

126-REVISI+-
+Influencer+dan+Literasi+Digit
al.doc
by 1 1

Submission date: 08-Sep-2025 10:02AM (UTC+0530)

Submission ID: 2744828704

File name: 126-REVISI_-_Influencer_dan_Literasi_Digital.doc (1.74M)

Word count: 4222

Character count: 28302

Konten Investasi Influencer dan Literasi Digital: Analisis Isi terhadap Strategi Komunikasi @Felicia.tjiasaka

Pani Afnidiani^{1*}, Arina Himatul Husna²

^{1,2}Hubungan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email: ¹paniafnidiani@umri.ac.id, ²arinahusna@umri.ac.id
Email Penulis Korespondensi: ¹ arinahusna@umri.ac.id

Abstrak— Pada era digital saat ini konten mengenai investasi dapat diakses dengan mudah melalui berbagai akun media sosial tanpa penyaringan sehingga tidak semua konten mengenai investasi tersebut mengarahkan investasi yang baik kepada public. Influencer sebagai pihak yang berpengaruh turut hadir dalam mengedukasi publik di media sosial mengenai investasi melalui konten yang dikemas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konten investasi pada akun Youtube @felicia.tjiasaka yang rutin membuat konten mengenai investasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi dan teori komunikasi informatif oleh Shamon dan Weaver. Kompetensi literasi digital diadaptasi dari tiga kompetensi yang dikembangkan oleh Smith & Storrs (2023). Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dengan mengumpulkan sampel berupa empat video edukasi investasi pada akun Youtube @felicia.tjiasaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada aspek prosedural dan teknis, konten investasi menyuguhkan tutorial dan penggunaan media investasi. Pada aspek sosiokultural yaitu hadirnya interaksi sosial melalui sapaan dan ucapan lainnya pada konten sebagai upaya melibatkan audiens. Pada aspek kognitif mengajak audiens untuk kritis menilai emiten tertentu atau mengajak audiens untuk menganalisis profil perusahaan. Secara keseluruhan, penelitian ini mengidentifikasi konten investasi mengandung pesan informatif dan edukatif dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi dalam investasi yang cerdas dan bertanggung jawab di kalangan masyarakat digital.

Kata Kunci: Influencer, Konten Investasi, Literasi digital, Youtube

Abstract— In current digital era, investment content can be easily accessed through various social media accounts without filtering, so not all investment content directs good investment to the public. Influencers as influential parties are also present in educating the public on social media about investment through packaged content. This study aims to identify characteristics of investment content on the Youtube account @felicia.tjiasaka which routinely creates content about investment. This qualitative research uses the content analysis method and informative communication theory by Shannon and Weaver. Digital literacy competencies are adapted from three competencies developed by Smith & Storrs (2023). Data collection techniques through documentation by collecting samples in the form of four investment education videos on the Youtube account @felicia.tjiasaka. The results of this study indicate that in the procedural and technical aspects, investment content presents tutorials and the use of investment media. In the sociocultural aspect, there is social interaction through greetings and other statements in the content as an effort to involve the audience. In the cognitive aspect, inviting the audience to critically assess certain issuers or inviting the audience to analyze the company profile. Overall, this study identified investment content containing informative and educational messages in increasing understanding and participation in smart and responsible investment among the digital community.

Keywords: Digital literacy, Influencer, Investment content, Youtube

1. PENDAHULUAN

Pemberitaan mengenai kasus penipuan investasi masih marak menimpa masyarakat Indonesia. Tawaran keuntungan yang tinggi membuat banyak calon investor tertarik untuk berinvestasi secara instan tanpa mempertimbangkan risiko (Yanti et al., 2023). Rendahnya literasi digital di Indonesia, diperparah dengan minimnya pengetahuan mengenai berbagai jenis investasi yang bermunculan di platform digital, membuat masyarakat rentan terhadap investasi ilegal yang dipromosikan melalui media sosial (djpb.kemenkeu, 2023). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat peningkatan jumlah investor, didominasi generasi muda (80,44%), yang ironisnya, seringkali belum memiliki literasi keuangan yang memadai untuk mencegah penipuan investasi (ojk.go.id., 2023).

Konten investasi mudah diakses melalui media sosial, khususnya melalui influencer investasi, namun seringkali tanpa penyaringan yang memadai. Masyarakat terpapar informasi yang belum tentu akurat dan berujung pada kerugian (Mustaqim, 2021). Banyak penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya literasi digital dalam berbagai konteks, seperti analisis konten komik (Monggilo, 2020) dan konten Instagram (Wahyudin & Adiputra, 2019). Akan tetapi, *state of the art* menunjukkan bahwa analisis literasi digital pada konten edukasi investasi yang disampaikan oleh influencer di YouTube masih terbatas.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena berfokus secara spesifik pada analisis literasi digital dalam konten edukasi investasi yang disampaikan oleh influencer di YouTube, sebuah platform yang sangat populer di kalangan investor muda. Lebih lanjut, penelitian ini berfokus pada Felicia Putri Tjiasaka, seorang *investment story teller* di YouTube dengan sertifikasi *Chartered Financial Analyst (CFA)* yang diakui secara global (Aisa et al., 2023) untuk memahami bagaimana kompetensi literasi digitalnya tercermin dalam konten yang ia hasilkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan aspek literasi digital dalam konten edukasi investasi yang disampaikan oleh Felicia Putri Tjiasaka di YouTube, dengan memahami karakteristik pesan berdasarkan kompetensi literasi digitalnya (Smith & Storrs, 2023). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan

mengenai bagaimana *influencer* investasi dapat berperan dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia serta mengidentifikasi potensi risiko dan peluang dalam penyampaian informasi investasi di platform digital.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) untuk menginvestigasi pesan yang disampaikan oleh seorang *influencer* investasi Felicia Putri Tjiasaka dalam konten YouTube-nya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik pesan edukasi investasi berdasarkan aspek literasi digital.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah video-video yang diunggah oleh akun YouTube @felicia.tjiasaka. Pemilihan video didasarkan pada kriteria konten yang mengandung pesan edukasi investasi kepada khalayak. Berikut adalah daftar video yang menjadi sampel penelitian:

Tabel 1. Konten Influencer Felicia

No.	Judul	Tayang pada	Durasi
1	Tutorial Investasi dari Nol untuk Pemula	21 April 2022	10:28 menit
2	3 saham jangka panjang untuk seumur hidup	15 Mei 2022	12:22 menit
3	Strategi Investasi : 3 Investing Style terbanyak dipakai	29 April 2023	9:03 menit
4	Cara pilih investasi sesuai umur	18 Oktober 2023	10:20 menit

Prosedur analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis isi yang dikembangkan oleh Krippendorff, (2018) dengan tahapan berikut :

1. Reduksi Data : Peneliti melakukan transkripsi terhadap konten video dan mengidentifikasi segmen-segmen yang relevan dengan edukasi investasi.
2. Koding : Peneliti melakukan pengkodean data berdasarkan dua kerangka teori yaitu a) Teori Komunikasi Informatif (Shannon & Weaver, 1949) untuk mengidentifikasi komponen-komponen komunikasi seperti sumber informasi, pesan, saluran, penerima, efek, dan gangguan, b) Kompetensi Literasi Digital (Smith & Storrs, 2023) untuk menganalisis konten berdasarkan tiga dimensi yaitu prosedural dan teknis, sosiokultural, dan kognitif.
3. Interpretasi : Peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang telah dikodekan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan karakteristik pesan edukasi investasi yang dominan dalam konten video.
4. Triangulasi : tahap ini peneliti memastikan validitas data dengan membandingkan hasil analisis konten dengan data sekunder seperti komentar *netizen* dan artikel berita terkait Felicia Putri Tjiasaka.

Analisis dilakukan secara deskriptif dan sistematis untuk menarik kesimpulan mengenai aspek literasi digital dalam konten edukasi investasi yang disampaikan oleh *influencer* di Youtube.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Konten Investasi pada Youtube @Feliciaputri



Gambar 1. Unggahan Video Pertama

Sumber : Youtube @felicia.tjiasaka (2024)

Video pertama berjudul “Tutorial Investasi dari Nol untuk Pemula” yang diunggah pada tanggal 21 April 2022 dengan durasi 10 menit 28 detik dengan perolehan *views* sebanyak 86.666, *like* 2,8 ribu dan komentar 192 membahas cara membangun portofolio investasi dari nol untuk pemula dan tidak dianjurkan untuk menyimpan dana di tabungan saja. Konten ini menjelaskan tiga step pembahasan, step pertama bagaimana cara menentukan profil risiko investasi yaitu dengan cara setelah menjawab lima pertanyaan yang jawabannya akan menentukan profil risiko tiap orang dan tentunya berbeda-beda sesuai dengan kondisinya saat ini. Biasanya dari status single ke menikah profil risiko investasinya konservatif, kemudian jika lebih paham investasi akan membuat profil risiko cenderung lebih agresif. Step kedua, konten ini membahas apa tujuan melakukan investasi yaitu misalnya seorang dengan profil risiko moderat (menengah) tujuannya investasi dalam jangka waktu menengah untuk menikah dan jangka waktu panjang untuk pendidikan anak, maka untuk praktik investasinya bisa menggunakan website feliciaputritjiasaka.com dan pada web ini akan mengarahkan investasi yang cocok sesuai kebutuhan. Sedangkan pada step ketiga, membahas bagaimana cara mengatur portofolio investasi. Seperti profil risiko moderat tadi, maka cara mengatur portofolionya dengan tujuan menikah dua tahun lagi untuk mencapai seratus juta maka modal awal sepuluh juta investasi ke reksadana pendapatan tetap (RDTP) dan tiap bulannya top up sejumlah 3,7 juta rupiah di RDTP. Kemudian untuk biaya pendidikan anak delapan tahun lagi dengan target dua puluh lima juga maka top up perbulannya sejumlah tiga ratus ribu di saham bluechip.



3 SAHAM JANGKA PANJANG UNTUK SEUMUR HIDUP

1,1 jt x ditonton 2 thn lalu ...selengkapnya



Felicia Putri Tjasaka 1,38 jt



Gambar 2. Unggahan Video Kedua
Sumber : Youtube @felicia.tjasaka (2024)

Dalam video ini membahas tentang strategi investasi jangka panjang yang efektif dan stabil untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang untuk seumur hidup. Felicia memberikan contoh tiga saham yang dipilih berdasarkan kriteria kualitas perusahaan, kestabilan keuangan, dan potensi pertumbuhan. Tiga saham tersebut diantaranya pertama, BCA dan BRI alasannya karena merupakan market cap terbesar pertama dan kedua di Indonesia, memiliki trust customer tinggi, tingkat pertumbuhannya besar, dan profitability cenderung desentif pada saat krisis tahun 2022 terjadi penurunan nilai saham tetapi tidak sedalam dibandingkan yang lain. Kedua, SIDO dan TLKM alasannya karena TLKM merupakan market cap terbesar ketiga dengan produk yang sudah ada puluhan tahun dan milik pemerintah, TLKM juga satu-satunya perusahaan telekomunikasi BUMN, kemudian SIDO berhasil menguasai 70% market share di Indonesia, SIDO juga go internasional dan ekspor menyumbang kontribusi besar terhadap penjualannya. Sedangkan ketiga, Beli Exchange-Traded Fund (ETF) berbentuk kontrak investasi kolektif yang unit penyetiaannya diperdagangkan di bursa efek (indeks) alasannya karena saham ETF banyak sehingga dibuat indeks, salah satu saham ETF yang pertama adalah XII T yang dikeluarkan oleh Indopremier Investment perusahaan besar di Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).



STRATEGI INVESTASI: 3 Investing Styles Terbanyak Dipakai

60 rb x ditonton 1 thn lalu ...selengkapnya

Gambar 3. Unggahan Video Ketiga
Sumber : Youtube @felicia.tjasaka (2024)

Konten ini memberikan pengetahuan mengenai strategi investasi dengan menjelaskan tiga gaya investasi terbanyak di pasar. Pertama *Buy & Hold* yaitu membeli aset dan diamlkan dalam jangka panjang, aset ini tidak dijual cepat. Strategi investasi ini cocok untuk investor memiliki tujuan jangka panjang dan bagi investor yang sibuk. Kedua, *Passive investing on index* merupakan pasif investasi di suatu indeks yang sudah kelas memiliki kriteria terbaik. Gaya investasi ini tidak perlu analisa saham satu persatu karena mengikuti indeks saham, namun keuntungan yang di dapat dari investasi ini tidak bisa lebih dari indeks acuan. Strategi ini cocok untuk investor jangka panjang, produk investasi Reksadana indeks dan *Exchange-Traded Fund (ETF)*, investor yang tidak paham analisa market, investor yang tidak mau ribet, dan untuk investasi dana pensiunan. Ketiga, *Trading* merupakan proses transaksi dilakukan dengan waktu sangat singkat tujuannya untuk keuntungan semaksimal mungkin. Caranya dengan membeli harga lebih rendah dan langsung dijual ketika harga naik. Strategi ini membutuhkan analisa teknikal seperti data pasar, price chart, sentimen masyarakat dan membutuhkan tinjauan market secara terus menerus untuk mengetahui kapan waktunya beli atau jual saham. Strategi ini cocok untuk investor yang punya banyak waktu, memiliki ilmu analisa market, dan investor yang ingin mencari untung cepat.



Cara Pilih INVESTASI Sesuai UMUR! 😊

147 rb x ditonton 7 bln lalu ...selengkapnya



Felicia Putri Tjasaka 1,38 jt



Gambar 4. Unggahan Video Keempat
Sumber : Youtube @felicia.tjasaka (2024)

Konten ini memberikan pengetahuan bagaimana cara memilih investasi sesuai umur. Dalam video ini ada tiga tahap penjelasan memilih investasi sesuai umur. Pertama umur belasan sampai 25 tahun, pada umur ini merupakan umur yang ingin mencapai goals dan masih agresif. Cara memilih investasi pada fase ini adalah dengan invest sesuai tujuan keuangan, invest sendiri sendiri seperti cari hal yang disukai kemudian pelajari untuk menjadi pandai dan naikin skill sehingga diri bernilai, jika sudah seperti ini maka uang yang akan mengikuti nilai diri. Tentukan investasi apa yang ingin digunakan, hal ini disesuaikan dengan kondisi saat ini. Jika belum pernah investasi maka bisa dimulai dengan Reksadana pasar uang, Surat Berharga Negara (SBN) ritel. Jika sudah pernah investasi dan memiliki uang yang tidak dipakai dalam waktu dekat (>5 tahun), bisa menaruh di saham bluechip (BCA, BRI). Dan jika sudah paham investasi, bisa membeli aset dengan risiko lebih tinggi, saham non bluechip misalnya crypto. Kedua, pada umur 25- 40 tahun, fase ini merupakan produktifitas makin pendek jangka waktu tujuan yang ingin dicapai maka harus pilih investasi yang berisiko rendah, seperti Reksadana pasar uang, Reksadana pendapatan tetap, dan obligasi. Kemudian jika semakin panjang jangka waktu tujuan yang ingin dicapai maka pilih investasi yang berisiko tinggi, seperti Reksadana indeks, saham, dan crypto. Terakhir, pada umur 40 tahun dan seterusnya, fase ini kurang produktif dan pencapaiannya menikmati return investasi (pensiunan), pada fase ini bisa investasi seperti deposito, reksadana pendapatan tetap, obligasi negara. Dan pencapaian yang diinginkan pada fase ini adalah menyiapkan warisan, maka bisa dengan investasi seperti tanah, rumah, ruko, bisnis, saham, dan Reksadana indeks.

Kompetensi Literasi Digital dalam Konten Investasi Influencer

1. Kompetensi Literasi Digital Dalam Aspek Prosedural dan Teknis

Prosedural dan teknis merupakan keterampilan operasional untuk memanfaatkan teknologi secara efektif dan produktif. Berdasarkan teori komunikasi informatif kompetensi prosedural dan teknis dapat di analisis pada elemen pemancar (*transmitter*) yang memperhatikan gaya komunikasi, penggunaan bahasa, dan kejelasan penyampaian pesan pada konten investasi di youtube Felicia. Selain itu, kompetensi prosedural dan teknis dapat di analisis pada elemen

tanda (*signal*) yang memperhatikan saluran yang digunakan dalam konten melalui kata-kata, gambar, efek suara, atau elemen-elemen lainnya yang dapat mempengaruhi pemahaman audiens.

Saluran pada konten investasi yang disajikan Felicia menggunakan gaya komunikasi personal dan santai, penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, penjelasan terstruktur, menggunakan istilah-istilah familiar dan penggunaan bahasa sehari-hari yang membuat pesan mudah dicerna dan relevan. Felicia menggunakan gaya bahasa yang santai dan akrab, terlihat pada kalimat seperti "Hai Kabar baik di sini semoga di sana juga ya". Selain itu dapat dilihat pada kalimat dalam video:

"Kak aku udah investasi tapi bingung portofolio yang tepat seperti apa yah? Kalo kamu sering nanya gitu semoga semuanya terjawab di video ini ya, Kita akan bahas cara bangun portofolio investasi dari nol!" (Statement video 21 April 2022).

Petty & Cacioppo (1986) menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang personal dan *relatable* dapat meningkatkan keterlibatan dan perhatian audiens. Felicia menjelaskan konsep investasi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, seperti Felicia mengatakan:

"Kalau nilai investasi kamu turun 20%, kamu bakal jual atau beli? Nah kalo banyak jawaban kamu tuh ada di kiri Itu artinya kita punya profil risiko yang konservatif". (Statement pada video 21 April 2022).

Felicia menggunakan istilah-istilah familiar seperti "nyari untung" dan "mantengin market". Dalam konten investasi, Felicia menggunakan pertanyaan retorisi seperti "Bener gak sih?" dan "Gimana nih kak?" dapat menarik perhatian audiens dan mengarahkan mereka untuk terus mengikuti penjelasan. Selain itu, Felicia menggunakan *storytelling* dengan menyebutkan skenario kehidupan nyata, seperti kalimat "menikah atau menyiapkan dana pendidikan anak" yang membuat materi lebih relevan dan mudah dipahami.

Oleh karena itu, gaya komunikasi Felicia yang personal, bahasa sederhana, dan menggunakan bahasa sehari-hari dalam kontennya dapat meningkatkan keterlibatan dan relevansi bagi audiensnya. Broom (2012) menyebutkan pesan yang jelas alias tidak menimbulkan penafsiran yang bermacam-macam adalah kunci keberhasilan komunikasi. Kejelasan informasi adalah hal penting yang bisa mengurangi dan menghindari risiko pada komunikasi.

Selanjutnya analisis kompetensi prosedural dan teknis pada elemen tanda (*signal*) dari teori komunikasi informatif yaitu pada konten investasi Felicia menggunakan elemen visual untuk menyampaikan pesan. Visualisasi pesan tersebut menampilkan ilustrasi, tabel, dan grafik. Felicia menggunakan elemen visual untuk membantu audiens memahami informasi dengan mudah. John & De'Villiers (2020) mengungkap penggunaan elemen visual bersama dengan teks meningkatkan pemahaman dan retensi informasi karena otak manusia memproses visual dan verbal secara simultan. Visualisasi pesan yang menampilkan ilustrasi, tabel, dan grafik dapat dilihat dalam konten seperti berikut:



Gambar 5. Visualisasi Pesan

Pada setiap video, efek suara digunakan untuk menekankan poin-poin penting. Musik latar yang tenang dan tidak mengganggu dapat membantu audiens fokus pada informasi yang disampaikan tanpa merasa bosan. Tone suara Felicia yang ramah dan meyakinkan juga memainkan peran penting dalam menjaga perhatian audiens. Oleh karena itu, penggunaan visual pendukung seperti ilustrasi, tabel, dan grafik dalam konten Felicia tidak hanya memperjelas informasi yang disampaikan tetapi juga membuat pesan lebih menarik dan mudah diingat oleh audiens.

Penggunaan pesan harus menggunakan tanda-tanda tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat dimengerti. Pada empat konten investasi tidak ada gangguan dalam proses penyampaian pesan edukasi investasi. Felicia menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, memastikan bahwa istilah-istilah teknis dijelaskan dengan sederhana sehingga dapat diterima oleh audiens. Kualitas audio dan visual yang

baik juga mendukung penyampaian pesan, memungkinkan audiens untuk fokus pada konten tanpa terganggu oleh masalah teknis. Menurut Shannon, C. E., & Weaver (1949) mengatakan bahwa gangguan disebut sebagai “noise” merupakan segala sesuatu yang mengganggu transmisi pesan dari pengirim ke penerima, baik itu gangguan fisik, seperti suara bising, maupun gangguan psikologis seperti prasangka atau emosi negatif.

Berdasarkan pembahasan dari teori komunikasi informatif pada aspek pemancar dan tanda, proses penyampaian konten investasi menggunakan bahasa jelas sehingga mudah dipahami dan memanfaatkan elemen visual sehingga pesan menarik dan mudah dicerna oleh audiens. Dengan begitu, konten investasi memberikan kompetensi literasi digital untuk memandu audiens dalam menggunakan media investasi dan menerapkan prosedur investasi. Berikut kompetensi literasi digital pada aspek prosedural dan teknis dalam konten investasi:

1. Penggunaan Media Investasi

Audiens diarahkan untuk menggunakan kalkulator investasi yang tersedia di situs web untuk menghitung kebutuhan investasi mereka. Demonstrasi langkah demi langkah menggunakan alat digital ini memastikan audiens dapat menggunakan dengan benar. Audiens dapat mengunduh aplikasi investasi untuk memulai investasi mereka. Audiens bisa memanfaatkan fitur-fitur yang ada di aplikasi investasi untuk memantau pergerakan pasar, mengakses informasi mengenai performa saham, dan melakukan analisis data. Dengan bantuan teknologi, audiens dapat melakukan analisis investasi menggunakan data historis, grafik harga, dan indikator pasar lainnya. Rheingold (2012) mengatakan literasi digital sebagai seperangkat keterampilan yang meliputi pemahaman tentang cara kerja teknologi, hal ini mencakup kemampuan untuk berpikir kritis dan kreatif dalam menggunakan alat-alat digital.

2. Penerapan Prosedur Investasi

Audiens dapat mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan oleh Felicia dalam video untuk memilih produk investasi. Langkah ini mencakup: a) Mengenal profil risiko mereka sendiri. Felicia memberikan pertanyaan untuk membantu audiens mengidentifikasi profil risiko seperti tingkat yang rendah, menengah, dan risiko tingkat tinggi. b) Menetapkan tujuan keuangan yang spesifik dan jangka waktu. Felicia membantu Audiens untuk menetapkan tujuan keuangan seperti tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang dengan memberikan contoh konkret dan realistis untuk membantu audiens mengidentifikasi tujuan keuangan. c) Memilih instrumen investasi yang sesuai dengan profil risiko. Felicia memberikan panduan untuk memilih instrument yang sesuai dengan pemahaman audiens, instrumen investasi seperti reksadana, saham, dan crypto. d) Melakukan diversifikasi portofolio untuk mengurangi risiko. Video investasi Felicia ini mendorong untuk rutin memantau dan mengelola portofolio investasi menggunakan aplikasi. Fitur-fitur seperti laporan kinerja investasi, dan alat analisis risiko dapat membantu audiens mengambil keputusan yang lebih tepat.

Maka aspek prosedural dan teknis berdasarkan teori komunikasi informatif, konten investasi menyuguhkan tutorial dan penggunaan media investasi. Panduan yang jelas dan terstruktur memudahkan audiens mengikuti langkah-langkahnya untuk memulai perjalanan investasi. Kemudian kompetensi literasi digital pada konten investasi bagi audiens berupa keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi secara efektif dan produktif dalam investasi melalui penggunaan media investasi.

2. Kompetensi Literasi Digital pada Aspek Sosiokultural

Sosiokultural merupakan teknologi dibentuk dan mencerminkan sosial dan budaya di mana konten dapat dikembangkan dan digunakan. Berdasarkan teori komunikasi informatif, kompetensi sosiokultural dapat di analisis pada elemen penerima yang memperhatikan bagaimana audiens menerima dan menginterpretasikan pesan tentang investasi dalam konten investasi dan memperhatikan tanggapan dan interaksi audiens terhadap konten tersebut (Shannon, C. E., & Weaver, 1949).

Berdasarkan empat video edukasi investasi terdapat audiens yang menerima dan menginterpretasikan pesan melalui komentar. Tanggapan tersebut dikategorikan berdasarkan afeksi, kognisi, dan konasi. Dari empat video tersebut, terdapat berbagai tanggapan dari audiens yaitu afeksi, kognisi, dan konasi yang menimbulkan hadirnya interaksi sosial. Dengan adanya interaksi audiens, konten yang dibagikan memiliki potensi untuk menjadi lebih melekat dalam ingatan. Tanggapan melalui pertanyaan, memberikan informasi, atau diskusi maka audiens akan lebih aktif memproses informasi yang diberikan, dengan adanya respon audiens dapat meningkatkan retensi dan pemahaman mereka terhadap konten tersebut.



Gambar 6. Respons dan Interaksi Pengguna dan *Influencer*

Dari empat video tersebut, terdapat berbagai tanggapan dari audiens yaitu afeksi, kognisi, dan konasi yang menimbulkan hadirnya interaksi sosial. Dengan adanya interaksi audiens, konten yang dibagikan memiliki potensi untuk menjadi lebih melekat dalam ingatan. Tanggapan melalui pertanyaan, memberikan informasi, atau diskusi maka audiens akan lebih aktif memproses informasi yang diberikan, dengan adanya respon audiens dapat meningkatkan retensi dan pemahaman mereka terhadap konten tersebut. Dalam Kaplan & Haenlein (2010), audiens online melibatkan aktivitas interaktif seperti komentar, berbagi konten, dan partisipasi dalam diskusi yang memungkinkan audiens untuk terlibat secara aktif dengan konten dan dengan pengguna lainnya. Konten investasi tersebut berupaya melibatkan audiens dalam interaksi sosial di kolom komentar. Dengan memperhatikan tanggapan audiens, konten investasi memberikan kompetensi literasi digital untuk melibatkan audiens dalam interaksi sosial dan memahami budaya investasi.

3. Kompetensi Literasi Digital pada Aspek Kognitif

Berdasarkan empat konten investasi pada akun youtube Felicia, sumber informasi pada video tersebut adalah Felicia sebagai narator atau pembuat konten yang memberikan informasi. Pada video yang berjudul "Tutorial Investasi Dari Nol Untuk Pemula", Influencer Felicia memberikan informasi mengenai cara memulai investasi untuk pemula dengan menghadirkan Langkah-langkah rinci yang dapat diadopsi oleh penonton. Menurut Broom (2012) menyebutkan seorang komunikator yang baik harus memiliki kredibilitas agar pesan yang disampaikan dapat tersasar dengan baik. Hal yang berhubungan dengan kredibilitas seperti kualifikasi atau tingkat keahlian seseorang.

Sumber informasi lain yang terdapat dalam video tersebut adalah bersumber dari kanal youtube resmi diantaranya solusi BCA, BANK BRI, Telkom Indonesia Official, dan Sido Muncul. Pada video yang berjudul "3 Saham Jangka Panjang Untuk Seumur Hidup", Felicia memberikan rekomendasi saham untuk audiensnya. Felicia mengatakan:

"Ada nih 3 saham seumur hidup dengan beberapa kriteria, pertama maintain high barrier of entry, Kedua, compounding and sustainable growth, Kriteria ketiga adalah sustainable profitability. Setelah disortir ratusan saham yang ada di IHSG, Ini adalah 3 saham seumur hidup versi aku. Aku bakal lihat data dan sahamnya di apps Ajaib ya. Pertama, ada BCA atau BRI, Walaupun BCA dan BRI Kedua saham tadi adalah pilihan saham individual yang perusahaannya dipimpin oleh manusia. Manusia bisa salah, mungkin CEO-nya korupsi massal dengan vendor atau manajemen perusahaannya udah gak relevan lagi dengan market. Untuk menghindari risiko itu, ada pilihan investasi yang ketiga terkenal di luar negeri adalah beli ETF. ETF udah ngikutin gerak IHSG Risiko saham individual atau resiko non-sistematisnya lumayan kecil. Jadi gak ada cerita CEO-nya korupsi atau perusahaannya bangkrut" (statement video tanggal 15 Mei 2022).

Konten yang dianalisis dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dasar mengenai cara membangun portofolio investasi. Konten tersebut menjelaskan konsep-konsep dasar seperti diversifikasi, profil risiko, dan tujuan keuangan dengan pendekatan yang sederhana dan praktis. Selain itu, konten ini juga menyajikan rekomendasi saham yang dianggap memiliki potensi keuntungan untuk investasi jangka panjang dengan tingkat keterlibatan investor yang minimal. Aspek kognitif dari literasi digital melibatkan kemampuan berpikir kritis dan analitis dalam menggunakan dan memahami konten digital. Rheingold (2012) dalam konsep "mindful participation"

mengatakan literasi digital melibatkan keterampilan untuk berpikir kritis, menyaring informasi, dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang valid relevan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis karakteristik konten investasi yang disajikan oleh *influencer* @felicija.tjiasaka di YouTube dalam perspektif literasi digital. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa konten investasi yang disajikan memiliki unsur edukatif dan informatif yang membantu meningkatkan pemahaman audiens tentang investasi. Dari aspek prosedural dan teknis, *influencer* menggunakan gaya komunikasi yang santai dan mudah dipahami. Hal ini dibuktikan dengan hadirnya elemen visual seperti ilustrasi, tabel, dan grafik untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Penyampaian informasi dilakukan secara jelas dan terstruktur untuk mempermudah audiens dalam memahami konsep investasi serta menggunakan alat digital seperti kalkulator investasi dan aplikasi pemantauan pasar.

Dari aspek sosiokultural, konten investasi menghadirkan interaksi sosial melalui sapaan dan tanggapan di kolom komentar. Audiens aktif merespons dengan pertanyaan dan diskusi yang meningkatkan keterlibatan dan retensi informasi. Kehadiran elemen interaktif ini menunjukkan bahwa konten yang dibuat tidak hanya berfungsi sebagai media informasi tetapi juga menjadi ruang diskusi bagi komunitas digital.

Dari aspek kognitif, konten mengajak audiens untuk berpikir kritis dalam menilai emiten tertentu serta menganalisis profil perusahaan sebelum berinvestasi. *Influencer* menggunakan pendekatan berbasis data dan pengalaman nyata untuk membangun kredibilitas serta memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang strategi investasi yang cerdas dan bertanggung jawab. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa konten investasi yang dibuat oleh *influencer* dapat berperan dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya dalam memahami investasi yang aman dan efektif. Temuan ini memberikan implikasi bagi pengembangan konten edukatif di media sosial serta membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk mengevaluasi efektivitas konten dalam meningkatkan pemahaman dan keputusan investasi audiens.

REFERENCES

- Aisa, N., Aminta, S., Amtiran, P. Y., & Ndoen, W. M. (2023). *EKSPERIMEN Analysis of Financial Knowledge and the Role of Social Media Influencers on Generation Z Using Experimental Methods*. 2018, 1337–1352.
- Broom, M. G. (2012). *Effective Public Relations*.
- 1 b.kemenkeu. (2023). *Transformasi Digital untuk Masa Depan Ekonomi dan Bisnis di Indonesia*.
- 2 John, S. P., & De'Villiers, R. (2020). Elaboration of marketing communication through visual media: An empirical analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(January), 102052. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102052>
- 3 Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- 4 Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.)*. Sage Publications.
- 5 Meri Yanti, Efni Anita, & Aztyara Ismadharliani. (2023). Persepsi Terhadap Investasi Sebagai Respon Kasus Investasi Bodong Pada Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(2), 83–100. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i2.76>
- 6 Monggilo, Z. M. Z. (2020). Analisis Konten Kualitatif Hoaks Dan Literasi Digital Dalam @Komikfunday. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.1.1-18>
- 7 Mustaqim, A. (2021). Strategi Komunikasi Investasi Dan Daya Saing Untuk Menarik Investor. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2(1), 8–16. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/304>
- 8 ojk.go.id. (2023). *Siaran Pers Bersama: Like It Mendorong Literasi dan Investasi Keuangan Generasi Muda Pelaku Usaha*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Like-It-Mendorong-Literasi-dan-Investasi-Keuangan-Generasi-Muda-Pelaku-Usaha.aspx>.
- 9 Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(C), 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- 10 Rheingold, H. (2012). *Net smart: How to thrive online*. The MIT Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Smith, E. E., & Storrs, H. (2023). Digital literacies, social media, and undergraduate learning: what do students think they need to know? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00398-2>
- Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @Infinitygenre. *WACANA*.

ORIGINALITY REPORT

22% SIMILARITY INDEX	20% INTERNET SOURCES	9% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.cvrobema.com Internet Source	7%
2	loddosinstitute.org Internet Source	2%
3	Prichilia Pega Kalang, Benediktus Igo Lamak. "Upaya Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Kelas 8 SMP Negeri 4 Nubatukan dalam Pembelajaran PAK melalui Metode Pembelajaran Kolaboratif", Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia, 2025 Publication	2%
4	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%
5	www.diva-portal.org Internet Source	1%
6	jurnalrisetkomunikasi.org Internet Source	1%
7	ukitoraja.id Internet Source	1%
8	psasir.upm.edu.my Internet Source	1%
9	ejournal.iainkerinci.ac.id Internet Source	1%
10	jurnal-iski.or.id Internet Source	1%
11	journal.iaincurup.ac.id	

Internet Source

<1 %

12

jurnal.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

13

raizinvest.id

Internet Source

<1 %

14

Submitted to Badan Pengembangan dan
Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan
dan Kebudayaan

Student Paper

<1 %

15

ejournal.warunayama.org

Internet Source

<1 %

16

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

<1 %

17

elibrary.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

18

ejournal.undip.ac.id

Internet Source

<1 %

19

ieomsociety.org

Internet Source

<1 %

20

repository.ibs.ac.id

Internet Source

<1 %

21

risti.xyz

Internet Source

<1 %

22

www.researchgate.net

Internet Source

<1 %

23

ccd.ucam.edu

Internet Source

<1 %

24

ejournal.unib.ac.id

Internet Source

<1 %

25

idreamly7caradaftarakun.blogspot.com

Internet Source

<1 %

26

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

27

www.citeulike.org

Internet Source

<1 %

28

www.radarbangsa.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off