



Sumber: [Unsplash.com/@rswebsols](https://unsplash.com/@rswebsols), (2021)

**PENGARUH PESAN KONTEN LITERASI KEUANGAN  
TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* MILENIAL  
(Studi Survei mengenai *Impulsive Buying Followers* Milenial di  
Akun Instagram @Ngomonginuang)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Rizqi Fitria Dewi

NIM : 1910411012



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk dinyatakan benar:

Nama : Rizqi Fitria Dewi  
NIM : 1910411012  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tangerang Selatan, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Rizqi Fitria Dewi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizqi Fitria Dewi  
NIM : 1910411012  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PESAN KONTEN LITERASI KEUANGAN TERHADAP SIKAP FOLLOWERS MILENIAL (Studi Survei mengenai *Impulsive Buying Followers* Milenial di Akun Instagram @Ngomonginuang).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Tangerang Selatan, 20 Juli 2023  
Yang menyatakan,



Rizqi Fitria Dewi

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Rizqi Fitria Dewi  
NIM : 1910411012  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pengaruh Pesan Konten Literasi Keuangan terhadap Sikap *Followers* Milenial (Studi Survei mengenai *Impulsive Buying Followers* Milenial di Akun Instagram @Ngomonginuang)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Lusia Handayani, M.Si)

Penguji 1



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2



(Irpan Ripa'i Sutowo, SE.,M.Si)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 27 Juni 2023

**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.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak September 2022 ini adalah “Pengaruh Pesan Konten Literasi Keuangan Terhadap Sikap *Followers* Milenial (Studi Survei mengenai *Impulsive Buying Followers* Milenial di Akun @Ngomonginuang)”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu penulis mendapatkan dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Azwar, S.S., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Lusia Handayani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan memberikan saran dan arahan selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Aniek Irawatie, Dra., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi.
5. Dosen-dosen lainnya di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah mendidik dan memberikan dedikasi ilmunya sehingga membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua peneliti yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada peneliti baik dalam bentuk materi maupun non-materi. Serta kepada kakak dan adik peneliti yang juga selalu membantu dan menyemangati peneliti.

7. Adin, Adira, Rifqah, Riska, dan Sarah sahabat kuliah peneliti yang selalu bersama menjalani kuliah sejak awal semester hingga menyelesaikan skripsi.
8. Alike, Nadya, Thessa, dan Sheren sahabat dekat peneliti yang juga telah bersedia membantu dan menjadi tempat berkeluh kesah selama peneliti mengerjakan penelitian ini .
9. Seluruh responden yang terlibat dalam pengisian survei penelitian.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga penelitian ini dapat berguna bagi yang membaca dan membutuhkannya.

Tangerang Selatan, 20 Juli 2023



Rizqi Fitria Dewi



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS. ....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI . ....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI. ....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep dan Teori Penelitian .....	14
2.2.1 Komunikasi Digital.....	14
2.2.2 Media Sosial .....	15
2.2.3 Pesan Konten .....	17
2.2.4 Literasi Keuangan .....	19
2.2.5 <i>Impulsive Buying</i> .....	21
2.2.6 Sikap .....	22
2.2.7 Milenial.....	23
2.2.8 Model Komunikasi Berlo.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
2.4 Hipotesis .....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Objek Penelitian .....	29
3.1.1 Populasi.....	29
3.1.2 Sampel .....	30
3.1.3 Lokasi.....	31
3.2 Jenis Penelitian .....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.1 Kuesioner .....	32
3.3.2 Observasi .....	33
3.3.3 Skala Pengukuran .....	33
3.4 Operasional Variabel.....	33

3.5 Sumber Data .....	34
3.5.1 Sumber Data Primer.....	34
3.5.2 Sumber Data Sekunder .....	35
3.6 Teknik Analisis Data .....	35
3.6.1 Uji Validitas .....	35
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6.3 Uji Hipotesis .....	40
3.6.4 Uji Korelasi.....	40
3.6.5 Uji Regresi Linear Sederhana .....	41
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi .....	42
3.7 Tabel Rencana Waktu .....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Deskripsi Data.....	44
4.1.2 Karakteristik Responden.....	44
4.1.3 Data Analisis Variabel X (Pesan Konten) .....	45
4.1.4 Data Analisis Variabel Y (Sikap <i>Followers</i> ).....	59
4.1.5 Uji Hipotesis .....	72
4.1.6 Uji Korelasi.....	73
4.1.7 Uji Regresi Linear Sederhana .....	73
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi .....	74
4.2 Pembahasan .....	75
BAB V KESIMPULAN .....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran .....	84
5.2.1 Saran Praktis .....	84
5.2.2 Saran Teoritis.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Konten Bertemakan Perilaku Konsumtif pada Akun Instagram @Ngomonginuang .....	5
Tabel 2. Skala Likert .....	33
Tabel 3. Operasional Variabel.....	34
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X (Pesan Konten) .....	36
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Sikap <i>Followers</i> ).....	37
Tabel 6. Rentang Nilai Cronbach's Alpha .....	39
Tabel 7. Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi .....	41
Tabel 8. Waktu dan Tahapan Penelitian .....	43
Tabel 9. Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 10. Asal Kota Responden.....	45
Tabel 11. Pernyataan X1 .....	45
Tabel 12. Pernyataan X2.....	46
Tabel 13. Pernyataan X3 .....	47
Tabel 14. Pernyataan X4.....	47
Tabel 15. Pernyataan X5 .....	48
Tabel 16. Pernyataan X6.....	49
Tabel 17. Pernyataan X7.....	49
Tabel 18. Pernyataan X8.....	50
Tabel 19. Pernyataan X9.....	50
Tabel 20. Pernyataan X10.....	51
Tabel 21. Pernyataan X11 .....	52
Tabel 22. Pernyataan X12.....	52
Tabel 23. Pernyataan X13 .....	53
Tabel 24. Pernyataan X14.....	54
Tabel 25. Pernyataan X15.....	54
Tabel 26. Pernyataan X16.....	55
Tabel 27. Pernyataan X17.....	56
Tabel 28. Pernyataan X18.....	56
Tabel 29. Pernyataan X19.....	57
Tabel 30. Pernyataan X20.....	57
Tabel 31. Pernyataan Y1 .....	59
Tabel 32. Pernyataan Y2.....	60
Tabel 33. Pernyataan Y3 .....	60
Tabel 34. Pernyataan Y4.....	61
Tabel 35. Pernyataan Y5 .....	62
Tabel 36. Pernyataan Y6.....	62
Tabel 37. Pernyataan Y7.....	63
Tabel 38. Pernyataan Y8.....	63
Tabel 39. Pernyataan Y9.....	64
Tabel 40. Pernyataan Y10.....	65
Tabel 41. Pernyataan Y11 .....	66
Tabel 42. Pernyataan Y12.....	66
Tabel 43. Pernyataan Y13.....	67
Tabel 44. Pernyataan Y14.....	68

Tabel 45. Pernyataan Y15 .....	68
Tabel 46. Pernyataan Y16 .....	69
Tabel 47. Pernyataan Y17 .....	69
Tabel 48. Pernyataan X18 .....	70
Tabel 49. Pernyataan Y19 .....	71
Tabel 50. Analisis Uji Hipotesis .....	72
Tabel 51. Hasil Uji Korelasi.....	73
Tabel 52. Uji Regresi Linear Sederhana .....	74
Tabel 53. Uji Koefisien Determinasi .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Media Sosial Paling Sering Digunakan Di Indonesia .....	2
Gambar 2. Perbandingan Indeks Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Indonesia Pada Tahun 2013 – 2022 (%) .....	3
Gambar 3. Profil Akun Instagram @Ngomonginuang .....	5
Gambar 4. Konten “Kebiasaan Boros Masuk Dalam Perilaku Gangguan: Impulsive Buying” Dari @Ngomonginuang .....	6
Gambar 5. Model Pengembangan Komunikasi David Kenneth Berlo .....	25
Gambar 6. Kerangka Berpikir .....	27
Gambar 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Pesan Konten).....	39
Gambar 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Sikap <i>Followers</i> ) .....	39
Gambar 9. Grafik Nilai Rata-Rata Dimensi Variabel X .....	58
Gambar 10. Grafik Nilai Rata-Rata Dimensi Variabel Y .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup .....	89
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	90
Lampiran 3. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi .....	91
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 5. Kuesioner Google Form .....	101
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel X .....	101
Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Y .....	102
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	104
Lampiran 9. Hasil Analisis Data .....	106
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	107
Lampiran 11. Turnitin .....	107