

DAMPAK PERKEMBANGAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GEN Z

Ambia Maharani

Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar

Email: mhr.bia4@gmail.com

Abstaract:

The rapid development of social media has influenced all aspects of life, one of which is how the younger generation manages their finances. This generation has grown up with digital development, which shows a different pattern of financial management and consumption. This research aims to identify the impact of social media on financial management of Gen Z. The main purpose of this article is to provide an overview of Gen Z to use social media in a more useful direction and build superior seeds for the future. The approach used in this article is the literature review method which includes various aspects of data collection techniques, recording and reading, and managing materials. The result of this article is to know that social media and technology play an important role in fostering financial literacy especially managing finances wisely, but can have a bad impact and become consumptive if the information or content consumed can change the mindset to be bad. The study recommends increasing selectivity and digital financial literacy in producing content on social media to optimize its positive benefits.

Keywords: Social media, Financial management, Gen Z

Abstrak:

Perkembangan media sosial yang semakin pesat sudah mempengaruhi segala macam aspek kehidupan, salah satunya cara generasi muda mengelola keuangan mereka. Generasi ini tumbuh dengan perkembangan digital, yang menunjukkan pola pengelolaan dan konsumsi keuangan yang berbeda. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengidentifikasi dampak sosial media terhadap pengelolaan keuangan gen z. Tujuan utama dari artikel ini ialah untuk memberikan gambaran pada Gen Z agar menggunakan media sosial kearah yang lebih bermanfaat dan membangun bibit unggul untuk masa depan. Pendekatan yang digunakan dalam artikel ini adalah metode tinjauan literatur

yang mencakup berbagai aspek teknik data pengumpulan literatur, mencatat dan membaca, serta mengolah bahan penelitian. Hasil dari artikel ini ialah agar mengetahui bahwa sosial media dan teknologi sangat berperan penting dalam menumbuhkan literasi keuangan terlebih mengelola keuangan dengan bijak, tetapi dapat berdampak buruk dan menjadi konsumtif jika informasi ataupun konten yang dikonsumsi dapat merubah pola pikir menjadi buruk. Peneliti ini merekomendasikan adanya peningkatan selektivitas dan literasi keuangan digital dalam memproduksi konten di media sosial untuk mengoptimalkan manfaat positifnya.

Kata Kunci : Media sosial, pengelolaan keuangan, Gen Z

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan secara signifikan dalam segala aspek kehidupan sosial, contohnya dalam hal perilaku pengelolaan keuangan individu. Salah satu hasil dari revolusi digital adalah sosial media, yang sekarang menjadi hal yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari terkhusus bagi Gen Z atau yang termasuk kelahiran antara tahun 1997-2012. Gen Z ini melekat sebagai generasi dengan media sosial dan teknologi digital, sehingga mereka familier dengan berbagai platform seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan sebagainya. Hal tersebut justru sangat mempengaruhi keputusan finansial mereka dan pola pikir. Namun, ini juga dapat membawa dampak positif dan negatif terutama Gen Z karena mereka lebih mudah terbawa arus di era globalisasi, sehingga lebih cepat terpapar informasi tapi juga lebih rentan mendapat pengaruh negatif dari sosial media. Meskipun hidup di era digitalisasi yang dapat mengakses informasi lebih mudah namun pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan masih sangat terbatas, ini juga dapat mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan finansial yang baik di masa depan. Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan), pada tahun 2024 Gen Z merupakan generasi berusia 15-17 tahun dan memiliki tingkat literasi yang terendah dibanding kelompok usia lainnya. Penggunaan media sosial tidak hanya bertujuan untuk bersosialisasi tetapi juga belanja, mencari informasi dan menjadi influence. Generasi ini banyak mengandalkan media sosial untuk menemukan produk terbaru atau menirukan influencer yang menjadi idolanya, hal ini mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Kejadian ini memperlihatkan bagaimana media sosial memberikan pengaruh besar dalam membentuk perilaku konsumtif baik dalam dunia fashion, teknologi ataupun produk kecantikan. Menjadikan mereka bergantung pada platform digital untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka cenderung memilih belanja online karena lebih efisien dan nyaman. Tren mode dan tampil menarik merupakan ciri khas yang cenderung diikuti oleh Gen Z hal tersebut yang mendorong mereka untuk membeli barang sesuai dengan

perkembangan dunia fashion bukan dengan kebutuhan mereka. Media sosial dan influencer memiliki pengaruh yang besar membuat mereka lebih muda terpengaruh oleh rekomendasi produk online dan iklan, yang sering kali menjadi dorongan perilaku konsumtif sesuai keinginan untuk menyesuaikan perkembangan zaman dengan tren sosial, bukan sekedar kebutuhan (Asnal.M, 2023).

Di era sekarang digitalisasi ekonomi telah menumbuhkan sifat konsumtif, terkhusus di kalangan Gen Z yang dapat berdampak negatif jika tidak digunakan dengan bijak. Dengan perkembangan digital ekonomi Gen Z terbiasa melakukan transaksi melalui platform digital karena dinilai lebih mudah dan praktis, kecenderungan mereka untuk memilih solusi dan menghindari kerumitan yang lebih cepat. Adapun beberapa istilah yang sering digunakan yang mempengaruhi pola pikir yaitu Fear Of Missing Out (FOMO) dan You Only Live Once (YOLO) yang mendorong mereka untuk memenuhi gaya hidup saat ini. Hal ini membuat mereka lebih condong mengutamakan kepuasan sementara dibandingkan memikirkan perencanaan keuangan jangka Panjang.

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami, mengakses dan mengelola keuangan dengan baik. Hal ini penting untuk semua orang, tanpa melihat latar belakang ekonomi atau usia, dengan literasi keuangan dapat membuat keputusan keuangan dengan bijak dan mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Media sosial dan teknologi sudah menjadi alat yang berguna perihal meningkatkan literasi keuangan. Meskipun media sosial dan teknologi mudah mendapatkan akses tentang literasi keuangan masih banyak hal yang perlu diperhatikan untuk memastikan bahwa Gen Z memahami konsep tersebut dengan baik. Diharapkan artikel ini dapat memberikan pemahaman yang berguna bagi pembaca dan membantu mengambil keputusan finansial yang baik.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode tinjauan literature, yang melibatkan analisis data sekunder dan pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti artikel, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian. Proses ini melibatkan pencarian literature yang berkaitan dengan topik literasi keuangan khususnya di kalangan Gen Z, khususnya peran media sosial dan teknologi, kemudian mencatat, mengintegrasikan, dan mencatat bahan penelitian untuk mendapatkan pengetahuan yang menyeluruh tentang peran media sosial dan teknologi dalam mengembangkan literasi keuangan Gen Z. Merujuk pada pandangan Muhanum (2021) dan O'Leary (2021), proses tinjauan literatur pada mulanya tidak hanya terbatas pada ringkasan tertulis tentang teori maupun informasi dari yang terdahulu hingga sekarang dan juga melibatkan topik-topik yang penting dan relevan dalam pengorganisasian untuk mendukung penelitian.

PEMBAHASAN

Sosial media juga berperan sebagai sarana edukasi keuangan, munculnya konten edukasi keuangan di sosial media memberikan pengaruh positif. Konten-konten yang mampu memunculkan motivasi dan meningkatkan literasi keuangan Generasi Z untuk mengelola keuangan dengan lebih bijak. Oleh karena itu, peran sosial media bersifat dualistik: sebagai media edukasi keuangan sekaligus sebagai pemicu konsumtif bagi Generasi Z.

Literasi keuangan ialah keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki dalam mengelola keuangan keluarga atau pribadinya. Ini meliputi pemahaman tentang cara mengelola pendapatan, membuat anggaran, mengelola utang, investasi, dan juga melindungi diri dari risiko keuangan (Lusardi dan Mitchell, 2007). Literasi keuangan adalah pengetahuan tentang konsep keuangan yang mempunyai tujuan mendapat kesejahteraan finansial, terkhusus dalam menghadapi globalisasi. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat mengakibatkan keputusan keuangan yang tidak optimal.

Secara spesifik, intensitas pengguna sosial media seperti Tiktok dan Instagram yang berhubungan dengan peningkatan sikap konsumtif di kalangan Generasi Z. Konten yang mempromosikan produk secara masif dan video menampilkan gaya hidup mewah dapat memicu keinginan untuk melakukan pembelian impulsif, itulah yang menjadi pengaruh pengelolaan keuangan mereka secara negatif. Hal ini menjadi pengaruh yang berdampak negatif karena dari konten yang memunculkan konsumsi berlebihan dan gaya hidup yang konsumtif, dapat memunculkan risiko pengelolaan keuangan yang kurang baik, contohnya kurangnya perencanaan keuangan jangka Panjang dan pengeluaran yang tidak terkontrol.

Penelitian ini merekomendasikan agar Generasi Z dapat lebih selektif dalam memilih konten-konten yang bermanfaat agar dapat dikonsumsi dan memicu kesadaran bahwa pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat. Selain itu, konten kreator dan influencer di sosial media diharapkan mampu agar dapat lebih bertanggung jawab dalam menyajikan konten yang mendukung perilaku keuangan yang positif. Gerakan literasi keuangan dapat menjadi salah satu solusi di era globalisasi untuk memunculkan daya saing melalui sumber daya manusia yang terdidik. Dengan literasi yang tinggi dapat menghasilkan individu dengan generasi berkualitas yang mempunyai karakter yang kuat (Syahidin, 2020).

Temuan utama tentang dampak perkembangan sosial media terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z menunjukkan bahwa, sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan dan gaya hidup konsumtif Generasi Z, karena intensitas penggunaan sosial media yang cukup tinggi memicu perilaku konsumtif disebabkan

paparan konten tentang gaya hidup secara massif. Sebagai sarana edukasi literasi keuangan, seperti halnya banyak akun dan influencer yang menyediakan konten edukasi keuangan yang dapat membantu Gen Z menumbuhkan kesadaran dalam mengelola keuangan. Pengaruh yang bersifat dualistik dapat menjadi media edukasi keuangan yang baik tapi sekaligus menjadi pemicu perilaku konsumtif jika tidak dimanfaatkan dengan bijak. Literasi keuangan digital menjadi penting untuk mengubah pola pikir agar lebih rasional dalam mengambil keputusan di era digital serta dapat mengurangi pengaruh negatif. Dapat menjadi sarana untuk bertukar pikiran dalam hal positif sehingga membangun Generasi Z yang lebih maju.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan perkembangan sosial media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Sosial media memiliki peran ganda, sebagai media edukasi yang dapat meningkatkan literasi dan kesadaran keuangan sekaligus menjadi pemicu perilaku konsumtif yang dapat mengganggu pengelolaan keuangan di kalangan Generasi Z. Penggunaan media sosial yang cukup tinggi menimbulkan perilaku pembelian yang impulsive karena paparan konten yang menunjukkan gaya hidup dan promosi barang secara massif. Namun, adanya konten edukasi tentang keuangan di sosial media dapat membantu Generasi Z dalam mengelola keuangan secara baik, seperti berinvestasi, merencanakan anggaran, dan menabung.

REFERENSI

- Asrun, Nicky Armayfa, and Ade Gunawan. "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan* 5.1 (2024): 173-186.
- Sahabuddin, Romansyah, et al. "ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA GEN Z UNIVERSITAS DI MAKASSAR." *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi* 2.3 (2025): 399-408.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136-145.
- Maharani, Putu Serly, and Putu Sri Arta Jaya Kusuma. "Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Generasi Z Di Kota Denpasar." *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)* 14.1 (2025): 154-161.

- Hasim As'ari, S. E., et al. "PERAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN GEN-Z." *Prosiding Caption3* (2024): 203-211.
- Fungky, Tiana, Tiara Puspita Sari, and Vicky F. Sanjaya. "Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2.1 (2022): 82-98.
- Maulana, Muhamad Chandra, et al. "ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP GEN Z TERHADAP TATA KELOLA KEUANGAN PRIBADINYA." *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA* 3.1 (2024): 231-239.
- Aji, Agung Kesuma, Nurintan Asyiah Siregar, and Mulkan Ritonga. "Pengaruh Media Sosial, Literasi Digital Dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z Di Labuhanbatu." *Economics and Digital Business Review* 6.2 (2025): 1321-1337.
- Rizkynanda, Meilita, and Sri Rahayuningsih. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGELOLAAN KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KESIAPAN FINANSIAL GENERASI Z MAHASISWA DI SURABAYA DAN SIDOARJO." *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS* 14.1 (2025): 58-69.
- Kurnia, Yosi, Sri Mona Octafia, and Dina Hadia. "Fenomena “Financial Influencer” dan Pengaruhnya Terhadap Literasi Keuangan Gen-Z di Kota Padang." *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY* 6.1 (2025): 44-57.