



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE
RADITYA DIKA TERHADAP LITERASI
FINANSIAL GENERASI Z DI SURABAYA**

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Arta Laras Angelina
NIM B75217109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arta Laras

NIM : B75217109

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z Di Surabaya adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 27 Desember 2020

Yang membuat pernyataan



Arta Laras Angelina

NIM B75217109

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Arta Laras Angelina
NIM : B75217109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN KONTEN
YOUTUBE RADITYA DIKA TERHADAP
LITERASI FINANSIAL PADA GENERASI
Z DI SURABAYA

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 31 Desember 2020

Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Nikmah Hadiati Salisah, M.Si.
NIP. 197301141999032004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE RADITYA
DIKA TERHADAP LITERASI FINANSIAL GENERASI Z
DI SURABAYA

Disusun Oleh
Arta Laras Angelina
B75217109

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 7 Januari 2021

Tim Penguji

Penguji I

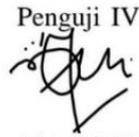

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji II


Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji III


Dr. Ali Nurdin, S.Ag.-M.S
NIP. 197106021998031001

Penguji IV


Ariza Ourrata A'yun, M.Med.Kom
NIP. 199205202018012002

Surabaya, 7 Januari 2021



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ARTA LARAS ANGELINA
NIM : B75217109
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : Artalarasangelina@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE RADITYA DIKA TERHADAP LITERASI

FINANSIAL GENERASI Z DI SURABAYA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2021

Penulis

(ARTA LARAS ANGELINA)

ABSTRAK

Arta Laras Angelina, NIM B75217109, 2021. *Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z Di Surabaya.*

Kata kunci : Youtube, Raditya Dika, Literasi Finansial

Media memiliki peran penting dalam gaya hidup Generasi Z. Hal ini karena mereka selalu mendapatkan kemudahan dalam mengakses media dan bertransaksi online sehingga Generasi Z dikenal sebagai generasi yang memiliki gaya hidup konsumtif. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui apakah sebuah media juga berdampak terhadap literasi finansial Generasi Z.

Ada dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu: (1) Adakah pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya, (2) Sejauh mana pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh serta tingkat pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif. Hasil penelitian ini adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,490 > 0,195$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Ada korelasi positif sebesar 0,490 antara terpaan konten Youtube Raditya Dika dengan literasi finansial dan memiliki signifikansi hubungan sedang.

ABSTRACT

Arta Laras Angelina, NIM B75217109, 2021. *The Impact of Raditya Dika's Youtube Content Exposure on Generation Z's Financial Literacy in Surabaya.*

Keywords: Youtube, Raditya Dika, Financial Literacy

The media have an important role in Generation Z's lifestyle. This is because they always have easy access to media and online transactions so that Generation Z is known as the generation that has a consumptive lifestyle. In this study, the researcher aims to determine whether a media also has an impact on the financial literacy of Generation Z.

There are two problems examined in this study, namely: (1) Is there an effect of Raditya Dika's YouTube content exposure on generation Z financial literacy in Surabaya, (2) To what extent is the influence of Raditya Dika's YouTube content exposure on generation Z financial literacy in Surabaya. The purpose of this study was to determine whether there is an influence or level of influence of Raditya Dika's YouTube content exposure on generation Z financial literacy in Surabaya.

The method in this research uses a quantitative approach with correlative research type. The results of this study are $r_{count} > r_{table}$ ($0.490 > 0.195$). So that H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that there is a positive correlation of 0.490 between Raditya Dika's YouTube content exposure and financial literacy and has a moderate significance relationship.

مستخلص البحث

أرنا لاراس أنجلينا ، رقم التسجيل ب ٩٠١٧١٢٥٧ ، ٢٠٢٠ ،
تأثير محتوى يوتيوب راديتيا ديكا لدى محو الأمية المالية في اسلوب حياة جيل ز

الكلمات امفتاحية : يوتيوب , راديتيا ديكا , محو الأمية المالية

لها وسائل الاعلام وسائل الإعلام دوراً مهماً في أسلوب حياة الجيل ز ، وذلك لأنها تتمتع دائماً بسهولة الوصول إلى الوسائط والمعاملات عبر الإنترنت بحيث يُعرف بالجيل الذي لديه أسلوب حياة استهلاكي. يهدف الباحث في هذه الدراسة إلى Zالجيل Z. معرفة ما إذا كان للإعلام تأثير أيضاً على الثقافة المالية للجيل

و هنا بحث نوعان من القضايا الدراسة ، وهما(١)هل هناك أي تأثير لعرض محتوى من المعرفة المالية في سورابايا ، (٢) إلى Zيوتيوب على راديتيا ديكا على الجيل من المعرفة Zأي مدى تأثير عرض محتوى يوتيوب على راديتيا ديكا على الجيل المالية في سورابايا كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان هناك تأثير أو من المعرفة Zمستوى تأثير لعرض محتوى يوتيوب على راديتيا ديكا على الجيل المالية في سورابايا.

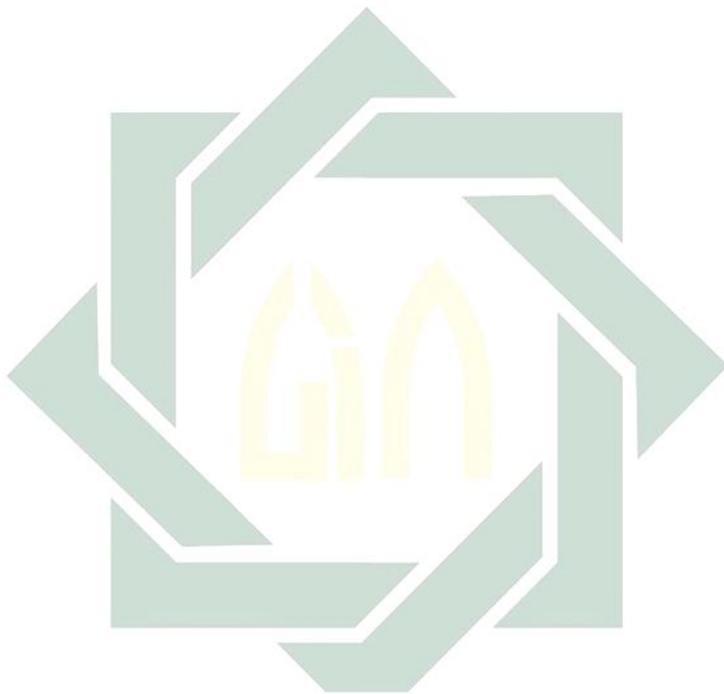
المنهج في هذا البحث يستخدم المنهج الكمي مع نوع البحث المترابط. نتائج هذه (٠). لذلك تم رفض ح٠ وقبول ح١ ، (٠)٥٩١ < ، < جدول (٢٠٩٤) الدراسة هي عدد ٠ بين عرض محتوى راديتيا ديكا ، وهذا يعني أن هناك علاقة إيجابية قدرها ٠٩٤ على يوتيوب ومحو الأمية المالية ولها علاقة دلالة معتدلة

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Masalah	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional	6
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	14
A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kerangka Teori	17
C. Paradigma Penelitian	37
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	42
1. Populasi.....	42

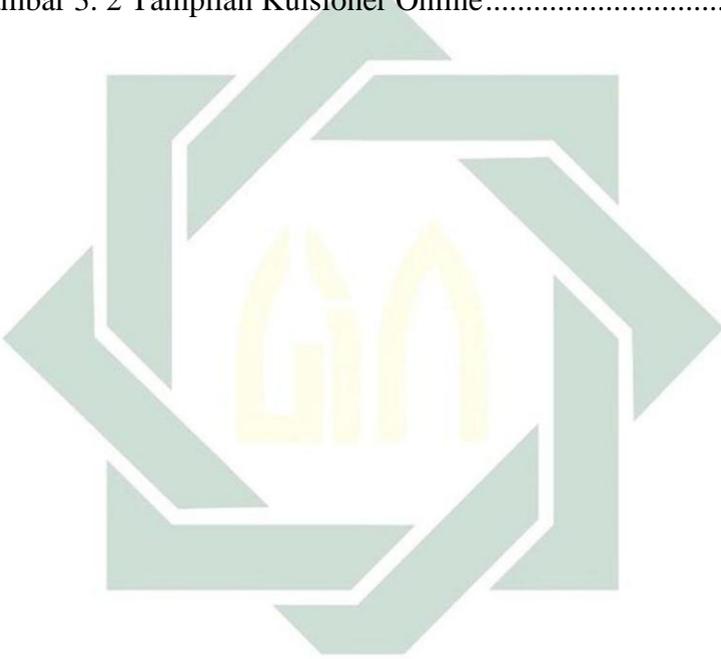
2. Sampel	43
3. Teknik Sampling.....	45
D. Variabel dan Indikator Penelitian	46
1. Variabel.....	46
2. Indikator.....	47
E. Tahap-Tahap Penelitian	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian	56
H. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	66
B. Penyajian Data.....	67
1. Demografi Responden	67
2. Terpaan Konten Youtube Raditya Dika	69
3. Literasi Finansial	76
C. Pengujian Hipotesis.....	84
1. Uji Normalitas	85
2. Uji Pearson Product Moment.....	87
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
1. Perpektif Teoretis.....	90
2. Perpektif Keislaman.....	91
BAB V PENUTUP.....	94
A. Simpulan.....	94
B. Saran dan Rekomendasi.....	95
C. Keterbatasan Penelitian	96

DAFTAR PUSTAKA 97
LAMPIRAN..... 101



DAFTAR GAMBAR

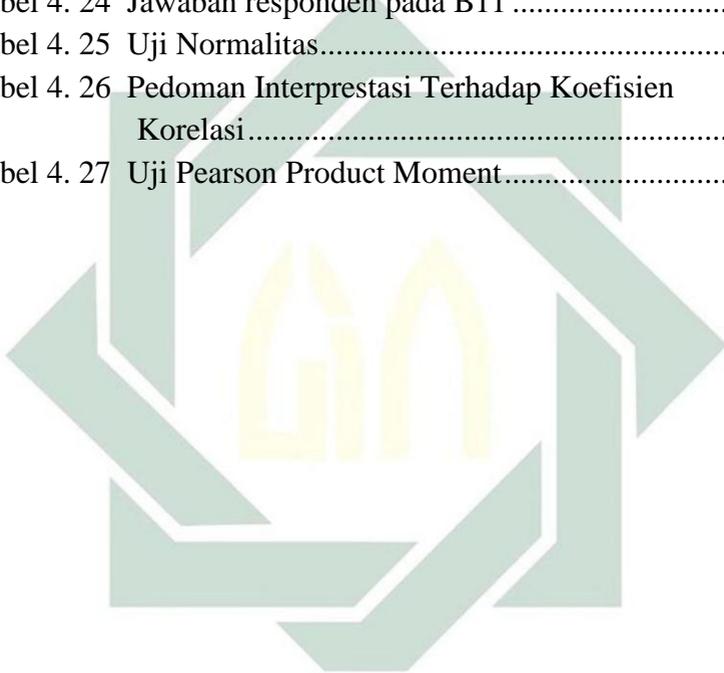
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	31
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir Penelitian	36
Gambar 2. 3 Paradigma penelitian	38
Gambar 3. 1 Pamflet Kuisisioner.....	54
Gambar 3. 2 Tampilan Kuisisioner Online.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ruang Lingkup Literasi Finansial.....	26
Tabel 3. 1 Tabel Rumus P Lemeshow	44
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Pertanyaan	49
Tabel 3. 3 Skala Penilaian Instrumen.....	52
Tabel 3. 4 Daftar Expert Judgement	56
Tabel 3. 5 Hasil Perbaikan Expert Judgement	57
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 3. 8 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4. 1 Jenis kelamin responden	67
Tabel 4. 2 Asal daerah Surabaya responden	68
Tabel 4. 3 Usia responden.....	69
Tabel 4. 4 Jawaban responden pada A1	70
Tabel 4. 5 Jawaban responden pada A2.....	70
Tabel 4. 6 Jawaban responden pada A3.....	71
Tabel 4. 7 Jawaban responden pada A4.....	72
Tabel 4. 8 Jawaban responden pada A5.....	72
Tabel 4. 9 Jawaban responden pada A6.....	73
Tabel 4. 10 Jawaban responden pada A7	74
Tabel 4. 11 Jawaban responden pada A8.....	74
Tabel 4. 12 Jawaban responden pada A9.....	75
Tabel 4. 13 Jawaban responden pada A10.....	75
Tabel 4. 14 Jawaban responden pada B1	76
Tabel 4. 15 Jawaban responden pada B2	77
Tabel 4. 16 Jawaban responden pada B3	78
Tabel 4. 17 Jawaban responden pada B4	78
Tabel 4. 18 Jawaban responden pada B5	79

Tabel 4. 19	Jawaban responden pada B6	80
Tabel 4. 20	Jawaban responden pada B7	81
Tabel 4. 21	Jawaban responden pada B8	81
Tabel 4. 22	Jawaban responden pada B9	82
Tabel 4. 23	Jawaban responden pada B10	83
Tabel 4. 24	Jawaban responden pada B11	84
Tabel 4. 25	Uji Normalitas.....	86
Tabel 4. 26	Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	89
Tabel 4. 27	Uji Pearson Product Moment.....	87



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan suatu data yang telah diberi makna melalui konteks. Kata informasi memiliki asal dari bahasa Perancis kuno yang berbunyi *informacion*. Kata tersebut diambil dari bahasa Latin yang berbunyi *informationem* yang memiliki makna “garis besar, konsep, ide”. Informasi adalah bentuk kata benda dari *informare* yang memiliki arti aktivitas dalam pengetahuan yang dikomunikasikan. Menurut Abdul Kadir informasi adalah data yang sudah diproses sedemikian rupa sehingga bisa seseorang yang menggunakan data tersebut tersebut bisa dimiliki peningkatan pengetahuan¹. Salah satu bentuk keberhasilan komunikasi adalah saat pola pikir komunikasi berubah ke arah yang diharapkan komunikator. Hal ini diharapkan terjadi saat informasi dari komunikator sudah diberikan kepada komunikasi secara langsung ataupun dengan menggunakan media. Dalam mengkomunikasikan informasi kepada individu lain maupun kepada khalayak, umumnya menggunakan bantuan media.

Media komunikasi adalah sebuah perantara antara komunikasi dan komunikator dalam menyampaikan pesan atau informasi. Dewasa ini, arus informasi semakin deras mengalir ke masyarakat. Hal ini dikarenakan adanya globalisasi dan kecanggihan teknologi komunikasi. Media kini melakukan *multiplatform*, yakni menggabungkan berbagai elemen informasi seperti tulisan, audio, video, ataupun gambar menjadi satu. Seperti yang diterapkan di

¹ Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 31.

sosial media sekarang² atau biasa di sebut sebagai *new media*. Berdasarkan bentuk informasinya, secara umum terdapat informasi berupa audio, video, gambar maupun teks. Salah satu media mengkomunikasikan informasi berupa pesan audio visual di era ini salah satunya adalah dengan mengunggah video di *platform* Youtube.

Terpaan media adalah suatu aktivitas yang muncul ketika pengguna melakukan penggunaan media. Biasanya diartikan juga sebagai suatu kondisi di mana seseorang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens³. Jika terus menerus diterpa oleh media, sikap maupun pola pikir seseorang dapat terpengaruh. Dalam penelitian ini, terpaan media yang diteliti dalam penelitian ini adalah Youtube yang menjadi salah satu *new media* yang paling sering dan banyak digunakan di Indonesia saat ini.

Youtube adalah salah satu *platform* digital yang menjadi favorit banyak orang dari berbagai kalangan usia khususnya generasi muda. Dalam penelitian Eribka dkk, konten vlog Youtube memiliki pengaruh terhadap pembentukan sikap mahasiswa sebesar 37,21%⁴. Sehingga bisa disimpulkan bahwa Youtube memiliki andil dalam pembentukan sikap maupun pola pikir penontonnya. Salah satu *Channel* Youtube memiliki jumlah *Subscribers* cukup

² Sandy Allifiansyah, "Podcast Dan Teori Uses & Gratification," *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada*, 2015, 1.

³ Elli Mustika Rini and Ayub Ilfandy Imran, "Pengaruh Terpaan Tayangan *Traveling Channel* Di Youtube Terhadap Minat Berwisata *Subscribers* Di Indonesia (Studi Pada *Subscribers Traveling Channel* YouTube Ponti Ramanta)," *e-Proceeding of Management*, Vol.4, No.1 April (2017): 941.

⁴ Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama, "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi," *E-Journal Acta Diurna*, e-journal Acta Diurna, Vol VI. No.1 (2017): 17.

banyak adalah Raditya Dika. Radit merupakan salah satu generasi awal Youtubers Indonesia. Ia juga menjadi salah satu *founder* Stand Up Comedy di Indonesia. Sejak saat itu ia mulai merambah karirnya di dunia *Entertaint*. Raditya terjun ke Youtube sejak tahun 2007 dan kini sudah memiliki 8,94 Juta *subscribers* serta menduduki peringkat 27 Youtuber teratas di Indonesia per-14 Agustus 2020 pukul 8.23 WIB⁵. Raditya Memiliki latar belakang pendidikan jurusan *finance* di University of Adelaide Australia. Dengan latar belakang pendidikannya tersebut, ia tidak hanya mengunggah video *stand up comedy* atau vlog kesehariannya saja. Ia juga mengunggah video dengan format *podcast* yang membahas beragam hal salah satunya yang paling sering diunggah adalah pembahasan tentang finansial.

Literasi finansial adalah pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki seseorang, Untuk mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan hidup. di mana keputusannya dapat berdampak pada masyarakat, negara, dan ekonomi secara global⁶. Melalui konten Youtube-nya Raditya Dika turut menyebarkan literasi finansial seperti memperkenalkan beragam pengetahuan finansial mulai dari perencanaan keuangan, ilmu investasi hingga menjelaskan bagaimana dampak investor dalam negeri terhadap iklim investasi di

⁵ "Youtube Channel Rank Top 100 Indonesia Sort by Subscribers Weekly," Noxinfluence(dot)com, n.d., <https://id.noxinfluencer.com/youtube-channel-rank/top-100-id-all-youtuber-sorted-by-subs-weekly>. Diakses pada 14 Agustus 2020 pukul 8.23 WIB

⁶ Tri Ratnawati, Siti Mujanah, and Nyoman Lokajaya, "Strategi Finansial Literacy Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Industri Kawasan Wisata Kabupaten Gersik Jawa Timur," Kewirausahaan: Tinjauan Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Spiritualitas, Vol.1 No.1 (2018): 1108.

Indonesia pada penonton kontennya yang mayoritas adalah anak muda.

Generasi Z adalah generasi lahir pada tahun 1995-2010⁷. Hampir 60 persen *subscribers* Raditya Dika berusia 18 – 34 tahun⁸. Sehingga konten Raditya Dika mayoritas ditonton oleh Generasi Z. Di Surabaya sendiri yang menjadi salah satu kota terbesar kedua setelah Jakarta, Generasi Z mencapai 726.875 orang yakni sekitar 23% dari populasi Surabaya⁹.

Sebagai generasi muda, Generasi Z perlu memiliki literasi finansial yang baik. Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya zaman, Generasi Z mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi online, sehingga Generasi Z merupakan generasi yang memiliki gaya hidup konsumtif¹⁰. Hal ini juga disebabkan dengan adanya dompet digital yang membuat transaksi jadi lebih mudah. Pada survey yang dilakukan Stevanus dan Erwin terhadap 405 orang responden yang usianya 18-21 tahun dan tinggal di daerah Jabodetabek, 58.4% responden merasa lebih konsumtif dengan keberadaan dompet digital¹¹. Serta masih tingginya minat Generasi Z terhadap barang-barang yang bukan

⁷ Tirto.id. *Selamat Tinggal Generasi Millennial, Selamat Datang Generasi Z* <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX> diakses pada 15 Agustus 2020 pukul 8.11

⁸ Noxinfluence(dot)com.

<https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UC0rzsIrAxF4kCsALP6J2EsA?tab=subs> diakses pada 14 Agustus 2020 pukul 8.32 WIB

⁹ BPS Surabaya. 2020. *Kota Surabaya Dalam Angka*. Surabaya. 64

¹⁰ Stevanus Pangestu, "Riset: Dompet Digital Mendorong Generasi Z Lebih Konsumtif," *The Conversation*, 2020, <https://theconversation.com/riset-dompet-digital-mendorong-generasi-z-lebih-konsumtif-129243>. diakses pada 10 September 2020 pukul 21.08 WIB

¹¹ Pangestu, Loc.Cit

buatan dalam negeri sehingga hal ini juga berdampak pada perekonomian Indonesia. Tidak hanya itu beragam bentuk penipuan berkedok investasi hingga asuransi makin marak. Bahkan resiko kerugian saat memilih perusahaan *investment planner* masih ada, misalnya kasus Jouska yang baru-baru ini terjadi. Tidak hanya itu, banyak kegiatan *trading* yang tidak diawasi OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang menyebabkan kerugian hingga mencapai milyaran rupiah. Sedangkan berdasarkan survey yang dilakukan OJK pada tahun 2016, hanya 36,02% masyarakat Indonesia yang memahami tentang perhitungan bunga, hasil investasi dan inflasi¹².

Teori yang relevan dengan penelitian ini adalah Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Berdasarkan teori ini, manusia memberikan respon terhadap stimulus yang ia dapatkan. Dalam penelitian ini, Generasi Z di Surabaya memiliki literasi finansial sebagai respon terhadap terpaan konten Youtube Raditya Dika yang merupakan stimulusnya.

Melalui konten Youtube yang membahas tentang finansial dengan mengundang beragam bintang tamu seperti *Financial Planner* dan ahli *investment* lainnya, Raditya Dika mengembangkan konten yang mampu menebarkan literasi finansial pada *subscribersnya* yang mayoritas adalah Generasi Z. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terpaan konten Youtube Raditya Dika berpengaruh pada literasi finansial Generasi Z di Surabaya dan sejauh mana pengaruh tersebut ada.

¹² Ojk.go.id. *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Meningkat*.

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Siaran-Pers-OJK-Indeks-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Meningkat/17.01.23%20Tayangan%20%20Presscon%20%20nett.compress.ed.pdf> diakses pada 14 Agustus 2020 pukul 8.45 WIB

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah apakah terpaan konten Youtube Raditya Dika memiliki pengaruh terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya dan sejauh mana tingkat pengaruh tersebut?

C. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika serta sejauh mana pengaruh tersebut terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan keilmuan dibidang komunikasi. Terutama dalam pengembangan Media Massa ; *New Media*. Serta dapat menunjukkan seberapa besar pengaruh Terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.

Sedangkan secara praktis, selain menambah wawasan dan bisa menjadi sumber untuk penelitian dengan tema dan metode sejenis serta dapat di terapkan dalam komunikasi media massa sehari-hari, penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan para *content creator* di Youtube dalam membuat konten video agar bisa mempertimbangkan pengaruh yang bisa disebabkan konten tersebut terhadap pemahaman pendengarnya terutama literasi finansialnya.

E. Definisi Operasional

1. Terpaan Konten Youtube Raditya Dika (X)

a. Terpaan Media

Terpaan media dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang muncul setelah seseorang terlibat dalam aktivitas penggunaan media. Menurut Slater dalam jurnal Vreese & Neijens terpaan media dapat didefinisikan secara sederhana sebagai sejauh mana audiens telah mengalami pesan tertentu atau kelas pesan/konten media.

Adapun tingkatan perhatian seseorang dalam terpaan media dapat bervariasi mulai dari pra-perhatian (pemindaian media dalam di alam bawah sadar), perhatian penuh/fokus (perhatian yang cukup untuk menentukan isi konten), pemahaman (menetapkan makna dari konten), dan elaborasi (menghasilkan koneksi dan citra diri)¹³. Sehingga seringkali terpaan media dapat mengubah sikap dan pola pikir seseorang.

Terpaan media juga diartikan sebagai suatu kondisi di mana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang

¹³ Claes H. de Vreese and Peter Neijens, "Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment," *Communication Methods And Measures*, VOL. 10, NOS. 2-3, 69-80 (2016): 70.

digunakan¹⁴. Terpaan konten secara tidak langsung memberikan paparan dan mengedukasi para audiensnya untuk mendapat suatu pola pikir tertentu, dalam konteks ini literasi finansialnya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh terpaan media dalam konteks ini konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

b. Konten Youtube Raditya Dika

YouTube merupakan salah satu media sosial yang berbentuk situs web video *sharing* atau tempat berbagi video yang populer. Pada situs ini para pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis.

YouTube didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri (Faiqah, Nadjib, & Amir, 2016:259).

Menurut Press@google.com (dalam YouTube Untuk Pers, n.d.) bahwa YouTube memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet, dan setiap hari pengguna

¹⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi komunikasi*, ed. Tjun Surjaman, Cetakan keduapuluhsembilan, November 2013 (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2013).

tersebut menonton miliaran jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan¹⁵.

Tiap kreator di Youtube memiliki *channel*nya masing-masing. Channel adalah sebuah ruang milik kita dimana kita bisa mengunggah video dan membagikannya pada khalayak. Setiap kreator bebas mengekspresikan kreasi videonya. Youtube mengusung prinsip kebebasan berekspresi, kebebasan mendapatkan informasi, kebebasan menggunakan peluang dan kebebasan memiliki tempat berkarya¹⁶.

Salah satu *youtuber* yang terkenal di Indonesia adalah Raditya Dika. Ia memiliki 9,1 juta *subscribers* per 6 Oktober 2020. Ia telah mengunggah sebanyak 1,2 ribu video dalam *channel*nya sejak 28 Juli 2007. Rata-rata jumlah penonton video Raditya Dika adalah 652 ribu penonton. Raditya Dika juga menempati peringkat ke 27 dalam 100 Top Youtubers Terbanyak di Subscribe versi Nox Influencer¹⁷.

Raditya Dika mengunggah perbincangannya dengan format video podcast ataupun *interview* di *channel* Youtubena. Pembahasan dalam materi Podcast Raditya Dika beragam, mulai dari kehidupan sehari-hari para influencer, tentang perekonomian,

¹⁵ Yolanda Stellarosa, Sandra Jasmine Firyal, and Andre Iksano, "PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI SARANA TRANSFORMASI MAJALAH HIGHEND," *Jurnal Lugas* Vol. 2 No. 2 (2018): 59.

¹⁶ Youtube, "Yotube About," Youtube Blog, n.d. diakses pada 6 Oktober 2020 pukul 8:26 WIB

¹⁷ "Youtube Channel Rank Top 100 Indonesia Sort by Subscribers Weekly." Diakses pada 6 Oktober 2020 pukul 18:19 WIB

isu kesehatan mental, isu sosial lainnya hingga politik.

Namun bidang pembahasan yang paling sering diunggah akhir-akhir ini adalah pembahasan tentang Finansial. Hal ini dikarenakan per bulan Oktober 2020 Raditya Dika sudah mengunggah setidaknya 12 video dengan tema finansial dan ternyata pembahasan tersebut menuai banyak komentar positif dan permintaan untuk membuat konten sejenis dari para *subscribers*.

Video-video Raditya Dika yang diteliti dalam penelitian ini adalah video dengan format podcast atau interview yang mempunyai bahasan tentang finansial. Seperti video berjudul :

- 1) Cara jadi kaya menurut Raditya Dika
- 2) Gini Lho Cara Beli Reksadana
- 3) Gini Lho Cara Beli Saham
- 4) Ngitung Dana Pendidikan Anak
- 5) Apa Bedanya Tabungan dan Dana Darurat ft. Prita Ghozie

Dan video-video lainnya yang memiliki pembahasan mengenai finansial, baik dijabarkan oleh Raditya Dika sendiri ataupun oleh ahli yang dihadirkan. Konten-konten tersebut menarik karena memiliki fokus dalam bidang finansial, pembahasan yang ditujukan untuk awam dan juga cara penyampaian yang santai.

Dalam penelitian ini, peneliti membahas terpaan konten Youtube Raditya Dika. Raditya Dika sering membahas isu finansial dengan pembawaan yang khas sebagai stand up comedy-an di Indonesia.

2. Literasi Finansial (Y)

a. Literasi Finansial

Menurut Chen dan Volpe, Literasi finansial atau bisa disebut juga sebagai literasi keuangan secara keseluruhan dapat diartikan sebagai pengetahuan atau kemampuan untuk mengelola keuangan¹⁸.

Menurut Katy Hudson dan Bush dalam penelitian yang dilakukan Widyawati pada tahun 2012, Literasi keuangan adalah kemampuan memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan. Dan mengaplikasikan pengetahuan secara tepat kedalam perilaku¹⁹.

Dalam buku materi Gerakan Literasi Nasional yang disusun oleh Kemendikbud, disebutkan bahwa literasi finansial adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat²⁰.

Seseorang dinilai sudah memahami literasi finansial ketika ia sudah memiliki perencanaan keuangan jangka pendek seperti rancangan keuangan bulanan, jangka menengah seperti rencana keuangan

¹⁸ Haiyang Chen and Ronald P. Volpe, "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students," *FINANCIAL SERVICES REVIEW*, 7(2): 107-128 (1998): 108

¹⁹ Widyawati, "Fungsi Dan Tugas Otoritas Jasa Keuangan Dalam Menjaga Stabilitas Sistem Keuangan," *Penelitian Disampaikan Pada Seminar Tentang Keberadaan Otoritas Jasa Keuangan Untuk Mewujudkan Perekonomian Nasional Yang Stabil Dan Berkelanjutan*, 2012.

²⁰ Tim GLN, *Materi Pendukung Literasi Finansial* (Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017), 5.

untuk liburan hingga jangka panjang seperti biaya pendidikan anak dimasa depan ataupun rancangan biaya pembelian rumah tinggal²¹.

Secara substansi literasi keuangan meliputi kemampuan dalam memahami konsep dasar dari ilmu ekonomi dan keuangan serta cara menerapkannya. Subtansi literasi keuangan terdiri dari empat aspek, yaitu pemahaman umum, tabungan, asuransi dan investasi²².

Pendidikan juga memiliki andil penting dalam kegiatan literasi finansial. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara. Misalnya memperkenalkan konsep menabung pada anak Sekolah Dasar, memperkenalkan cara mengambil keputusan keuangan pada anak Sekolah Menengah Pertama, Orientasi tujuan menabung hingga perencanaan keungan jangka panjang dapat diperkenalkan sejak Sekolah Menengah Atas²³.

Maka dari itu dalam penelitian ini, peneliti menganalisis pengaruh terhadap terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial. Dewasa ini konten Youtube dapat menjadi media pembelajaran, termasuk untuk literasi finansial.

²¹ Chen and P. Volpe, "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students," 108.

²² Isodora Efitra Widyansari, "Arti Penting Literasi Finansial Dalam Perekonomian Modern" (Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017), 13.

²³ Ibid, 28.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami proposal penelitian ini, maka kami sertakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab pertama membahas tentang pendahuluan berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi operasional, kerangka teori, dan jadwal penelitian.

Bab kedua membahas tentang kajian kepustakaan tentang pengaruh terpaan media massa dalam konteks ini konten Youtube Raditya Dika, terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

Bab ketiga membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini.

Bab keempat membahas tentang penyajian data dan temuan penelitian. Mencakup penjabaran data dan situasi objek penelitian.

Bab kelima adalah penutup. Meliputi kesimpulan, saran serta rekomendasi dilaksanakannya penelitian lanjutan berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan.

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi acuan penelitian ini dan juga sebagai bahan pembanding. Hal ini berguna untuk memperkuat pandangan penelitian. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu :

1. Jurnal *Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule* yang disusun oleh Dionius Kevin dan Wulan Purnama Sari²⁴. Dalam jurnal ini terpaan media memiliki pengaruh sebesar 7,9% terhadap *Brand Image* Kini Capsule. Sedangkan sisanya disebabkan faktor lain.

Persamaan : Penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang peneliti lakukan sama-sama menggunakan teknik sampling insidental. Hal ini dikarenakan jumlah populasinya tidak dapat diketahui secara pasti. Serta rumus untuk menentukan sampelnya sama-sama rumus Lemeshow.

Perbedaan : Penelitian ini fokus pada bagaimana media menerpa *brand image* Kini Capsule. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan fokus pada bagaimana terpaan media mempengaruhi literasi finansial Generasi Z.

2. Skripsi Pengaruh Akun Dakwah “SHIFT” Di Instagram Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi

²⁴ Kevin Dionisius and Wulan Purnama Sari, “Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule,” *Prologia* Vol.2, No.2 (Desember 2018).

Angkatan 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya²⁵. Disusun oleh Mochammad Rendy Romadhon Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan menggunakan teori SOR (Stimulus-Organism-Respon), Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar pengaruh akun dakwah SHIFT terhadap perilaku religius mahasiswa. Hasilnya Adan korelasi yang sangat kuat antara Akun Dakwah Shift di Instagram terhadap Perilaku Religius mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebesar 85,5 %.

Persamaan : Penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

Perbedaan : Perbedaan pada penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada subjek dan objeknya. Subjek pada penelitian terdahulu adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 yang mengikuti akun Instagram SHIFT dan objeknya adalah perilaku religius mahasiswa. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan subjek penelitian adalah Generasi Z di Surabaya yang menonton *channel* Youtube Raditya Dika dan objeknya adalah literasi finansialnya.

3. *Jurnal Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia (Studi Pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta)* yang disusun oleh Elli Mustika Rini mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University.

²⁵ Mochammad Rendy Romadhon, "Pengaruh Akun Dakwah 'SHIFT' Di Instagram Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya" (Surabaya, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).

Hasil dari penelitian ini adalah terpaan tayangan traveling channel Ponti Ramanta di YouTube memberikan kontribusi terhadap minat berwisata subscribers di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan tayangan traveling channel di YouTube memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel minat berwisata subscribers²⁶.

Persamaan : Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh paparan konten video yang diunggah pada *platform* Youtube serta sama-sama menggunakan Teori SOR.

Perbedaan : Perbedaannya penelitian yang dilakukan Elli memiliki variabel Y minat berwisata sedangkan variabel Y pada penelitian yang peneliti lakukan adalah literasi finansial.

4. Jurnal *The YouTube Marketing Communication Effect on Cognitive, Affective and Behavioural Attitudes among Generation Z Consumer*²⁷. Disusun oleh Rodney Duffet Mahasiswa Cape Peninsula University of Technology, Cape Town, South Africa. Jurnal ini membahas tentang bagaimana Youtube memiliki pengaruh dikalangan konsumen muda. Dengan melibatkan sebanyak 3750 responden yang merupakan pelajar sekolah dan perguruan tinggi Afrika.

Persamaan : Penelitian terdahulu juga menggunakan *platform new media* dalam hal ini adalah Youtube

²⁶ Mustika Rini And Ifandy Imran, "Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia (Studi Pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta)."

²⁷ Rodney Duffet, "The YouTube Marketing Communication Effect on Cognitive, Affective and Behavioural Attitudes among Generation Z Consumer," *MDPI, Sustainability*, 12 (June 22, 2020).

sebagai fokus penelitiannya. Serta menjadikan Generasi Z sebagai subjek penelitiannya.

Perbedaan : Penelitian yang peneliti lakukan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Sedangkan teknik yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan teknik sampel multi-tahap. Objek penelitian Rodney juga berfokus dalam dampak pada kognitif, afektif dan etika berperilaku generasi Z.

5. Jurnal *The Impact of New Media on Intercultural Communication Global Context* yang disusun oleh Guo-Min Chen dari Communication Studies Faculty, University of Rhode Island²⁸. Jurnal ini membahas tentang bagaimana *New Media* memiliki dampak terhadap nilai-nilai budaya serta mempengaruhi komunikasi budaya. Hasil dari penelitian ini adalah Media baru memiliki dampak pada tiga aspek interaksi lintas budaya, yaitu hubungan antar budaya, dialog antar budaya dan konflik antar budaya. Hal ini dikarenakan media baru memberi ruang orang-orang dari budaya yang berbeda-beda untuk bebas berpendapat dan menjalin hubungan.

Persamaan : Penelitian milik Guo-Min Chen ini juga membahas terkait *new media* dan mengacu pada dampak dari *new media* tersebut.

Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan metode kajian pustaka. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode kuantitatif.

B. Kerangka Teori

²⁸ Guo-Ming Chen, "The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context," *Communication Studies Faculty Publications* 8 (2012).

1. Terpaan Konten Youtube Raditya Dika
 - a. Pengertian Terpaan Media

Akses terhadap media massa hampir tidak bisa terelakan dalam kehidupan sehari – hari. Jika pada beberapa tahun lalu pemilihan media mungkin hanya terbatas seperti radio, TV, surat kabar, majalah dan buku. Berbeda dengan beberapa tahun belakangan ini dimana internet sebagai media komunikasi telah berkembang. Saat ini pemilihan media massa sangatlah kompleks dengan bertambahnya media baru berbasis internet khalayak dapat mengakses hiburan, informasi, edukasi dan lain sebagainya dengan cara digital²⁹.

Menurut Jalaludin Rahmat Terpaan media adalah perilaku seseorang atau audiens dalam menggunakan media massa. Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi di mana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan³⁰.

Menurut Ardianto dan Erdinaya, terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan

²⁹ Shirley Biagi, *Media/Impact : Pengantar Media Massa* (Jakarta: Salemba Humanik, 2010), 40.

³⁰ Rakhmat, *Psikologi komunikasi*.

media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi³¹.

Larry Shore mendefinisikan terpaan media adalah lebih lengkap daripada akses. Terpaan tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa akan tetapi apakah seseorang tersebut benar-benar terbuka dengan pesan – pesan media tersebut. Terpaan merupakan kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media massa ataupun pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu maupun kelompok³².

b. Pengukuran Terpaan Media

Menurut Elvinaro untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor³³:

- 1) Frekuensi, dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikasi dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut. Semakin tinggi frekuensi, pesan semakin menempel dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens.
- 2) Perhatian (atensi), suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media. Meliputi melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Unsur

³¹ Elvinaro Ardianto and Lukiat Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), 2.

³² Emile G. McAnany, *Communications in the Rural Third World* (New York: Praeger Publishers, 1982), 26.

³³ Ardianto and Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.

audio, video, dan sebagainya berperan dalam hal ini. Karena menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan.

- 3) Durasi, Yaitu seberapa lama media dilihat, didengarkan dan dibaca oleh khalayak.

Menurut Eribka, Mariam dan Stefi³⁴, Pengukuran terpaan media melibatkan indikator berikut ini :

- 1) Kredibilitas seorang Vlogger. Meliputi Kepercayaan yang didapat dari penonton dan Keahlian dalam membuat Vlog
- 2) Daya tarik seorang Vlogger. Meliputi secara Fisik dan Memiliki kesamaan dengan penonton. Misalnya : umur dan minat.
- 3) Kekuasaan seorang Vlogger (kemampuan menjadi teladan) meliputi Menumbuhkan perasaan kagum pada penonton terhadap dirinya atau konten Vlog yang dibuatnya.
- 4) Isi Vlog menarik perhatian. Meliputi memiliki hal-hal yang baru dan mengandung hal-hal yang berbeda dari jenis video lain.
- 5) Isi Vlog dapat dimengerti. Meliputi bersifat dua arah atau penonton juga terlibat dalam pembuatan video dan bahasa yang digunakan mudah dipahami.
- 6) Isi Vlog dapat diterima. Meliputi memberi informasi dan bersifat menghibur.

³⁴ David, Sondakh, and Harilama, "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi," 10.

c. Konten Youtube Raditya Dika

Raditya Dika adalah seorang penulis, komedian, sutradara dan aktor di Indonesia. Ia lahir di Jakarta 28 Desember 1984 dengan nama Dika Angkasaputra Moerwani³⁵.

Awal *booming* nya nama Raditya Dika di *platform* Youtube adalah saat ia memproduksi *webseries* komedi yang pada tahun 2012 merupakan salah satu *pioneer webseries* Indonesia. Dengan judul “Malam Minggu Miko” seri komedi ini selalu ditunggu setiap malam minggu oleh kawula muda. Sehingga ide “Malam Minggu Miko” ini cukup orsinil dan menarik. Hingga sekarang, ada sekitar 8 buku yang ditulis Raditya Dika dan belasan film ataupun *webseries* yang disutradarai sekaligus dibintangi Radit. Hal ini dikarenakan seri ini dianggap menghibur dan mewakili perasaan kawula muda. Hingga sekarang, ada sekitar 8 buku yang ditulis Raditya Dika dan belasan film ataupun *webseries* yang disutradarai sekaligus dibintangi Radit.

Raditya Dika mengawali karir menulisnya dengan keinginan mengabadikan catatan harian di blog pribadinya sebagai buku cetak. Hal tersebut terjadi saat ia menjadi juara Indonesian Blog Award. Raditya juga pernah mendapatkan Penghargaan bertajuk *The Online Inspiring Award 2009* dari

³⁵ Infobiografi.com. *Biografi Raditya Dika sukses dari penulis hingga jadi sutradara*. <https://www.infobiografi.com/biografi-dan-profil-lengkap-raditya-dika-penulis-novel-hingga-sutradara/> diakses pada 7 Oktober 2019 pukul 21:00

Indosat. Ia akhirnya memutuskan mencetak tulisan-tulisannya yang ada di blog lalu ia menawarkannya ke beberapa penerbit untuk dicetak sebagai buku. Awalnya banyak yang menolak, namun di Gagasmedia, sebuah penerbit buku, naskah itu diterima meski harus melakukan presentasi terlebih dahulu.

Karya pertama yang mengangkat namanya adalah buku berjudul *Kambing Jantan: Sebuah Catatan Harian Pelajar Bodoh* (2005). Buku ini menceritakan kehidupan Radit ketika masih berkuliah di Adelaide, Australia. Cerita yang dibawakan Radit adalah kisah-kisahnyanya sebagai pelajar Indonesia yang berkuliah di luar negeri. Buku ini ditampilkan dalam format *diary* (buku harian). Seluruh cerita dalam karyanya tersebut berasal dari blog pribadi terdahulu milik Radit, www.kambingjantan.com, yang sekarang menjadi www.radityadika.com³⁶.

Kanal Youtube Raditya Dika ada sejak 28 Juni 2007. Sejak saat itu pula Raditya Dika mulai berkarya lewat Youtube dengan mengunggah beragam video. Mulai dari video *stand up comedy*, Serial Malam Minggu Miko, daily vlog, hingga video dengan format *podcast* yang mengundang beragam bintang tamu. Ia memiliki jumlah

³⁶ Wikipedia. *Raditya Dika*. https://id.wikipedia.org/wiki/Raditya_Dika diakses pada 7 Oktober 2019 pukul 22:20

subscribers sebanyak 9,14 juta subscribers per tanggal 6 Desember 2020³⁷.

Raditya Dika memiliki latar belakang pendidikan Finance pada University of Adelaide Australia. Sehingga ia memiliki dasar pada bidang finansial. Selain membahas mengenai finansial, Ia juga sering membahas tentang prinsip *minimalism lifestyle*.

Pembahasan tentang finansial ini memiliki banyak peminat. Hal ini bisa dilihat dari antusiasme para penonton di kolom komentarnya.

Pada konten-konten dengan tema finansialnya, Raditya Dika kerap mengundang praktisi di bidang finansial seperti Ligwina Hananto, Prita Ghozie dan masih banyak lagi. Dalam video-video tersebut, Raditya Dika dan bintang tamunya membahas tentang perencanaan keuangan, investasi dan lain sebagainya.

2. Literasi Finansial

a. Pengertian Literasi Finansial

Menurut Gerakan Literasi Nasional (GLN) yang digagas oleh Kemendikbud RI, Literasi dasar memiliki 6 jenis, yakni literasi baca-tulis, literasi numerasi, literasi sains, literasi finansial, literasi digital dan literasi budaya & kewarganegaraan.

Literasi finansial sendiri merupakan salah satu literasi dasar yang menawarkan seperangkat pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola

³⁷Nox Influencer. "Raditya Dika *Dasbor Youtube and Analytics*." <https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UC0rzsIrAxF4kCsALP6J2Es>
A diakses pada 7 Desember 2020 pukul 6:43 WIB

kesejahteraan hidup sekaligus kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk meminimalisasi, mencari solusi, dan membuat keputusan yang tepat dalam masalah keuangan.

Literasi finansial juga memberikan pengetahuan tentang pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya manusia Indonesia yang kompeten, kompetitif dan berintegritas dalam menghadapi persaingan era globalisasi dan pasar bebas. Serta sebagai warga negara dan warga dunia yang bertanggung jawab pada pelestarian alam dan lingkungan dalam pemenuhan kebutuhan hidup serta kesejahteraan³⁸.

Menurut Manurung dan Rizky, Literasi keuangan merupakan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan yang efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka³⁹.

Dalam penelitian yang dilakukan Mitchell dan Lusardi, Literasi finansial adalah kemampuan masyarakat untuk memproses informasi ekonomi dan membuat keputusan yang tepat tentang perencanaan keuangan, akumulasi kekayaan, hutang dan pensiun⁴⁰.

Menurut Chen dan Volpe, literasi keuangan atau literasi finansial adalah kemampuan mengolah keuangan agar bisa hidup sejahtera dimasa

³⁸ *Materi Pendukung Literasi Finansial*, 5.

³⁹ Adler H. Manurung and Lutfi T. Rizky, *Successful Financial Planner a Complete Guide* (Jakarta: Grasindo, 2009), 24.

⁴⁰ Annamaria Lusardi and Olivia S. Mitchell, *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*, Forthcoming Journal of Economic Literature, 2013, 4.

mendatang. Seseorang yang tidak memiliki pemahaman keuangan yang baik akan cenderung tidak dapat menentukan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kemampuannya⁴¹.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan didefinisikan sebagai rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keyakinan (competence), keterampilan (skill) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Berdasarkan SNLKI tahun 2013, seseorang dapat dikatakan sebagai *well literate* apabila memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, serta keterampilan dalam mengetahui fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban dari produk dan layanan jasa keuangan tersebut⁴².

Berdasarkan pengertian-pengertian literasi finansial diatas, dapat disimpulkan bahwa literasi finansial adalah sebuah literasi dasar yang berguna untuk melatih keterampilan seseorang dalam mengelola keuangannya sehingga dapat membuat keputusan finansial yang efektif dan efisien.

b. Ruang Lingkup Literasi Finansial

⁴¹ Erren Egesta, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Keuangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Mahasiswa Sains & Teknologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)" (Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, 2019), 1–2.

⁴² *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017), 18.

Adapun ruang lingkup literasi finansial menurut Gerakan Literasi Nasional dapat diringkas dalam tabel 2.1 dibawah ini⁴³.

Tabel 2. 1
Ruang Lingkup Literasi Finansial

Materi	Uraian
Pengertian transaksi ekonomi dan beragam jenis praktiknya	Pengertian alat tukar barang dan jasa
Pengenalan sumber daya ekonomi (<i>earnings</i>)	- Sumber daya alam (SDA). Potensi mengenali dan menggunakan SDA untuk kesejahteraan dan kemakmuran bersama - Sumber daya manusia (SDM). SDM untuk mata pencaharian/profesi untuk pemenuhan kebutuhan dasar
Pengenalan konsep belanja sebagai pemenuhan kebutuhan dasar (spending)	- Skala prioritas, yakni ke- butuhan primer, sekunder, dan tertier - Sosialisasi dan kampanye gaya hidup ugahari (moderasi) Ilmu konsumen
Pengenalan konsep	- Menabung

⁴³ Materi Pendukung Literasi Finansial, 6.

menyimpan (<i>saving</i>) dalam terminologi tradisional dan modern	- Asuransi - Investasi
Pengenalan konsep berbagi (<i>sharing</i>) dengan berbasis pada kearifan lokal, ajaran agama, dan negara	- Pajak - Amal
Pengenalan konsep mengenai praktik tidak baik dan kejahatan finansial	- Korupsi - Rasuah - Investasi bodong - Jenis kejahatan finansial lainnya

c. Aspek-Aspek Literasi Finansial

Chen dan Volpe menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi dalam 4 (empat) aspek, yaitu:

- 1) General Personal Finance Knowledge, meliputi pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
- 2) Saving and borrowing, bagian ini meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
- 3) Insurance, bagian ini meliputi pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor.

- 4) Investment, bagian ini meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksa dana dan risiko investasi⁴⁴.

Menurut Program for International Student Assessment (PISA) dalam Litbang Kemendikbud aspek-aspek yang terdapat pada literasi keuangan yaitu:

- 1) Uang dan transaksi
- 2) Perencanaan dan pengelolaan keuangan
- 3) Risiko dan keuntungan
- 4) Financial landscape⁴⁵

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Finansial

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Faktor yang mempengaruhi literasi finansial adalah⁴⁶ :

- 1) Jenis kelamin
- 2) Tingkat pendidikan
- 3) Tingkat pendapatan

Menurut Monticone, Faktor yang mempengaruhi literasi finansial adalah :

- 1) Karakteristik demografi
- 2) Latar belakang keluarga
- 3) Kekayaan
- 4) Preferensi waktu⁴⁷

⁴⁴ Chen and P. Volpe, "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students," 113.

⁴⁵ Okky Dikria and Sri Umi Mintarti W, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol.09 No.2, (n.d.): 130.

⁴⁶ *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*, 43.

Sedangkan menurut Ansong dan Gyensare (2012), menemukan bahwa literasi keuangan dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

- 1) Usia
- 2) Pengalaman bekerja
- 3) Pendidikan ibu
- 4) Jurusan pendidikan yang diambil⁴⁸

3. Teori S-O-R

Berdasarkan penelitian yang sedang peneliti lakukan mengenai pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya, penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Respons.

Peneliti menggunakan teori SOR (Stimulus-Organism-Response) yang digagas oleh Melvin DeFleur. Teori stimulus-respons pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharapkan sesuatu atau memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran⁴⁹.

⁴⁷ Chara Monticone, "How Much Does Wealth Matter in the Acquisition of Financial Literacy?," *The Journal of Consumer Affairs*, Summer, 44 (2010): 406.

⁴⁸ Abraham Ansong and Michael Asiedu Gyensare, "Determinants of University Working-Students' Financial Literacy at the University of Cape Coast, Ghana," *International Journal of Business and Management* 7 No 9 (n.d.): 130.

⁴⁹ M.Mufid. 2005. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana. Hal 22

Menurut McQuail dan Windahl, prinsip dasar dari teori ini adalah “efek merupakan reaksi tertentu terhadap stimulus (rangsangan) tertentu, sehingga orang dapat menduga atau memperkirakan adanya hubungan erat antara isi pernyataan dengan reaksi audiens⁵⁰.”

Dasar dari pada teori ini adalah adanya asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme adalah merupakan prinsip-prinsip komunikasi⁵¹.

Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Elemen utama dari stimulus respon antara lain Stimulus (pesan), Penerima dan Efek (respon)⁵².



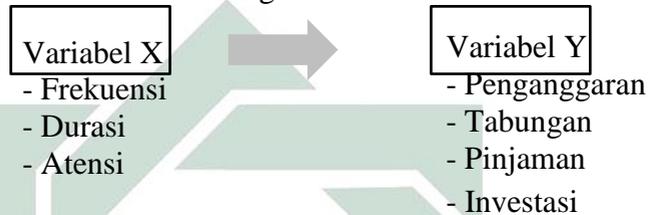
⁵⁰ Amellia Dwi Fajariati, “Pengaruh Program Acara ‘Little Miss Indonesia’ Terhadap Komunikasi Ibu Pada Balitanya Di Desa Deketwetan Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan.” (Surabaya, UIN Sunan Ampel Surabaya, n.d.), 70.

⁵¹ Pakarkomunikasi.com . *Teori Stimulus Respon dalam Komunikasi Massa yang Efektif*. <https://pakarkomunikasi.com/teori-stimulus-respon-dalam-komunikasi-massa> diakses pada 10 Oktober 2019 pukul 22:49.

⁵² Hidjanto Djamal, Andi Fachrudin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*, Jakarta: Kencana. Hal 69.

DeFleur mengatakan bahwa pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda sesuai dengan karakteristik pribadi individu⁵³.

Gambar 2. 1
Kerangka Teori



Dalam penelitian ini, stimulus dari komunikasi massa yang terjadi adalah konten Youtube Raditya Dika. Sedangkan audiens meresponsnya dengan literasi finansial mereka. Media massa memiliki peluang yang sangat besar dalam merubah pola pikir seseorang.

4. Perspektif Islam

a. Komunikasi media dalam perspektif Islam

Ilmu komunikasi Islam, sebagaimana juga ilmu komunikasi umum, membahas tentang manusia. Komunikasi ada pada semua aspek kehidupan manusia. Komunikasi pada dasarnya telah diajarkan oleh Sang Pencipta, Allah SWT, melalui kitab suci Al-Qur'an tentang bagaimana pentingnya komunikasi bagi umat manusia, khususnya umat Islam. Komunikasi adalah

⁵³ Muhammad Rendy Romadhon, "Pengaruh Akun Dakwah 'Shift' Di Instagram Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya" (Surabaya, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), 21.

pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami⁵⁴.

Karena semakin ramainya media komunikasi termasuk media komunikasi daring, proses diseminasi pesan-pesan informasi perlu disertai ide, imajinasi, 'self-expression', kemampuan intelektual dan pikiran sehingga dapat menyajikan informasi yang memadai dan penuh kebijakan (wisdom). Kiranya hal inilah yang perlu direnungkan secara saksama oleh para da'i. Imam AlGhazali mengistilahkan kebijakan ini dalam bahasa Arab, yaitu hikma. Menurutnya kebijakan akan terjadi apabila "knowledge" dikembangkan secara tepat dan sempurna sehingga dapat membedakan penilaian yang benar dari yang salah, memisahkan kepercayaan yang baik dari yang jelek, dan membedakan tindakan yang baik dari tindakan yang salah⁵⁵.

b. Literasi finansial dalam perspektif Islam

Harta benda yang dimiliki setiap orang pada dasarnya adalah suatu 'amanah' yang harus digunakan atau dinafkahkan sesuai dengan ketentuan Allah Swt. Sehubungan dengan hal tersebut Nabi Muhammad Saw. mengajarkan: Pertama, setiap manusia akan ditanya tentang hartanya, dengan cara

⁵⁴ Nazarullah, "Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam," Jurnal Peurawi, Vol. 1 No. 1 (2018): 2.

⁵⁵ Abdul Karim Batubara, "Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam : Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi" (Conference Proceedings: Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS) XII, Surabaya, 2012), 2806.

apa dia memperolehnya dan bagaimana dia menafkahnnya. Kedua, harta yang sedikit tetapi cukup untuk memenuhi kebutuhan adalah lebih baik daripada harta yang banyak tetapi dapat menyesatkan manusia. Ketiga, manusia yang kuat lebih baik daripada manusia yang lemah, karena bila diperlukan oleh orang lain akan dapat berguna, dan bila tidak diperlukan oleh orang lain, setidaknya ia dapat mengurus dirinya sendiri⁵⁶.

Mengelola harta benda tidak sekedar untuk masa sekarang. Islam juga mengajarkan untuk mengelola harta beda di masa yang akan datang. Hal ini jelaskan dalam surat Yusuf ayat 46-48.

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ
عِجَافٌ وَسَبْعِ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى
النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا
حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلاَّ قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ
بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلاَّ قَلِيلًا مِمَّا
تُحْصِنُونَ

Artinya :

46. (setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf Dia berseru): "Yusuf, Hai orang yang Amat dipercaya, Terangkanlah kepada Kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh

⁵⁶ Aini Masruroh, "Mengelola Keuangan Secara Syariah Dalam Rangka Menumbuhkan Good Money Habit," Al-Iqtishad, Vol. V, No. 1 (January 2013): 86.

ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya."

47. *Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.*

48. *Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.(QS.Yusuf 46-48)*

Dimana Nabi Yusuf menafsirkan tentang mimpi tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir gandum yang hijau dan tujuh lainnya yang kering.

Dalam ayat tersebut dijelaskan menjelaskan bahwa Allah telah memberi pelajaran mengenai menghadapi masa depan melalui kisah mimpi Nabi Yusuf. Ia bermimpi tentang tujuh ekor sapi yang gemuk-gemuk dimakan oleh tujuh ekor sapi yang kurus-kurus, dalam mimpi itu Nabi Yusuf juga memegang tujuh bulir gandum yang hijau dan tujuh bulir gandum yang kering. Mimpi tersebut ditafsirkan oleh Nabi Yusuf sebagai perintah untuk menyimpan kelebihan dari tujuh masa panen yang sangat baik untuk digunakan pada tujuh masa sulit. Nabi Saw. juga bersabda bahwa lebih baik meninggalkan keturunanmu dalam keadaan sehat

dan kaya daripada meninggalkannya dalam keadaan miskin sehingga harus meminta-minta⁵⁷.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam, merencanakan keuangan adalah hal yang dianjurkan. Agar dimasa yang akan datang kita bisa memanfaatkan dengan baik kelebihan rezeki yang diberi Allah pada masa sebelumnya.

Melakukan perencanaan finansial bukan berarti tidak meyakini rezeki Allah di masa yang akan datang. Ada dua sarana pokok rezeki dalam islam. Yakni:

1) Tawakal Sejati

Keimanan dan Ketakwaan, Istighfar, doa dan zikir, bersyukur dan bersabar, berinfaq di jalan Allah, silaturahmi.

2) Berusaha Secara Maksimal

Niat, membuat perencanaan, tekun dan progresif, tawazun⁵⁸.

Sehingga dalam hal ini merencanakan finansial merupakan bentuk dari *tawakkal* dan berusaha secara maksimal.

5. Kerangka Pikir Penelitian

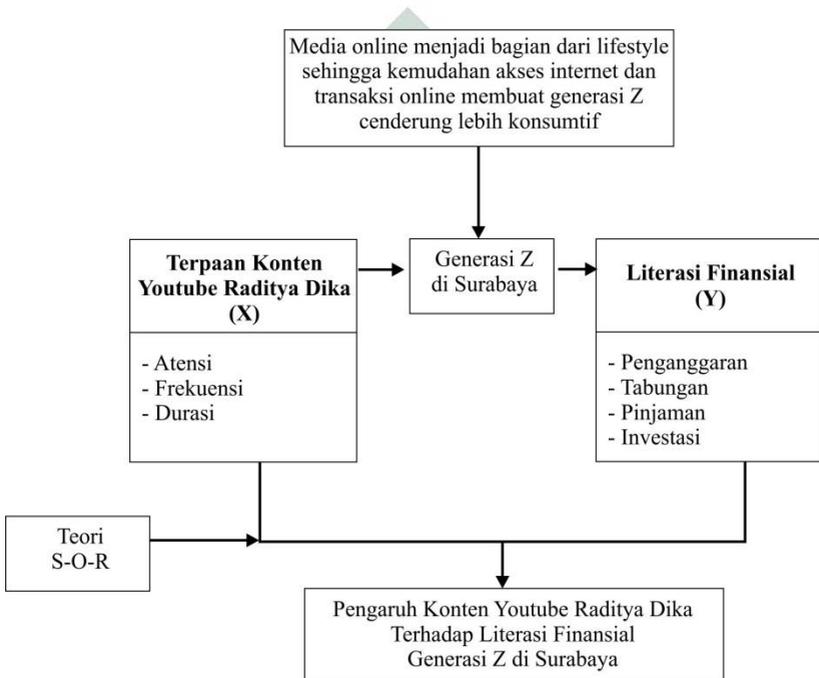
Kerangka pikir penelitian merupakan model konseptual tentang bagaimana sebuah teori

⁵⁷ Masruroh, 88.

⁵⁸ Rosalia Debby Endrianti and Nisful Laila, "Pengelolaan Keuangan Keluarga Secara Islam Pada Keluarga Muslim Etnis Padang Dan Makassar Di Surabaya," Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 3 No. 7 (July 2016): 551.

berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting⁵⁹.

Gambar 2. 2
Kerangka Pikir Penelitian



Dalam penelitian ini, masalah yang melatarbelakangi penelitian adalah bagaimana media sudah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda terutama Generasi Z. Dimana teknologi memudahkan mereka untuk mengakses segala sesuatu termasuk bertransaksi lewat internet menggunakan beragam

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 60.

aplikasi marketplace dan bermacam-macam metode pembayaran.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel. Yakni Terpaan konten Youtube Raditya Dika sebagai variabel X dan Literasi Finansial sebagai variabel Y. Peneliti ingin meneliti apakah terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap Generasi Z memiliki dampak terhadap literasi finansialnya.

Teori yang mendukung penelitian ini adalah teori S-O-R atau Stimulus Organism Respons. Hal ini dikarenakan konten Youtube Raditya Dika merupakan Stimulusnya, Generasi Z di Surabaya merupakan *organismnya* dan Literasi Finansial merupakan *responsnya*.

Dengan hipotesis ada atau tidaknya pengaruh konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z. Jika terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap Generasi Z di Surabaya tinggi, maka literasi finansial Generasi Z juga akan meningkat.

C. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian dapat diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan⁶⁰.

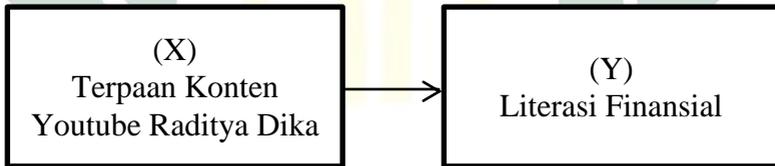
Paradigma dalam penelitian ini adalah positivisme. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini memercayai bahwa

⁶⁰Ibid. 42.

realitas dan kebenaran dari suatu fenomena bersifat tunggal. Realitas tersebut dapat diukur menggunakan instrumen yang valid dan reliabel. Karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono penelitian dengan paradigma positivistik dilandasi oleh suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala tersebut bersifat sebab akibat atau kausal. Maka peneliti melakukan penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel saja. Pola hubungan antara variabel tersebut yang menjadi paradigma penelitian⁶¹.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah variabel X dalam konteks ini terpaan konten Youtube Raditya Dika memiliki pengaruh terhadap variabel Y dalam konteks ini literasi finansial.



Gambar 2. 3
Paradigma penelitian

Penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada paham empirisme positivisme melihat bahwa kebenaran berada dalam fakta-fakta yang dapat dibuktikan atau diuji secara empiris. Penelitian ini mengelaborasi tiga poin penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Poin yang pertama adalah menjelaskan fenomena atau gejala

⁶¹Ibid. 42.

yang terjadi sebagai gambaran akan keingintahuan dan keinginan untuk mendapat pemahaman mengenai suatu kondisi atau kejadian. Poin kedua adalah penggunaan jenis data numerik atau data dalam bentuk angka-angka sebagai bahan utama untuk melakukan analisis. Poin ketiga adalah menggunakan statistik dalam melakukan analisis. Prosedur pelaksanaan penelitian kuantitatif amat ketat karena umumnya penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi sebuah teori melalui pengujian hipotesis yang sejak awal sudah ditentukan dengan mengacu pada kerangka teori tertentu⁶².

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya. Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai dua kata “*hupo*” (sementara) “*thesis*” (pertanyaan atau teori). Karena hipotesis masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya⁶³.

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : Tidak ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.
2. H_a : Ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.

⁶² Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 53.

⁶³ Siregar, Sofyan. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* : Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 7. Jakarta : Remaja Rosdakarya. Hal.65

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penulisan penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Pengertian penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, adalah “penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”⁶⁴. Penelitian kuantitatif adalah “suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif, induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahan-pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penolakan dalam bentuk dukungan empiris di lapangan.

Sedangkan jenis dari penelitian ini adalah korelatif. Penelitian korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Adanya hubungan dan tingkat variabel ini penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian⁶⁵.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melakukan penelitian tentang pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya. Sedangkan jenis penelitian ini adalah korelatif, hal ini dikarenakan peneliti meneliti

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 45.

⁶⁵ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*. (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2008), hal. 166

korelasi antara pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika dengan literasi finansial generasi Z di Surabaya.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel dari Generasi Z yang menonton konten Youtube Raditya Dika yang ada di Surabaya. Sehingga lokasi penelitian ini adalah Surabaya. Berikut kondisi geografis Indonesia :

1. Letak Astronomis

Kota Surabaya sebagai ibukota Provinsi Jawa Timur terletak di tepi pantai utara Provinsi Jawa Timur atau tepatnya berada diantara $7^{\circ} 9' - 7^{\circ} 21'$ Lintang Selatan dan $112^{\circ} 36' - 112^{\circ} 54'$ Bujur Timur⁶⁶. Kota Surabaya terdiri dari 31 kecamatan dan 160 kelurahan. Dengan luas wilayah 33.306,30 Ha.

2. Batas Wilayah

Adapun batas-batas wilayah kota Surabaya adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Selat Madura
- b. Sebelah Timur : Selat Madura
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Sidoarjo
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Gresik

3. Keadaan Alam

Surabaya memiliki kelembaban udara rata-rata minimum 50% dan maksimum 92%. Sedangkan struktur tanah di Surabaya terdiri atas tanah aluvial, hasil endapan

⁶⁶ Pemerintah Kota Surabaya, "Letak Geografis Surabaya," Pemerintah Kota Surabaya, n.d., <https://www.surabaya.go.id/id/page/0/8227/geografi>. Diakses pada 1 November 2020 pukul 5:24

sungai dan pantai, di bagian barat terdapat perbukitan yang mengandung kapur tinggi.

Sebagaimana daerah tropis lainnya, Surabaya memiliki 2 musim yakni musim hujan dan kemarau. Dengan curah hujan rata-rata 172 mm, dan temperatur yang berkisar maksimum 30° C dan minimum 25° C.

Kota Surabaya terletak di hilir sebuah Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas yang bermuara di Selat Madura.

Beberapa sungai besar yang berfungsi membawa dan menyalurkan banjir yang berasal dari hulu mengalir melintasi Kota Surabaya, antara lain Kali Surabaya dengan Q rata2 = 26,70 m³/detik, Kali Mas dengan Q rata2 = 6,26 m³/detik dan Kali Jagir dengan Q rata2 = 7,06 m³/detik. Sebagai daerah hilir, Kota Surabaya dengan sendirinya merupakan daerah limpahan debit air dari sungai yang melintas dan mengakibatkan terjadinya banjir pada musim penghujan.⁶⁷

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Hadari Nawawi populasi adalah keseluruhan obyek yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data

⁶⁷ Pemerintah Kota Surabaya, "Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surabaya," 2015, II-1.

yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian⁶⁸.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Generasi Z di Surabaya yang sudah menonton konten Youtube Raditya Dika, namun karena jumlahnya tidak bisa diketahui pasti dan berpotensi bertambah terus menerus, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah infinit. Populasi infinit adalah populasi yang jumlah dan identitas anggota populasi tidak diketahui secara pasti⁶⁹.

2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik dalam populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu⁷⁰.

Menurut Roscoe dalam bukunya, “memberikan saran-saran tentang ukuran sampel yang layak yang digunakan dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 100 responden⁷¹.”

Populasi yang dijadikan kriteria oleh peneliti yaitu Generasi Z di Surabaya yang sudah menonton konten Raditya Dika, sedangkan sampel yang akan diambil peneliti adalah Generasi Z di Surabaya yang menonton

⁶⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 80

⁶⁹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, n.d.), 102.

⁷⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 80

⁷¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV Alfabeta, 2017), 27.

konten Youtube Raditya Dika yang mengisi kuisioner penelitian.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti.

$$n = \frac{Z^2_{1-a/2} P(1 - P)}{d^2}$$

- n = Jumlah Sampel
 $Z^2_{1-a/2}$ = Z adalah skor pada $1 - a/2$ tingkat kepercayaan
 P = Estimasi proporsi
 D = Presisi yang digunakan

Karena jumlah populasinya tidak diketahui. Maka diperlukan tabel tingkat kepercayaan untuk menentukan besar sampel penelitian. Terdapat 3 tingkat kepercayaan/*confidence* yang bisa digunakan , yakni 90% (1,645), 95% (1,960), dan yang paling tinggi 99% (2,576)⁷². Kemudian agar bisa menentukan nilai p (1-p) bisa dilihat melalui tabel :

Tabel 3. 1
Tabel Rumus P Lemeshow

P	P*(1-P)
0,5	0,25
0,4	0,24

⁷² Galih Priyambodo, "Pengaruh Marketing Public Relations Tools Dbl Academy Terhadap Brand Awareness Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Di Surabaya" (Surabaya, Universitas Airlangga, 2019), 10.

0,3	0,21
0,2	0,16
0,1	0,09

Berikutnya peneliti mentukan nilai P yakni 0,5 dalam menentukan jumlah sampel ini. Hal ini didasarkan pada pernyataan Lemeshow “*choosing 0.5 for P in the formula for sample size will always provide enough observations*”⁷³. Sehingga menggunakan nilai P 0,5 sudah cukup memenuhi persyaratan untuk menentukan besaran sampel. Presisi yang digunakan adalah 0,1 (d). Berdasarkan rumus Lemeshow, maka hasil perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} \\
 &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} \\
 &= \frac{3,8461^2 \cdot 0,25}{0,01} \\
 &= 96,4
 \end{aligned}$$

Didapatkan hasil perhitungan yakni 96,4. Hasil tersebut dibulatkan menjadi 100. Sehingga dengan demikian penelitian ini membutuhkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

3. Teknik Sampling

⁷³ Stanley Lemeshow et al., *Adequacy of Sample Size in Health Studies* (England: John Wiley & Sons Ltd., 1990), 2.

Ada dua macam Metode *Sampling*. *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. Dalam *Probability Sampling* setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Sedangkan dalam *Non Probability Sampling*, pemilihan unit sampling tidak berdasarkan probabilitas tertentu.

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling incidental* yang merupakan bagian dari *Non Probability Sampling*⁷⁴.

Menurut Santoso dan Tjiptono, *Accidental sampling* adalah prosedur *sampling* yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sedangkan menurut sugiyono, *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data⁷⁵.

Hal ini dikarenakan jumlah populasi generasi Z di Surabaya yang menonton konten Youtube Raditya Dika tidak diketahui pasti jumlahnya serta berpeluang bisa bertambah seiring berjalannya waktu.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Menurut Sugiyono variabel merupakan segala sesuatu yang diproses melalui informasi tentang suatu hal dari penelitian untuk dipelajari dan mendapatkan hasil dari penelitian tersebut. Yang mana akan ada kesimpulan

⁷⁴ *Statistika Untuk Penelitian*, 122.

⁷⁵ 67.

dari proses penelitiannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel bebas atau independen (X)

Merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lainnya.. Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu variabel yang lain.

Dalam penelitian ini, Variabel X yang hendak di uji adalah terpaan konten Youtube Raditya Dika.

b. Variabel terikat atau dependen (Y)

Merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas Variabel ini yang diduga sebagai akibat dari variabel yang mendahuluinya.

Dalam penelitian ini, Variabel Y yang hendak diuji adalah Literasi Finansial.

2. Indikator

Indikator dalam KBBI sesuatu yang dapat memberikan (menjadi) pe-tunjuk atau keterangan. Menurut Wilson & Sapanuchart Indikator adalah suatu ukuran tidak langsung dari suatu kejadian atau kondisi. Adapun Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Indikator terpaan konten Youtube Raditya Dika (X)

- 1) Frekuensi
- 2) Durasi
- 3) Atensi

b. Indikator literasi finansial (Y)

- 1) Penganggaran
- 2) Tabungan

- 3) Pinjaman
- 4) Investasi

E. Tahap-Tahap Penelitian

1. Mengidentifikasi dan Merumuskan Masalah

Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah yang akan diangkat pada penelitian ini sesuai dengan pembahasan pada bagian latar belakang. Generasi Z merupakan generasi yang dianggap memiliki gaya hidup konsumtif karena selalu hidup bersandingan dengan kecanggihan teknologi yang memudahkan segala bentuk transaksi digital. Dan seiring berkembangnya teknologi, Media komunikasi turut serta mempengaruhi segala jenis gaya hidup serta kemampuan finansial generasi Z.

Meski demikian, beberapa konten media komunikasi juga semakin memiliki *positive vibes* yang menebarkan pengetahuan tentang finansial. Maka dari itu peneliti mengidentifikasi bagaimana pengaruh sebuah media komunikasi terhadap literasi finansial generasi Z.

2. Melakukan Studi Literatur

Setelah merumuskan masalah yang ada, peneliti melakukan studi literatur dengan membaca beragam penelitian terdahulu serta untuk melakukan riset teori dan konsep.

Peneliti juga melakukan riset terhadap demografi populasi Generasi Z di Surabaya.

3. Memilih Metode Penelitian

Saat identifikasi dan merumuskan masalah sudah dilakukan, kemudian didukung oleh literatur-literatur yang ada, peneliti memutuskan untuk memilih metode penelitian Kuantitatif. Karena penelitian ini berfokus pada pengaruh suatu media terhadap literasi finansial para penontonnya.

4. Pengajuan Hipotesis dan Merumuskan Variabel

Saat sudah menemukan literatur yang cukup, peneliti mulai menyusun hipotesis yang ada dalam penelitian ini serta menyusun variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini.

5. Menentukan Sampel

Peneliti memilih populasi penonton konten Youtube Raditya Dika yang merupakan Generasi Z di Surabaya karena Surabaya di gagas menjadi kota literasi, karena literasi finansial juga merupakan suatu bentuk literasi yang digagas oleh Gerakan Literasi Nasional dari kemendikbud.

Maka jumlah sampel yang dipilih didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasinya tidak bisa diketahui secara pasti.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Instrumen disusun berdasarkan kisi-kisi pertanyaan yang dibuat dengan pijakan indikator dari masing-masing variabel yang ada seperti tabel dibawah ini.

Tabel 3. 2
Kisi-Kisi Pertanyaan

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan
Channel Youtube	Frekuensi	Frekuensi menonton konten Youtube Raditya

Raditya Dika (X)		Dika dalam 1 minggu
	Durasi	Durasi menonton konten Youtube Raditya Dika
	Atensi	Raditya Dika memiliki pengetahuan tentang finansial
		Channel Youtube Raditya Dika memiliki konten yang menarik
		Penonton merasa terbantu dengan konten-konten yang ada di Channel Youtube Raditya Dika
		Penonton merasa kagum dengan Raditya Dika
		Cara penyampaian pesan mudah dipahami
		Editing audio dan video konten Raditya Dika nyaman untuk ditonton
		Isi konten memberikan informasi tentang literasi finansial
Isi konten memberikan pengetahuan baru pada penonton		
Literasi Finansial (Y)	Penganggaran	Saat ini sudah memahami hal-hal yang berkaitan dengan <i>financial planning</i> atau perencanaan keuangan Saat ini penonton sudah

		melakukan perencanaan keuangan
		Saat ini penonton mengelola <i>cashflow</i> sesuai dengan rencana keuangan
	Tabungan	Memahami pentingnya memiliki tabungan
		Memiliki tabungan di bank, koperasi dll
		Menyisihkan pendapatan untuk ditabung secara rutin
		Memilih produk tabungan dengan mempertimbangkan imbal bunga, biaya administrasi, kemudahan akses, dsb
	Pinjaman	Memahami perbedaan hutang/kredit untuk pengeluaran konsumtif dan produktif
		Mempertimbangkan fungsi hutang/kredit beserta bunga pinjaman
	Investasi	Memiliki pengetahuan tentang investasi
		Membeli instrumen investasi
		Memiliki pengetahuan tentang manajemen resiko

Tabel 3. 3
Skala Penilaian Instrumen

Skor	Pernyataan Positif
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

7. Melakukan Uji Instrumen

Uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Hal ini untuk memastikan instrumen yang digunakan reliabel serta valid dalam mengukur hal yang dibutuhkan

Uji validitas dilakukan dengan mengkonsultasikan instrumen dengan *Expert Judgment* untuk dikoreksi isinya. Kemudian diuji menggunakan rumus Pearson Product Moment. Sedangkan Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha.

8. Mengumpulkan Data

Instrumen dibagikan untuk kemudian di isi oleh responden. Data yang dikumpulkan berupa Nama, Usia, Asal, pernyataan bahwa pernah menonton konten Youtube Raditya Dika dan pertanyaan sesuai dengan kisi-kisi yang ada.

9. Analisis Data

Data yang sudah terkumpul nantinya akan dianalisis menggunakan rumus Product moment dan tabel koefisien korelasi.

Untuk mengetahui adanya tidaknya pengaruh, peneliti menggunakan product moment.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, peneliti menggunakan tabel Koefisien Korelasi untuk melihat sejauh mana pengaruh itu ada.

10. Korelasikan dengan Hipotesis

Setelah ditemukan hasil dari olahan data, maka akan ditemukan hipotesis mana yang diterima pada penelitian ini.

11. Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan untuk menemukan serta memperjelas hasil akhir dari penelitian yang dilakukan ini.

Sehingga dapat dilihat, apakah konten Youtube Raditya Dika memiliki pengaruh pada literasi finansial Generasi Z dan seberapa jauh pengaruh tersebut ada.

F. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian kali ini meliputi :

a. Angket

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Angket. Angket adalah kumpulan dari pertanyaan yang diajukan secara tertulis

kepada seseorang/responden, dan cara menjawab juga dilakukan dengan cara tertulis⁷⁶.



Gambar 3. 1
Pamflet Kuisioner

Dalam penelitian ini angket disebarakan keseluruh media sosial peneliti serta *base* media sosial anak-anak muda di Surabaya.

Berdasarkan pendapat diatas, maka peneliti memilih teknik angket sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Angket yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket dengan skala likert pilihan ganda.

Peneliti memilih skala likert dikarenakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi

⁷⁶ Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 101

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam hal ini skoring yang ditetapkan adalah⁷⁷ :

- 1) Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
- 2) Setuju/sering positif diberi skor 4
- 3) Ragu-ragu/kadang/netral diberi skor 3
- 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
- 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

The image shows a screenshot of an online questionnaire. The title is "Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Pada Generasi Z Di Surabaya". Below the title, there is a greeting in Indonesian: "Assalamu'alaikum, Hi Web Hello, Gya Arita Laster Angella mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul 'Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Pada Generasi Z Di Surabaya'. Mohon bantuannya untuk mengisi kuisioner ini jika teman-teman memenuhi kualifikasi berikut: - Lahir pada tahun 1995-2010 - Berdomisili di Surabaya - Pernah menonton konten Youtube Raditya Dika". There is a note: "Semua data responden akan terjaga kerahasiaannya karena akan digunakan untuk keperluan akademis semata. Terimakasih banyak untuk para responden, Semoga Tuhan yang membalas :)" and a red asterisk indicating a required field: "*Wajib". At the bottom, there is a text input field labeled "Nama *" and a "Jawaban Anda" label.

Gambar 3. 2
Tampilan Kuisioner Online

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah menelaah maupun mengutip langsung dari sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah yang dapat digunakan sebagai landasan teorinya. Dengan menggunakan fasilitas atau sarana perpustakaan untuk melengkapi data yang sudah ada dan data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket atau data hasil dari penelitian.

⁷⁷ Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 93–94.

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas dilakukan untuk memastikan instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, selain melakukan uji validitas konstruk, peneliti juga melakukan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas Konstruk

Instrumen yang peneliti gunakan diuji validitas isinya dengan memperhatikan pendapat dan masukan dari para pakar berkompeten pada bidang yang akan diteliti atau *expert judgement*.

Dalam hal ini setelah instrumen di konstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berlandaskan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. Para ahli diminta pendapatnya tentang instrumen yang disusun itu⁷⁸.

Uji validitas isi ini dilakukan untuk mencari tahu tentang pengaruh konten Youtube terhadap literasi finansial maka pakar yang dibutuhkan untuk validitas isi adalah pakar di bidang media komunikasi dan finansial. Tabel dibawah ini berisikan nama pakar yang dijadikan *expert judgement* dalam penelitian ini.

Tabel 3. 4
Daftar Expert Judgement

No.	Nama	Pakar	Instansi
1.	Dr. Nikmah Hadiati	Media Komunikasi	Program Studi Ilmu

⁷⁸ Ibid, 125.

	Salisah, M.Si.		Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya
2.	Ade Irma Suryani Lating, M.S.A	Finansial	Program Studi Akuntansi UIN Sunan Ampel Surabaya

Pendapat para pakar tersebut dijadikan perbaikan pernyataan instrumen yang akan disebar kepada responden. Pernyataan hasil perbaikan ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 5
Hasil Perbaikan Expert Judgement

Indikator	Item	Kisi-Kisi Pertanyaan
Variabel Terpaan Konten Youtube Raditya Dika (X)		
Frekuensi	A1	Saya sering menonton konten Youtube Raditya Dika dalam 1 minggu
Durasi	A2	Saya menonton konten Youtube Raditya Dika sampai video berakhir
Atensi	A3	Raditya Dika memiliki pengetahuan tentang finansial
	A4	Channel Youtube Raditya Dika berisikan konten-konten yang menarik
	A5	Saya merasa terbantu dengan konten-konten yang ada di

		Channel Youtube Raditya Dika
	A6	Setelah menonton konten-konten yang ada di Channel Youtubenanya, Saya merasa kagum dengan Raditya Dika
	A7	Saya merasa cara penyampaian pesan Raditya Dika mudah dipahami dan dimengerti
	A8	Editing audio dan video konten Raditya Dika nyaman untuk ditonton
	A9	Konten yang ada pada Youtube Raditya Dika mampu memberikan informasi tentang literasi finansial untuk saya
	A10	Konten yang ada pada Youtube Raditya Dika mampu memberikan pengetahuan baru untuk saya
Variabel Literasi Finansial (Y)		
Penganggiran	B1	Sekarang saya sudah memahami hal-hal yang berkaitan dengan financial planning atau perencanaan keuangan
	B2	Sekarang saya sudah melakukan perencanaan keuangan baik jangka pendek, menengah ataupun jangka panjang
	B3	Sekarang saya mengelola cash flow keuangan sesuai dengan perencanaan yang sudah saya buat
Tabungan	B4	Sekarang saya sudah memahami

		pentingnya memiliki tabungan
	B5	Saat ini saya menabung di bank, koperasi atau disimpan secara mandiri di rumah dan sudah menyusun tujuan untuk apa tabungan tersebut akan digunakan.
	B6	Sekarang saya telah memiliki kesadaran untuk menyisihkan pendapatan guna disimpan kedalam tabungan secara rutin.
	B7	Sekarang saat saya memilih tempat untuk menabung, saya mempertimbangkan imbal bunga, biaya administrasi serta kemudahan untuk mengambil dana pada tabungan tersebut
Pinjaman	B8	Saat ini saya telah memahami perbedaan hutang/kredit untuk barang-barang konsumtif (barang yang tidak mendesak untuk dibeli ataupun tidak meringankan pekerjaan contoh : pakaian, kosmetik dsb yang dibeli karena gengsi) dan hutang/kredit untuk barang-barang produktif (barang yang meringankan pekerjaan, contoh : laptop untuk pekerja desain, dsb)
	B9	Saat ini sebelum melakukan hutang/kredit, saya mempertimbangkan fungsi hutang/kredit tersebut beserta

		bunga pinjamannya
Investasi	B10	Saat ini saya semakin memiliki pengetahuan tentang investasi termasuk resikonya
	B11	Sekarang saya sudah membeli produk investasi (Emas, Property, Saham, Reksadana, dsb)

Setelah pengujian konstruksi dari ahli dan berdasarkan pengalaman empiris selesai, maka diteruskan dengan uji coba instrumen. Instrumen tersebut dicobakan pada sampel dari mana populasi diambil. Jumlah anggota sampel yang digunakan sekitar 30 orang⁷⁹.

Kemudian setelah ditabulasikan, pengujian dilakukan menggunakan software SPSS versi 26.0. Dengan formula Pearson Product Moment. Dengan signifikansi 5% atau 0,5. Maka r tabel ditemukan sebesar 0,361⁸⁰.

Pernyataan dalam instrumen penelitian ini dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi atau nilai r hitung lebih besar dari 0,361. Jika di bawah 0,361 maka pernyataan tidak valid.

Hasil uji validitas konstruk akan dirangkum dalam tabel 3.6 dibawah ini :

Tabel 3. 6
Hasil Uji Validitas

Item	Nilai	Nilai r tabel	Keterangan
------	-------	-----------------	------------

⁷⁹ Ibid, 125.

⁸⁰ Ibid, 333.

	Koefisien Korelasi (r hitung)		
A1	0,700**	0,361	Valid
A2	0,677**	0,361	Valid
A3	0,497**	0,361	Valid
A4	0,661**	0,361	Valid
A5	0,727**	0,361	Valid
A6	0,577**	0,361	Valid
A7	0,500**	0,361	Valid
A8	0,627**	0,361	Valid
A9	0,632**	0,361	Valid
A10	0,570**	0,361	Valid
B1	0,667**	0,361	Valid
B2	0,718**	0,361	Valid
B3	0,660**	0,361	Valid
B4	0,512**	0,361	Valid
B5	0,413*	0,361	Valid
B6	0,403*	0,361	Valid
B7	0,438*	0,361	Valid
B8	0,400*	0,361	Valid
B9	0,479**	0,361	Valid
B10	0,489**	0,361	Valid
B11	0,396*	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas konstruk diatas nilai terbesar ada pada item A5 memiliki nilai 0,727 dengan pernyataan “Saya merasa terbantu dengan konten-konten yang ada di Channel Youtube Raditya Dika”.

Sedangkan nilai terendah ada pada item B8 yang memiliki nilai 0,400 dengan pernyataan “Saat ini saya telah memahami perbedaan hutang/kredit untuk barang-

barang konsumtif (barang yang tidak mendesak untuk dibeli ataupun tidak meringankan pekerjaan contoh : pakaian, kosmetik dsb yang dibeli karena gengsi) dan hutang/kredit untuk barang-barang produktif (barang yang meringankan pekerjaan, contoh : laptop untuk pekerja desain, dsb)”

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Manfaat melakukan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar handal dan mengukur apa yang ingin diketahui oleh peneliti.

Dalam pengujian reliabilitas peneliti menggunakan rumus Koefisien Alpha Cronbach's yang dibantu oleh SPSS versi 26.0.

Dalam pengujian Cronbach Alpha di *software* SPSS suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $(\alpha) > 0,60$ ⁸¹.

Sedangkan kategori koefisien reliabilitasnya adalah sebagai berikut:

- $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ reliabilitas sangat tinggi
- $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ reliabilitas tinggi
- $0,40 < r_{11} \leq 0,60$ reliabilitas sedang
- $0,20 < r_{11} \leq 0,40$ reliabilitas rendah

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

- $-1,00 < r_{11} \leq 0,20$ reliabilitas sangat rendah

Tabel 3. 7
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	20

Menurut tabel diatas, instrumen penelitian yang peneliti gunakan memiliki nilai (α) 0,877 dan dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

H. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, peneliti mengolah data yang sudah terkumpul dari 100 responden dalam SPSS versi 26.0.

Untuk mengetahui adanya tidaknya pengaruh, peneliti menggunakan product moment, teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut sama⁸².

⁸² *Statistika Untuk Penelitian*, 228.

Sebelumnya data yang ada dianalisis terlebih dahulu distribusi sebaran jawaban subjeknya pada suatu variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk melakukan uji normalitas dengan pengelolaan data menggunakan SPSS versi 23.0 for Windows.

Kemudian karena instrumen ini menggunakan skala likert yang merupakan bentuk data interval/ratio serta memiliki hipotesis asosiatif, maka rumus yang digunakan adalah Pearson Product Moment.

Adapun rumus Pearson Product Moment yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

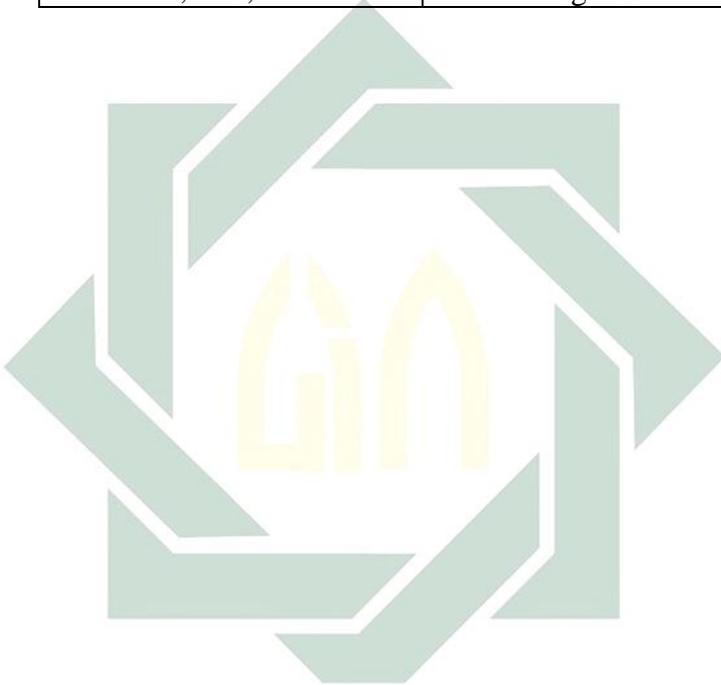
- r_{xy} : nilai koefisien korelasi antara x dengan y
- N : jumlah responden
- X : skor yang didapat subjek dari seluruh item
- Y : skor total yang diperoleh dari seluruh item
- $\sum X$: jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$: jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$: kuadrat jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y^2$: kuadrat jumlah skor dalam distribusi Y

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, peneliti menggunakan tabel Koefisien Korelasi untuk melihat sejauh mana pengaruh itu ada.

Tabel 3. 8
Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi⁸³

⁸³Ibid, 230.

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian yang pertama kali diperhatikan adalah objek penelitian yang akan diteliti. Dimana objek penelitian tersebut terkandung masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Menurut Sugiyono, objek penelitian adalah sebagai berikut “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁸⁴.

Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah ada atau tidaknya pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, generasi masa kini dimudahkan untuk membeli sesuatu dengan keberadaan dompet digital, beragam *marketplace* atau aplikasi lainnya yang membuat generasi muda menjadi konsumtif. Selain itu media sosial juga turut memiliki pengaruh terhadap keputusan generasi muda dalam membeli sesuatu. Hal ini dikarenakan adanya iklan ataupun sistem *endorsement* yang ada di sosial media.

Maka dari itu penelitian ini dilakukan, untuk mengetahui apakah sebuah *new media* dalam konteks ini konten Youtube Raditya Dika, turut serta memiliki andil dalam literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

⁸⁴ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 20.

B. Penyajian Data

Peneliti menyebarkan kuisioner ke sosial media seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram serta kolom komentar di konten Youtube Raditya Dika. Terdapat 194 responden yang mengisi kuisioner. Diambil 100 sesuai jumlah sampel yang dibutuhkan. Sedangkan sisanya tidak memenuhi syarat.

Berikut adalah uraian data yang didapatkan dari kuisioner tersebut :

1. Demografi Responden

a) Jenis kelamin

Tabel 4. 1
Jenis kelamin responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	36	36,0	36,0	36,0
	Perempuan	64	64,0	64,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Jenis kelamin para responden dibagi menjadi dua jenis, yaitu laki-laki dan perempuan. Tabel 4.1 menunjukkan persentase demografi responden berdasarkan jenis kelamin.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini 36 responden laki-laki sebanyak (36%) dan 64 responden perempuan (64%).

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Generasi Z di Surabaya yang menonton konten Youtube Raditya Dika didominasi oleh perempuan.

b) Asal bagian Surabaya

Tabel 4. 2
Asal daerah Surabaya responden

Berasal dari Surabaya bagian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surabaya Pusat	12	12,0	12,0	12,0
	Surabaya Utara	25	25,0	25,0	37,0
	Surabaya Selatan	19	19,0	19,0	56,0
	Surabaya Barat	24	24,0	24,0	80,0
	Surabaya Timur	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Surabaya terdiri dari 5 bagian yaitu Surabaya pusat, Surabaya utara, Surabaya selatan, Surabaya barat dan Surabaya timur.

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini 12% responden berasal dari Surabaya Pusat, 25% dari Surabaya Utara, 19% dari Surabaya selatan, 24% dari Surabaya barat dan 20% dari Surabaya timur.

Dari data tersebut responden paling banyak berasal dari Surabaya Utara yaitu sebanyak 25 orang dan paling sedikit berasal dari Surabaya pusat sebanyak 12 orang.

c) Usia

Tabel 4. 3
Usia responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14-17 Tahun	10	10,0	10,0	10,0
	18-21 Tahun	68	68,0	68,0	78,0
	22-25 Tahun	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010 sehingga per tahun 2020 mereka berusia 10-25 tahun. Sehingga peneliti membuat range usia 10-13 tahun, 14-17 tahun, 18 sampai 21 tahun dan 22 sampai 25 tahun.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas. Responden berusia 10-13 tahun 0%, 14-17 tahun 10%, 18-21 tahun 68% dan 22-25 tahun 22%.

Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa Generasi Z di Surabaya yang menonton konten Youtube Raditya Dika mayoritas berusia 18-21 tahun.

2. Terpaan Konten Youtube Raditya Dika

Tabel 4. 4

Jawaban responden pada A1

Dalam 1 minggu saya selalu menonton konten Youtube Raditya Dika setidaknya 3 kali dan segera menonton ketika ada update terbaru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	29	29,0	29,0	29,0
	Tidak setuju	27	27,0	27,0	56,0
	Netral	19	19,0	19,0	75,0
	Setuju	10	10,0	10,0	85,0
	Sangat setuju	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.4, sebanyak 15 orang menonton konten Youtube Raditya Dika paling tidak 3 kali seminggu dan segera menonton saat Raditya Dika mengunggah video baru. Sedangkan 29 orang sangat tidak setuju, 27 orang tidak setuju, 19 orang netral dan 10 orang setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 5

Jawaban responden pada A2

Saya menonton konten Raditya Dika sampai video berakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak setuju	4	4,0	4,0	6,0
	Netral	5	5,0	5,0	11,0
	Setuju	27	27,0	27,0	38,0
	Sangat setuju	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.5, sebanyak 62 orang menonton konten Youtube Raditya Dika menonton konten Youtube Raditya Dika sampai akhir video. Sedangkan 2 orang sangat tidak setuju, 4 orang tidak setuju, 5 orang netral dan 27 orang setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 6
Jawaban responden pada A3

Raditya Dika memiliki pengetahuan tentang finansial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Netral	5	5,0	5,0	8,0
	Setuju	37	37,0	37,0	45,0
	Sangat setuju	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Menurut 55% responden mereka sangat setuju dengan pernyataan Raditya Dika memiliki pengetahuan mengenai finansial. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6. Sedangkan 37% responden setuju, 5% netral dan 3% tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 7

Jawaban responden pada A4

Channel Youtube Raditya Dika berisikan konten-konten yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	8,0	8,0	8,0
	Setuju	41	41,0	41,0	49,0
	Sangat setuju	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Bagi 51% responden konten Raditya Dika menarik dan mereka berpendapat sangat setuju. Sedangkan bagi 41% setuju dan 8% netral dengan pernyataan itu. 0% tidak setuju dan 0% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 8

Jawaban responden pada A5

Saya merasa terbantu dengan konten-konten yang ada di Channel

Youtube Raditya Dika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0

Netral	22	22,0	22,0	24,0
Setuju	40	40,0	40,0	64,0
Sangat setuju	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.8, 40% menjawab setuju dengan pernyataan bahwa mereka merasa terbantu dengan konten-konten yang ada di Channel Youtube Raditya Dika.

Tabel 4.9
Jawaban responden pada A6

**Setelah menonton konten-konten yang ada di Channel Youtubenanya,
Saya merasa kagum dengan Raditya Dika**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Netral	15	15,0	15,0	17,0
	Setuju	41	41,0	41,0	58,0
	Sangat setuju	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Jika dilihat pada tabel 4.9, sebanyak 42 orang sangat setuju bahwa setelah mereka menonton konten-konten Youtube Raditya Dika, mereka merasa sangat kagum dengan Raditya Dika.

Tabel 4. 10
Jawaban responden pada A7

Saya merasa cara penyampaian pesan Raditya Dika mudah dipahami dan dimengerti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
Netral	6	6,0	6,0	7,0
Setuju	32	32,0	32,0	39,0
Sangat setuju	61	61,0	61,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Menurut 61 orang responden, mereka sangat setuju jika cara penyampaian Raditya Dika mudah dipahami dan dimengerti oleh audiensnya.

Tabel 4. 11
Jawaban responden pada A8

Editing audio visual dalam konten Youtube Raditya Dika nyaman untuk ditonton

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	8,0	8,0	8,0
Setuju	43	43,0	43,0	51,0
Sangat setuju	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.11 sebanyak 49 orang sangat setuju dengan pernyataan bahwa editing audio visual dalam konten Raditya Dika nyaman untuk ditonton. Tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju

Tabel 4. 12
Jawaban responden pada A9

Konten yang ada pada Youtube Raditya Dika mampu memberikan informasi tentang literasi finansial untuk saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral	15	15,0	15,0	16,0
	Setuju	38	38,0	38,0	54,0
	Sangat setuju	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Menurut 46 orang mereka sangat setuju bahwa konten yang ada pada Youtube Raditya Dika mampu memberikan informasi tentang literasi finansial. Jika dilihat dari tabel 4.12 tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan terdapat satu responden yang menjawab tidak setuju.

Tabel 4. 13
Jawaban responden pada A10

Konten yang ada pada Youtube Raditya Dika mampu memberikan pengetahuan baru untuk saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	9	9,0	9,0	9,0
	Setuju	34	34,0	34,0	43,0
	Sangat setuju	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Berdasarkan tabel 4.13, jawaban responden didominasi oleh 57 orang yang menjawab sangat setuju pada pernyataan konten yang ada pada Youtube Raditya Dika mampu memberikan pengetahuan baru untuk saya. Dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju.

3. Literasi Finansial

Tabel 4. 14

Jawaban responden pada B1

Sekarang saya sudah memahami hal-hal yang berkaitan dengan financial planning atau perencanaan keuangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak setuju	5	5,0	5,0	7,0
	Netral	17	17,0	17,0	24,0
	Setuju	56	56,0	56,0	80,0
	Sangat setuju	20	20,0	20,0	100,0

Total	100	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Berdasarkan tabel 4.14, jawaban responden pada pernyataan B1 yang berbunyi “Sekarang saya sudah memahami hal-hal yang berkaitan dengan financial planning atau perencanaan keuangan”, 20 orang menjawab sangat setuju, 17 orang menjawab netral, 5 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Suara paling banyak sebanyak 56 orang menjawab setuju.

Tabel 4. 15

Jawaban responden pada B2

Sekarang saya sudah melakukan perencanaan keuangan baik jangka pendek, menengah ataupun jangka panjang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
Tidak setuju	6	6,0	6,0	8,0
Netral	28	28,0	28,0	36,0
Setuju	38	38,0	38,0	74,0
Sangat setuju	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jika dilihat pada tabel 4.15 sebanyak 26 orang sangat setuju dan 38 orang setuju dengan pernyataan bahwa

mereka sudah melakukan perencanaan keuangan baik jangka pendek, menengah ataupun jangka panjang.

Tabel 4. 16

Jawaban responden pada B3

Sekarang saya mengelola cash flow keuangan sesuai dengan perencanaan yang sudah saya buat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak setuju	10	10,0	10,0	13,0
	Netral	26	26,0	26,0	39,0
	Setuju	38	38,0	38,0	77,0
	Sangat setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.16 sebanyak 23 orang menyatakan sangat setuju pada pernyataan “sekarang saya mengelola cashflow keuangan sesuai dengan perencanaan yang sudah saya buat”. Dan jawaban paling banyak ada pada pernyataan setuju yaitu sebanyak 38 orang.

Tabel 4. 17

Jawaban responden pada B4

Sekarang saya sudah menyadari dan mengetahui betapa pentingnya memiliki tabungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral	14	14,0	14,0	15,0
	Setuju	27	27,0	27,0	42,0
	Sangat setuju	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Sebanyak 58 orang sangat setuju bahwa mereka sudah menyadari dan mengetahui betapa pentingnya memiliki tabungan. Dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4. 18

Jawaban responden pada B5

Saat ini saya menabung di bank, koperasi atau disimpan secara mandiri di rumah dan sudah menyusun tujuan untuk apa tabungan tersebut akan digunakan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	4,0
	Netral	23	23,0	23,0	27,0
	Setuju	28	28,0	28,0	55,0
	Sangat setuju	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.18 terdapat 45 orang sangat setuju dengan pernyataan B5. Sedangkan paling sedikit yaitu 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Sedangkan 28 orang menjawab setuju, 23 orang menjawab netral dan 3 orang menjawab tidak setuju.

Tabel 4. 19
Jawaban responden pada B6

Sekarang saya telah memiliki kesadaran untuk menyisihkan pendapatan guna disimpan kedalam tabungan secara rutin.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak setuju	4	4,0	4,0	5,0
	Netral	9	9,0	9,0	14,0
	Setuju	38	38,0	38,0	52,0
	Sangat setuju	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.19 ada 48 orang menyatakan sangat setuju bahwa mereka sudah memiliki kesadaran untuk menyisihkan pendapatan secara rutin untuk tabungan. Dan ada 1 orang yang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 20

Jawaban responden pada B7

Sekarang saat saya memilih tempat untuk menabung, saya mempertimbangkan imbal bunga yang didapatkan, biaya administrasi bulanan serta kemudahan untuk mengambil dana pada tabungan tersebut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	8,0
	Netral	10	10,0	10,0	18,0
	Setuju	35	35,0	35,0	53,0
	Sangat setuju	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.20 ada 47 orang yang sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka memilih tempat untuk menabung dengan mempertimbangkan imbal bunga yang didapatkan, biaya administrasi bulanan serta kemudahan pengambilan dana.

Tabel 4. 21

Jawaban responden pada B8

Saat ini saya telah memahami perbedaan hutang/kredit untuk barang-barang konsumtif (barang yang tidak mendesak untuk dibeli ataupun tidak meringankan pekerjaan contoh : pakaian, kosmetik dsb yang dibeli karena gengsi) dan hutang/kredit untuk barang-baran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak setuju	3	3,0	3,0	4,0
	Netral	10	10,0	10,0	14,0
	Setuju	39	39,0	39,0	53,0
	Sangat setuju	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.21 ada 47 orang yang sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka telah memahami perbedaan hutang konsumtif dan produktif. Dan satu orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 22

Jawaban responden pada B9

Saat ini sebelum melakukan hutang/kredit, saya mempertimbangkan fungsi hutang/kredit tersebut beserta bunga pinjamannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak setuju	4	4,0	4,0	5,0
	Netral	13	13,0	13,0	18,0
	Setuju	29	29,0	29,0	47,0

Sangat setuju	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Berdasarkan tabel 4.22 terdapat 53 orang yang berpendapat mereka sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka mempertimbangkan fungsi hutang/kredit beserta bunga pinjamannya.

Tabel 4. 23
Jawaban responden pada B10

Saat ini saya semakin memiliki pengetahuan tentang investasi termasuk resikonya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
Tidak setuju	4	4,0	4,0	6,0
Netral	18	18,0	18,0	24,0
Setuju	40	40,0	40,0	64,0
Sangat setuju	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Pada tabel 4.23 jawaban paling banyak yaitu sebanyak 40 orang menjawab setuju bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang investasi beserta resikonya setelah menonton konten Youtube Raditya Dika.

Tabel 4. 24
Jawaban responden pada B11
Sekarang saya sudah membeli produk investasi (Emas, Property,
Saham, Reksadana, dsb)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	14	14,0	14,0	14,0
	Tidak setuju	12	12,0	12,0	26,0
	Netral	19	19,0	19,0	45,0
	Setuju	22	22,0	22,0	67,0
	Sangat setuju	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Berdasarkan tabel 4.24 sebanyak 33 orang sangat setuju bahwa mereka sudah memiliki produk investasi baik berupa emas, property, saham, reksadana dan lain sebagainya.

C. Pengujian Hipotesis

Sebelum menjabarkan analisis data dalam bentuk perhitungan yang menggunakan bantuan program SPSS versi 23.0, peneliti akan menjabarkan kembali hipotesis yang telah dikemukakan di bab awal. Adapun hipotesis tersebut adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.

H_a : Ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya, maka peneliti akan menyajikan olahan data antara variabel X dan variabel Y yang berasal dari hasil perolehan data.

Setelah menyajikan olahan data yang didapatkan, maka tahap selanjutnya selanjutnya adalah melakukan proses perhitungan data yang menggunakan bantuan program statistic SPSS versi 23.0 for Windows.

Berikut adalah hasil output SPSS untuk mengetahui pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi sebaran jawaban subjek pada suatu variabel yang dianalisis. Distribusi sebaran yang normal menyatakan bahwa subjek penelitian dapat mewakili populasi yang ada, sebaliknya apabila sebaran tidak normal maka dapat disimpulkan bahwa subjek tidak representatif sehingga tidak dapat mewakili populasi⁸⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk melakukan uji normalitas dengan pengelolaan data menggunakan SPSS versi 23.0 for Windows.

Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal

⁸⁵ Romadhon, "Pengaruh Akun Dakwah 'SHIFT' Di Instagram Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya," 74.

baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Jadi sebenarnya uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku⁸⁶.

Tabel 4. 25
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,2953505
	Std. Deviation	5,66087839
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,049
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Kriteria pengujian signifikansi normalitas data pada uji Kolmogorov-Smirnov adalah :

a) Signifikansi $> 0,05$ maka distribusi normal

⁸⁶ Romadhon, 75.

b) Signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal⁸⁷

Berdasarkan tabel 4.25 data Asymp. Sig menunjukkan bahwa nilai Signifikansi untuk terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial adalah 0,200. Maka $0,200 > 0,05$ dan dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Pearson Product Moment

Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio. Dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut sama⁸⁸.

Nilai korelasi (r) berkisar antara -1 s/d 1 . Jika $r = -1$ artinya hubungan kedua variabel tersebut adalah hubungan linier terbalik sempurna, artinya makin besar X maka makin kecil nilai Y . Sedangkan jika $r = 1$ artinya hubungan kedua variabel tersebut adalah hubungan linier sempurna, artinya makin besar nilai X maka makin besar pula nilai Y ⁸⁹.

Tabel 4. 26
Uji Pearson Product Moment
Correlations

⁸⁷ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 160.

⁸⁸ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 228.

⁸⁹ Tukiran Taniredjo and Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar* (Bandung: Alfabeta, 2011), 95.

		Terpaan konten Youtube Raditya Dika	Literasi Finansial
Terpaan konten Youtube Raditya Dika	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 100	,490** 100
Literasi Finansial	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,490** 100	1 100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 23.0

Jika dilihat dari tabel 4.26, dari 100 orang responden, nilai signifikansinya adalah 0. Dengan dasar keputusan bahwa nilai signifikansi $<0,05$ maka berkorelasi. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa ada korelasi antara terpaan konten Youtube Raditya Dika dengan literasi finansial.

Nilai pearson pada tabel 4.26 tersebut adalah 0.490. maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi positif sebesar 0,490 antara terpaan konten Youtube Raditya Dika dengan literasi finansial.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel 4.27 dibawah ini :

Tabel 4. 27
Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi⁹⁰

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Untuk mengetahui tingkat hubungan variabel X dan Y maka nilai product moment dicocokkan dengan pedoman interpretasi. Jika mengacu pada tabel 4.27, diketahui nilai pearson 0,490 maka tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini memiliki signifikansi sedang.

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi⁹¹. Maka koefisien determinasinya adalah $0,490^2 = 0,2401$. Hal ini berarti literasi keuangan 24,01% dipengaruhi oleh terpaan konten Youtube Raditya Dika. Sedangkan sisanya 75,99% dipengaruhi faktor lain.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah sebagai berikut :

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau nilai pearson-value pada kolom $>$ level of significant (α) maka H_a diterima
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, atau nilai pearson-value pada kolom $<$ level of significant (α) maka H_a ditolak

⁹⁰ *Statistika Untuk Penelitian*, 230.

⁹¹ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 231.

Berdasarkan tabel 4.27 nilai pearson correlation (r_{hitung}) adalah 0,490. Sedangkan nilai r_{tabel} 100 orang dengan taraf signifikan 5% adalah 0,195⁹². Bisa ditarik kesimpulan bahwa $0,490 > 0,195$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perpektif Teoretis

Di dalam pembahasan ini peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan.

Setelah dilakukan uji Pearson Product Moment dengan bantuan *software* SPSS versi 23.0 maka diketahui bahwa hipotesis kerja (H_a) diterima sedangkan hipotesis nihil (H_0) ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

Berdasarkan pengujian data menggunakan Pearson Product Moment, didapatkan nilai 0,490 maka dapat diketahui adanya hubungan positif dengan tingkat hubungan sedang antara terpaan konten Youtube Raditya Dika dengan literasi finansial generasi Z di Surabaya.

Kontribusi terpaan konten Youtube Raditya Dika (variabel X) terhadap literasi finansial (variabel Y) berdasarkan nilai koefisien determinasi adalah sebesar 24,01%. Hal ini menunjukkan bahwa literasi finansial generasi Z di Surabaya 24,01% dipengaruhi oleh terpaan

⁹² 373.

konten Youtube Raditya Dika. Sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Dengan diterimanya hipotesis kerja (H_a) maka ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya. 75,99% dipengaruhi oleh faktor lain.

Selaras dengan teori SOR atau Stimulus-Organism-Respons. Teori tersebut mengatakan bahwa jika ada suatu stimulus (rangsangan) maka akan timbul suatu respon (efek). Dan dalam penelitian ini stimulus berupa terpaan konten Youtube Raditya Dika menimbulkan suatu respon yaitu literasi finansial pada Generasi Z di Surabaya.

2. Perpektif Keislaman

Berdasarkan sudut pandang keislaman, bagaimana suatu media bisa mempengaruhi pola pikir dalam hal ini literasi finansial seseorang, merupakan hal yang baik dan termasuk dalam membagikan ilmu yang bermanfaat. dijelaskan dalam hadis dibawah ini :

Dari Abu Umamah al-Baahili *radhiyallahu ‘anhu* bahwa Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda,

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ وَأَهْلَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ، حَتَّى النَّمْلَةَ فِي جُحْرِهَا وَحَتَّى الْحُوتِ، لَيُصَلُّونَ عَلَى مُعَلِّمِ النَّاسِ الْخَيْرِ

“Sesungguhnya Allah dan para Malaikat, serta semua makhluk di langit dan di bumi, sampai semut dalam lubangnya dan ikan (di lautan), benar-benar bershalawat/mendoakan kebaikan bagi orang yang

mengajarkan kebaikan kepada manusia⁹³” (HR. At-Tirmidzi (no.2685)

Konten Youtube yang merupakan suatu media berisikan pengetahuan yang bermanfaat untuk menjalani kehidupan didunia, adalah salah satu bentuk menyebarkan ilmu.

Ilmu yang disebarkan akan memberikan perubahan yang baik pada penerima ilmu tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ini dimana suatu konten memiliki pengaruh terhadap literasi finansial generasi muda.

Dalam islam, literasi finansial juga merupakan salah satu hal yang penting untuk kehidupan. Hal ini dikarenakan jika seseorang melek literasi, maka ia akan tau bagaimana cara mengelola keuangannya, sebagaimana dalam surat :

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya :

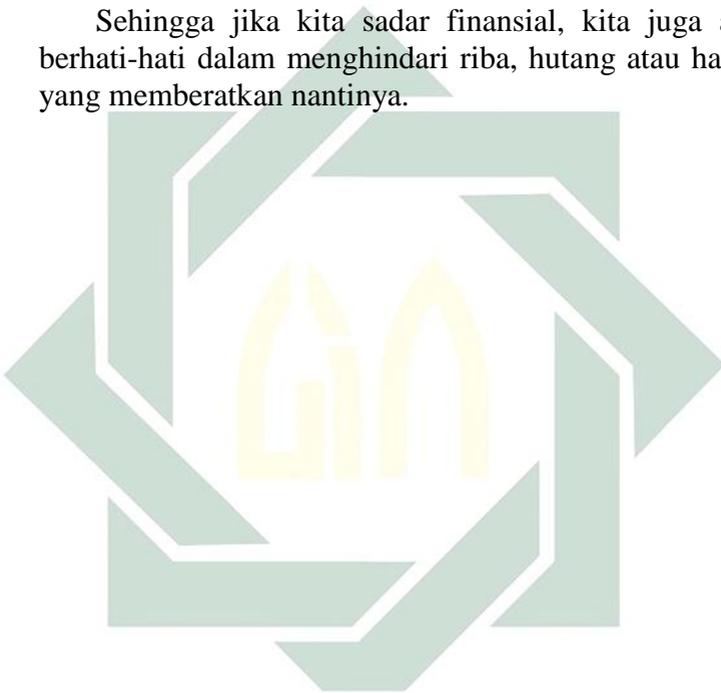
26. Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

27. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS.Al-Israa’ 26-27)

⁹³ Imam At-Tirmizi & Syaikh Al-abani. *Silasilatul Ahaditsish Shahihah*. 4/467

Berdasarkan surah Al-Israa' ayat 26-27 diatas, Islam menganjurkan agar kita mengelola harta dengan baik, memiliki pos keuangan untuk sedekah dan tidak mudah menghambur-hamburkan harta untuk hal-hal yang tidak penting.

Sehingga jika kita sadar finansial, kita juga akan berhati-hati dalam menghindari riba, hutang atau hal-hal yang memberatkan nantinya.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai “Pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya” maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil korelasi uji pearson product moment yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh nilai koefisien (r_{hitung}) sebesar 0,490. Kemudian hasil korelasi product moment tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} , dimana r_{tabel} 100 responden dengan taraf signifikansi 5% bernilai 0,195. Jadi hasilnya adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,490 > 0,195$) ini menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya. Hal ini menjawab rumusan masalah ada atau tidaknya pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.
2. Dengan nilai koefisien 0,490 maka tingkat hubungan variabel X dan variabel Y adalah sedang. Sehingga dalam hal ini tingkat hubungan antara terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial adalah sedang. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 24,01%. Hal ini menunjukkan bahwa literasi finansial generasi Z di Surabaya 24,01% dipengaruhi oleh terpaan konten Youtube Raditya Dika. Sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Dan hal ini menjawab rumusan masalah sejauh mana tingkatan pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial Generasi Z di Surabaya.

B. Saran dan Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Raditya Dika

Meskipun taraf pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya sedang, namun konten Youtube Raditya Dika tetap memiliki pengaruh terhadap literasi finansial penontonnya. Maka diharapkan Raditya Dika membuat konten-konten yang bermanfaat dan dapat meningkatkan literasi finansial para penontonnya.

2. Bagi Subscribers Raditya Dika

Meskipun konten-konten Youtube Raditya Dika selama ini bernilai positif sehingga dapat meningkatkan literasi finansial penontonnya khususnya generasi Z di Surabaya, diharapkan para penonton konten Youtube Raditya Dika tetap menyaring informasi mengenai finansial sesuai dengan profil resikonya masing-masing. Hal ini mengantisipasi jika dimasa depan pada konten Raditya Dika terdapat rekomendasi yang tidak sesuai dengan profil resiko kita ataupun terdapat sedikit kekeliruan atau *miss*. Maka tidak menyebabkan kerugian ataupun pola pikir yang keliru.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini lebih luas dan mendalam. Peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain terkait pengaruh terpaan konten Youtube terhadap bentuk pola pikir lainnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Jumlah populasi tidak diketahui karena berpeluang dapat selalu bertambah jumlahnya. Hal ini dikarenakan jumlah penonton konten Youtube Raditya Dika yang berasal dari Surabaya dengan range kelahiran 1995-2010 tidak dapat diidentifikasi datanya.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 100 orang.
3. Pesebaran kuisioner tidak merata ke seluruh range usia generasi Z. Dapat dilihat dengan tidak adanya responden berusia 10-13 tahun. Hal ini dikarenakan peneliti menyebarkan kuisioner melalui sosial media seperti base twitter, facebook, grup WhatsApp dan kolom komentar Youtube Raditya Dika.

DAFTAR PUSTAKA

- Allifiansyah, Sandy. "Podcast Dan Teori Uses & Gratification." *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada*, 2015.
- Ansong, Abraham, and Michael Asiedu Gyensare. "Determinants of University Working-Students' Financial Literacy at the University of Cape Coast, Ghana." *International Journal of Business and Management* 7 No 9 (n.d.).
- Ardianto, Elvinaro, and Lukiati Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Batubara, Abdul Karim. "STUDI MEDIA DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM: ANALISIS ESENSI KOMUNIKASI ISLAM DALAM DISEMINASI INFORMASI." Surabaya, 2012.
- Biagi, Shirley. *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanik, 2010.
- Chen, Guo-Ming. "The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context." *Communication Studies Faculty Publications* 8 (2012).
- Chen, Haiyang, and Ronald P. Volpe. "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students," *FINANCIAL SERVICES REVIEW*, 7(2): 107-128 (1998).
- David, Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama. "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi." *E-Journal Acta Diurna*, e-journal Acta Diurna, Vol VI. No.1 (2017).
- Debby Endrianti, Rosalia, and Nisful Laila. "PENGELOLAAN KEUANGAN KELUARGA SECARA ISLAM PADA

- KELUARGA MUSLIM ETNIS PADANG DAN MAKASSAR DI SURABAYA,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 3 No. 7 (July 2016).
- Dikria, Okky, and Sri Umi Mintarti W. “PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGKATAN 2013.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol.09 No.2, (n.d.).
- Dionisius, Kevin, and Wulan Purnama Sari. “Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule.” *Prologia* Vol.2, No.2 (Desember 2018).
- Duffet, Rodney. “The YouTube Marketing Communication Effect on Cognitive, Affective and Behavioural Attitudes among Generation Z Consumer.” *MDPI, Sustainability*, 12 (June 22, 2020).
- Egesta, Erren. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Keuangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Mahasiswa Sains & Teknologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).” Universitas Sanata Dharma, 2019.
- Fajariati, Amellia Dwi. “Pengaruh Program Acara ‘Little Miss Indonesia’ Terhadap Komunikasi Ibu Pada Balitanya Di Desa Deketwetan Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan.” UIN Sunan Ampel Surabaya, n.d.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Kadir, Abdul. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Lemeshow, Stanley, David W. Hosmer, Janelle Klar, and Stephen K. Lwanga. *Adequacy of Sample Size in*

- Health Studies*. England: John Willey & Sons Ltd., 1990.
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence," *Forthcoming Journal of Economic Literature*, 2013.
- Manurung, Adler H., and Lutfi T. Rizky. *Successful Financial Planner a Complete Guide*. Jakarta: Grasindo, 2009.
- Masruroh, Aini. "MENGELOLA KEUANGAN SECARA SYARIAH DALAM RANGKA MENUMBUHKAN GOOD MONEY HABIT," *Al-Iqtishad*, Vol. V, No. 1 (January 2013).
- McAnany, Emile G. *Communications in the Rural Third World*. New York: Praeger Publishers, 1982.
- Monticone, Chara. "How Much Does Wealth Matter in the Acquisition of Financial Literacy?" *The Journal of Consumer Affairs*, Summer, 44 (2010).
- Mustika Rini, Elli, and Ayub Ilfandy Imran. "PENGARUH TERPAAN TAYANGAN TRAVELING CHANNEL DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BERWISATA SUBSCRIBERS DI INDONESIA (Studi Pada Subscribers Traveling Channel YouTube Ponti Ramanta)," *e-Proceeding of Management*, Vol.4, No.1 April (2017).
- Nazarullah. "TEORI-TEORI KOMUNIKASI MASSA DALAM PERSPEKTIF ISLAM," *Jurnal Peurawi*, Vol. 1 No. 1 (2018).
- Pangestu, Stevanus. "Riset: Dompot Digital Mendorong Generasi Z Lebih Konsumtif." *The Conversation*, 2020. <https://theconversation.com/riset-dompot-digital-mendorong-generasi-z-lebih-konsumtif-129243>.
- Pemerintah Kota Surabaya. "Letak Geografis Surabaya." Pemerintah Kota Surabaya, n.d. <https://www.surabaya.go.id/id/page/0/8227/geografi>.

- . “Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surabaya,” 2015.
- Priyambodo, Galih. “Pengaruh Marketing Public Relations Tools Dbl Academy Terhadap Brand Awareness Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Di Surabaya.” Universitas Airlangga, 2019.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi komunikasi*. Edited by Tjun Surjaman. Cetakan kedua puluh sembilan, November 2013. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Ratnawati, Tri, Siti Mujanah, and Nyoman Lokajaya. “STRATEGI FINANCIAL LITERACY UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT INDUSTRI KAWASAN WISATA KABUPATEN GERSIK JAWA TIMUR,” *Kewirausahaan: Tinjauan Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Spiritualitas*, Vol.1 No.1 (2018).
- Romadhon, Mochammad Rendy. “Pengaruh Akun Dakwah ‘SHIFT’ Di Instagram Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Romadhon, Muhammad Rendy. “PENGARUH AKUN DAKWAH ‘SHIFT’ DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU RELIGIUS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI TAHUN ANGKATAN 2015 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Stellarosa, Yolanda, Sandra Jasmine Firyal, and Andre Iksano. “PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI SARANA TRANSFORMASI MAJALAH HIGHEND.” *Jurnal Lugas* Vol. 2 No. 2 (2018).
- Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2017.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, n.d.
- Taniredjo, Tukiran, and Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tim GLN. *Materi Pendukung Literasi Finansial*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017.
- Vreese, Claes H. de, and Peter Neijens. “Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment,” *Communication Methods And Measures*, VOL. 10, NOS. 2-3, 69-80 (2016).
- Widyansari, Isodora Efitra. “Arti Penting Literasi Finansial Dalam Perekonomian Modern.” Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017.
- Widyawati. “Fungsi Dan Tugas Otoritas Jasa Keuangan Dalam Menjaga Stabilitas Sistem Keuangan.” Penelitian Disampaikan Pada Seminar Tentang Keberadaan Otoritas Jasa Keuangan Untuk Mewujudkan Perekonomian Nasional Yang Stabil Dan Berkelanjutan, 2012.
- Youtube. “Yotube About.” Youtube Blog, n.d.
- Noxinfluence(dot)com. “Youtube Channel Rank Top 100 Indonesia Sort by Subscribers Weekly,” n.d. <https://id.noxinfluencer.com/youtube-channel-rank/top-100-id-all-youtuber-sorted-by-subs-weekly>.