

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan informasi literasi keuangan di masyarakat, khususnya melalui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana edukasi. Salah satu akun yang aktif menyajikan konten literasi keuangan adalah akun Instagram @homecreditid melalui kampanye #DoITCERDAS, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman literasi keuangan pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten #DoITCERDAS pada akun Instagram @homecreditid terhadap pemahaman literasi keuangan pengikut dengan menggunakan pendekatan *Cultivation Theory*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan metode survei, yaitu penyebaran kuesioner secara daring kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @homecreditid, yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima dan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel konten #DoITCERDAS terhadap pemahaman literasi keuangan, serta hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel X konten #DoITCERDAS memiliki pengaruh sebesar 25% terhadap variabel Y pemahaman literasi keuangan. Dapat disimpulkan bahwa konten #DoITCERDAS di akun Instagram @homecreditid berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman literasi keuangan pengikutnya.

Kata Kunci: Konten Media Sosial, Pemahaman Informasi, Literasi Keuangan.

ABSTRACT

This research was initiated by the increasing need for financial literacy in society, especially through the use of Instagram as a platform for education. Instagram account of @homecreditid through the #DoITCERDAS campaign, aims to increase the awareness and understanding of financial literacy among its followers. This research aims to determine the effect of #DoITCERDAS content on the financial literacy understanding of its followers using the Cultivation Theory approach. The research approach used is explanatory quantitative with a survey method with online questionnaires to 100 respondents who are followers of the @homecreditid Instagram, which were determined using purposive sampling techniques. The data analysis techniques include validity, reliability, normality, simple linear regression test, coefficient of determination test, and hypothesis testing. The results of the hypothesis test in this study show that H1 is accepted and there is a significant relationship between the #DoITCERDAS content variable and financial literacy understanding. The results of the coefficient of determination test show that the #DoITCERDAS content has an influence of 25% on the financial literacy understanding. Thus, it can be concluded that the #DoITCERDAS content through the @homecreditid Instagram has an effect on improving the financial literacy understanding of its followers.

Keywords: *Social Media Content, Information Awareness, Financial Literacy.*