

**PENGARUH PESAN KONTEN LITERASI KEUANGAN TERHADAP
SIKAP FOLLOWERS MILENIAL**

(Studi Survei mengenai *Impulsive Buying Followers* Milenial di Akun
Instagram @Ngomonginuang)

RIZQI FITRIA DEWI

ABSTRAK

Terdapat kesenjangan antara indeks literasi keuangan dengan inklusi keuangan di Indonesia. Pada tahun 2022, indeks literasi keuangan menduduki angka 49,68%, sedangkan indeks keuangan nasional berada pada angka 85,1%. Instagram @Ngomonginuang hadir sebagai salah satu sumber informasi untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Salah satu konten literasi keuangan yang diunggah oleh @Ngomonginuang adalah konten berjudul “Kebiasaan Boros Masuk Dalam Perilaku Gangguan: *Impulsive Buying*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh pesan konten literasi keuangan sikap *followers* milenial dan mengetahui seberapa besar dari pengaruh yang diberikan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Komunikasi Berlo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei terhadap 100 sampel dari *followers* @Ngomonginuang yang masuk ke dalam usia milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan konten literasi keuangan terhadap sikap *followers* milenial. Ditemukan pula, sebagian besar sikap *followers* milenial terpengaruh dengan adanya pesan konten literasi keuangan.

Kata kunci: *Impulsive Buying*, Instagram, Literasi Keuangan, Model Komunikasi Berlo, Pesan Konten, Sikap.

**THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERATION CONTENT MESSAGES
ON ATTITUDE OF MILENIAL FOLLOWERS**

*(Survey Study on Impulsive Buying Millennial Followers on Instagram
Account @Ngomonginuang)*

RIZQI FITRIA DEWI

ABSTRACT

There is a gap between the financial literacy index and financial inclusion in Indonesia. In 2022, the financial literacy index will be at 49.68%, while the national financial index will be at 85.1%. Instagram @Ngomonginuang is present as a source of information to increase public financial literacy. One of the financial literacy content uploaded by @Ngomonginuang is the content entitled "Extremely Habits Enter into Disruptive Behavior: Impulsive Buying". This study aims to determine the significance of the influence of financial literacy content messages on the attitudes of millennial followers and to find out how much influence is exerted. The theory used in this study is the Berlo Communication Model. This study uses an explanatory quantitative approach with a survey method of 100 samples of @Ngomonginuang followers who are millennials. The results of the study show that there is a significant influence between financial literacy content messages on the attitudes of millennial followers. It was also found that most of the attitudes of millennial followers were affected by financial literacy content messages.

Keywords: *Impulsive Buying, Instagram, Financial Literacy, Berlo's Communication Model, Message Content, Attitude.*