igshid=YmMyMTA2M2Y](https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQzMjE4NTYyMjc4MTU3?story_media_id=2433514636213189010&igshid=YmMyMTA2M2Y) (diakses 5 Mei 2022)

Langkah ke dua dalam mengatur keuangan, pada postingan insta story tersebut bigalpa menyatakan bahwa Langkah keduanya yaitu membuka rekening samah di perusahaan sekuritas. Bigalpa adalah platform ketersediaan informasi dan konten financial berbasis data. Bigalpa mempertemukan, menganalisis, meriset, informasi, dan melaksanakannya dengan beragam bentuk supaya mudah dimengerti, dipahami, dan jadi proses dengan masyarakat Indonesia. pelayanan yang amat memuaskan . Pengguna jasa mereka merupakan orang-orang yang sudah memiliki kesadaran akan pentingnya mengatur keuangan namun belum cukup berani untuk mengatur sendiri urusan finansialnya. Pengalaman-pengalaman klien mereka inilah yang salah satunya menjadi topik konten yang menuai banyak komentar publik di instagram.<sup>15</sup>

Selain itu keunggulan bigalpa ini, dapat memberikan kita edukasi mengenai menabung, dan berinvestasi secara baik dalam mengelola keuangan. Dan bigalpa Secara finansialnya lebih menonjol karena isi kontennya yang lebih menonjol dan banyak penjelasan lainnya yang berisi tentang finansialnya. Selain itu desain dari bigalpa juga sangat menarik contohnya yang terdapat pada konten instagram nya seperti pada gambar berikut

---

<sup>15</sup> [https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQzMjE4NTYyMjc4MTU3?story\\_media\\_id=2433515866838600113&igshid=YmMyMTA2M2Y](https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQzMjE4NTYyMjc4MTU3?story_media_id=2433515866838600113&igshid=YmMyMTA2M2Y) ( diakses 5 Mei 2022)



**Gambar 1. 3 Postingan konten dari @bigalpha.id**

Dari desain postingan konten instagram bigalpha tertulis pada gambar tersebut yang berisi “ Cuma di Negara ini kalau punya anak bakal di kasihduit”. Tentu saja yang di katakana bigalpha pada postingan tersebut sangat menarik financial lainnya untuk selalu mengutamakan bigalpha.<sup>16</sup>

Maka Instagram bigalpha perlu dilakukan pengelolaan yang meliputi pengelolaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Maka dari itu peneliti tertarik akan permasalahan terkait dengan “**Pengelolaan Media Intagram Untuk Literasi Digital DiBidang Keuangan PadaPerusahaan @Bigalpha.id**” permasalahan tersebut sangatlah diperlukan, karena masih banyak perekonomian pada sector keuangan dikalangan masyarakat dalam perkembangannya menggunakan era konvesional serta pemahaman dan pengetahuan mengenai keuangan dan bisnis, dan juga masyarakat tidak kemakan akan adanya hoax atau pinjaman pinjaman berbasis online.

<sup>16</sup> <https://www.instagram.com/p/CaEd1uELqAY/?igshid=YmMyMTA2M2Y> (diakses 5 mei 2022)

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana pengelolaan media instagram untuk literasi digital di bidang keuangan pada perusahaan bigalpha?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan peneliti ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengelolaan media instagram untuk literasi digital dibidang keuangan pada perusahaan bigalpha

## 1.4 Kegunaan Penulisan

1. Manfaat Teoritis : Hasil dari penelitian diharapkan bisa memberikankegunaanuntuk mahasiswa dalam memahami Pengelolaan Media Instagram Untuk Literasi Digital DiBidang Keuangan Pada Perusahaan @bigalpha.id
  2. Manfaat Praktis : Hasil penelitian diharap dapat memberi sebuah pemahaman terhadap pengelolaan pengeloan media instagram pada literasi digital.
- Manfaat Akademis : Secara akademis penelitian ini bisa memperbanyak sumber penelitian dimana dapat di arsipkan pada perpustakaan Universitas Nasional yang bisa dipakai untuk rujukan penulis berikutnya yang sama terkait dengan Pengelolaan MediaInstagram.

## 1.5 Sistem Penulisan

Dalam mempermudah dan menyederhanakan lebih jelas penelitian skripsi ini maka dari itu penulis membuat struktur penulisan dari penelitian:

## **BAB 1 PENDAHULUAN :**

Untuk Bab 1 ini berisikan latar belakang yang menjelaskan tentang perkembangan teknologi dan internet seperti media social yang terdiri dari instagram, dan juga penjelasan tentang Pengelolaan Media Instagram Untuk Literasi Digital Di Bidang Keuangan Pada Perusahaan @bigalpha.id kemudian masuk rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA :**

Pada Bab II ini mendeskripsikan pengertian atau definisi dan memuat teori-teori yang berhubungan melalui Pengelolaan Media Instagram Untuk Literasi Digital Di Bidang Keuangan Pada Perusahaan @bigalpha.id

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN :**

Bab III berisikan pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN :**

Berisi hasil pembahasan setelah peneliti melakukan observasi di lapangan

## **BAB V PENUTUP :**

Berisi kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan