

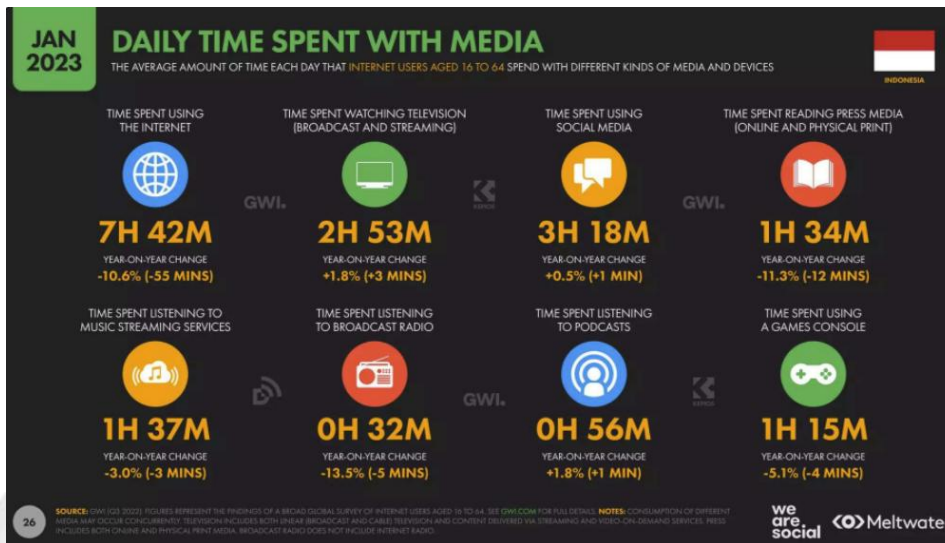
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Teknologi informasi berkembang sangat pesat saat ini. Kemajuan teknologi informasi mendorong manusia dan masyarakat untuk bergerak cepat, sehingga mampu mengikuti perkembangan teknologi agar tidak tertinggal oleh perkembangan tersebut (Yulianti, 2023). Perkembangan teknologi informasi, memberikan indikasi yang jelas tentang pertumbuhan dan modifikasi seluruh pilihan sosio-teknologi untuk komunikasi manusia (Anggraeni, 2022). Pertumbuhan komunikasi tersebut mengubah bentuk komunikasi manusia menjadi komunikasi digital (Ramadhan *et al.*, 2022). Maka dari itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini secara langsung mendorong transformasi cara manusia berinteraksi, dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern.

Komunikasi digital diartikan proses pertukaran informasi, pesan, dan ide menggunakan teknologi dan platform digital. Saat ini, mayoritas interaksi komunikasi terjadi melalui platform digital seperti pesan instan, konferensi video, media sosial, dan sebagainya (Halim, 2024). Komunikasi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan lingkungan kerja yang ditunjukkan pada konsumsi media komunikasi yang meningkat. Hal ini ditunjukkan dari Hootsuite (2023) di bawah ini.



Gambar 1.1 Data Waktu Penggunaan Media  
Sumber: Hootsuite (2023)

Data di atas menunjukkan bahwa dari populasi sekitar 276,4 juta orang, jumlah perangkat mobile yang digunakan adalah 353,8 juta, atau sekitar 128%. Pengguna internet adalah 212,9 juta orang atau 77%. Pengguna media sosial aktif mencapai angka 167 juta orang atau 60,4%. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa konsumsi digital media di Indonesia sangat tinggi dan sangat aktif dalam menggunakan media sosial.

Tingginya penggunaan media digital di Indonesia mencerminkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi dan berinteraksi. Perangkat seluler telah menjadi alat utama yang memungkinkan akses internet, menjadikan komunikasi digital sebagai elemen esensial dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menciptakan peluang besar bagi individu, organisasi, dan bisnis untuk menjangkau audiens secara lebih luas melalui platform digital. Namun, agar dampaknya maksimal, diperlukan strategi komunikasi digital yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Oleh

karena itu, implementasi strategi komunikasi digital yang efektif bukan hanya menjadi pilihan, tetapi kebutuhan mendesak untuk keberhasilan di era digital ini.

Tingginya komunikasi digital memiliki dampak positif dan negatif, sehingga diperlukan strategi komunikasi digital. Strategi komunikasi digital merupakan pendekatan yang disusun dan diterapkan untuk mencapai tujuan komunikasi melalui teknologi digital dan media elektronik (Dani, 2023). Menurut Morvan (2022) strategi komunikasi digital adalah serangkaian metode yang dirancang khusus untuk platform web. Syarif (2023) menjelaskan bahwa komunikasi digital menggunakan perangkat yang berbeda seperti pembuatan situs web, penggunaan jejaring sosial, SEO, pemasaran konten, dan lain sebagainya. Strategi komunikasi digital memanfaatkan alat digital untuk secara efektif menyampaikan pesan dan mencapai tujuan tertentu, khususnya pada generasi millennial yang dianggap sebagai generasi yang melek akan informasi (Fitriani, 2024). Pemahaman literasi digital dan keuangan menjadi sangat penting bagi generasi milenial dan Z untuk memanfaatkan media sosial secara bijak.

Media sosial dan smartphone telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi milenial dan Generasi Z. Generasi yang tumbuh di era digital, mereka memiliki kemahiran teknologi yang tinggi dan mampu memanfaatkan internet untuk mengakses berbagai informasi dari sumber elektronik dan digital (Utami, 2023). Dengan keterampilan ini, generasi milenial dan Generasi Z perlu mengembangkan literasi informasi yang mencakup kemampuan menemukan, mengelola, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara bijak serta mematuhi standar etika. Keterampilan ini menjadi kunci bagi

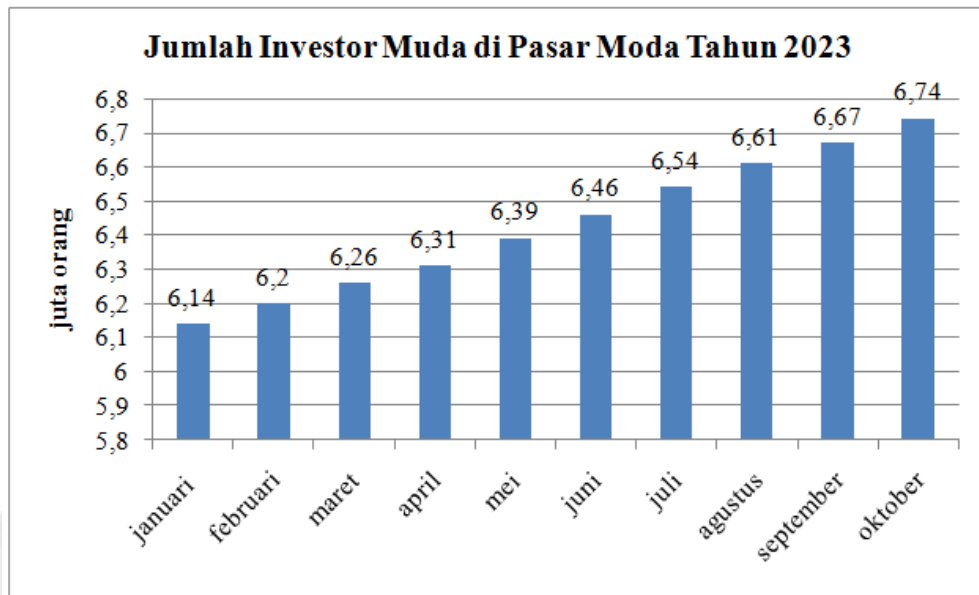
mereka untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, termasuk dalam bidang literasi keuangan, guna menghadapi tantangan di era digital dengan lebih percaya diri (Putri & Irhandayaningsih, 2021). Maka dari itu, penguasaan literasi informasi tidak hanya membantu mereka memenuhi kebutuhan individu, tetapi juga memberdayakan mereka untuk berkontribusi lebih baik dalam masyarakat yang semakin berbasis teknologi.

Kebiasaan generasi milenial dan generasi Z menghabiskan banyak waktu di platform digital dan sangat aktif di media sosial ini, disadari oleh banyak perusahaan. perusahaan-perusahaan tersebut kemudian menggunakan media sosial sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran dan komunikasi untuk menjangkau orang dengan lebih efisien. Perusahaan dapat menarik minat mereka dengan konten yang inovatif dan menarik karena generasi milenial dan Z sering kali lebih reseptif terhadap metode yang asli dan relevan. Selain itu, strategi ini memungkinkan perusahaan untuk membangun ikatan yang lebih kuat dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang persyaratan dan preferensi generasi milenial dan Z (Zis *et al.*, 2021). Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi ini adalah aplikasi Bibit. Pemahaman tentang kebiasaan dan preferensi generasi milenial dan Z sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan. Aplikasi Bibit memanfaatkan strategi komunikasi digital yang berfokus pada keterlibatan generasi muda dengan cara yang sesuai dengan pola penggunaan media sosial mereka. Maka dari itu, pemanfaatan strategi komunikasi digital yang tepat dapat membantu perusahaan

seperti Bibit menjangkau generasi milenial dan Z secara efektif, sekaligus membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka.

Aplikasi Bibit adalah platform investasi yang memungkinkan pengguna untuk memulai investasi dengan mudah dan terjangkau. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat melakukan investasi dalam berbagai instrumen keuangan, termasuk reksadana, saham, dan obligasi. Bibit memudahkan pengguna dalam memantau dan mengelola investasi mereka secara efisien. Aplikasi Bibit menjadi solusi yang tepat bagi mereka yang ingin memulai perjalanan investasi mereka tanpa perlu pengetahuan keuangan yang mendalam atau modal besar (CNBC Indonesia, 2021). Oleh karena itu, aplikasi Bibit menjadi pilihan yang ideal bagi generasi muda yang ingin mulai berinvestasi dengan cara yang mudah, terjangkau, dan praktis.

Data dari CNBC Indonesia (2021) Bibit dinobatkan sebagai 'The Best Fintech Company'. Bibit juga menyediakan literasi keuangan dan investasi bagi penggunanya. Mereka menyajikan artikel, video, dan konten edukatif lainnya tentang konsep dasar investasi, manajemen keuangan, serta strategi investasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Aplikasi Bibit menjadi jembatan yang menghubungkan generasi milenial dan Z menjadi investor muda. Data dari Dataindonesia.id (2023) menunjukkan jumlah investor muda di Indonesia yang meningkat.



Gambar 1.2. Jumlah Investor Muda di Pasar Modal Indonesia  
 Sumber: Dataindoneisa.id (2023)

Data di atas menunjukkan bahwa, jumlah total investor di pasar modal mencapai 11,88 juta, dengan sekitar 6,74 juta di antaranya adalah investor muda, atau mereka yang berusia 30 tahun ke bawah pada Oktober 2023. Pertumbuhan investor muda ini terus terjadi sepanjang tahun 2023, dengan penambahan sebanyak 68.373 orang dari bulan sebelumnya. Data menunjukkan adanya peningkatan minat dan partisipasi generasi muda dalam pasar modal Indonesia, yang mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk peningkatan kesadaran akan investasi dan aksesibilitas informasi (Dataindoneisa.id, 2023).

Peningkatan jumlah investor muda ini juga diikuti oleh meningkatnya kasus investasi bodong di Indonesia. Menurut data dari Kompas.com (2023) Investasi bodong adalah investasi di mana korban akan diminta sejumlah uang untuk menanamkan modal dalam produk atau bisnis, yang sesungguhnya tidak pernah ada. Masyarakat yang terjebak dalam investasi ini seringkali kehilangan uangnya

tanpa mendapatkan hasil yang dijanjikan, karena pelaku investasi bodong sering menghilang dengan dana tersebut. Hal ini menyebabkan kerugian finansial bagi para korban.



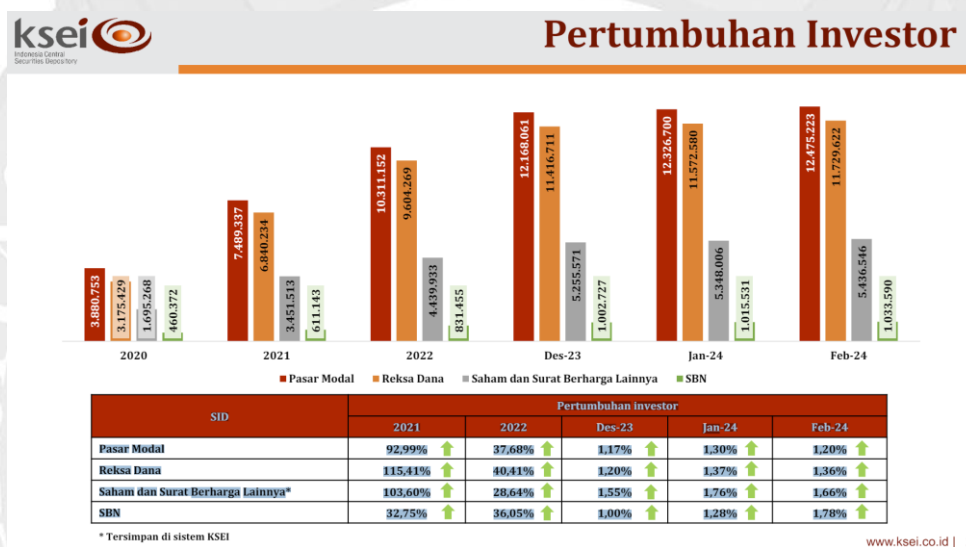
Gambar 1.3. Kerugian Besar Masyarakat Akibat Investasi Ilegal  
Sumber: Ardianto (2022)

Data OJK mencatat kerugian besar masyarakat akibat investasi ilegal naik tiap tahunnya. Tahun 2018, kerugian mencapai 1,4 triliun, tahun 2019 mencapai 4 triliun, tahun 2020 mencapai 5,9 triliun, tahun 2021 mencapai 2,54 triliun dan tahun 2022 mencapai 112,2 triliun (Ardianto, 2022). Hal ini menunjukkan ancaman serius investasi ilegal di Indonesia. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang pengelolaan keuangan dimanfaatkan oleh pelaku investasi bodong untuk mencari keuntungan. Hal tersebut menunjukkan minimnya literasi keuangan menjadi faktor yang mempengaruhi tingginya kasus investasi bodong. Peningkatan literasi keuangan sangat diperlukan untuk melindungi masyarakat dari ancaman investasi bodong dan memastikan mereka dapat berinvestasi dengan aman.

Investasi aman yang banyak dipilih adalah investasi menggunakan berbagai instrumen keuangan, di antaranya adalah reksa dana, seperti aplikasi Bibit yang



merupakan wadah untuk menghimpun dana dari berbagai investor untuk kemudian diinvestasikan dalam beragam portofolio efek seperti saham, obligasi, dan instrumen pasar uang. Menurut Ojk (2019) reksa dana merupakan sarana untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang dikelola oleh manajer investasi. Dana yang terkumpul tersebut selanjutnya diinvestasikan ke dalam berbagai jenis surat berharga seperti saham, obligasi, dan instrumen pasar uang.



Gambar 1.4. Pertumbuhan Investor  
Sumber: Ksei (2024)

Data di atas menunjukkan bahwa reksa dana mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, pertumbuhan investor dalam reksa dana mencapai 115,41%. Selama tahun 2022, meskipun terjadi penurunan sedikit dalam pertumbuhan, reksa dana masih mencatat kenaikan yang signifikan sebesar 40,41%. Desember 2023 hingga Februari 2024, terlihat bahwa pertumbuhan investor dalam reksa dana mengalami peningkatan yang konsisten dengan angka pertumbuhan sebesar 1,20%, 1,37%, dan 1,36% secara berturut-



turut. Hal ini menunjukkan bahwa minat investor terhadap reksa dana tetap kuat bahkan di tengah kondisi pasar yang berfluktuasi (Ksei, 2024).

Data tersebut menunjukkan bahwa reksa dana merupakan pilihan investasi yang menarik bagi banyak investor, dengan kinerja yang stabil dan cenderung positif selama periode waktu yang diamati. Pertumbuhan pesat dalam industri reksa dana sejalan dengan perkembangan teknologi finansial yang mengubah lanskap investasi, memungkinkan akses yang lebih mudah dan transparan bagi para investor. Teknologi finansial dimanfaatkan aplikasi Bibit untuk memberi kemudahan para investor dalam membeli reksadana melalui aplikasi perangkat seluler. Hal ini memungkinkan akses yang lebih cepat dan praktis bagi individu untuk melakukan investasi tanpa harus melalui proses yang rumit atau mengunjungi kantor perusahaan investasi secara langsung (Yassine *et al.*, 2024). Oleh sebab itu, pemanfaatan teknologi finansial oleh aplikasi seperti Bibit telah menjadi solusi inovatif untuk mempermudah akses investasi reksa dana bagi masyarakat luas.

Menurut Ojk (2019) FinTech, sebagai salah satu opsi investasi, memberikan alternatif bagi individu yang ingin mengakses layanan keuangan secara praktis, efisien, dan ekonomis. Aplikasi Bibit yang bergerak dalam bidang mendukung perkembangan startup teknologi yang sedang berkembang, membantu memperluas lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Hal ini akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Aplikasi Bibit juga memungkinkan akses ke layanan keuangan bagi mereka yang tidak terlayani oleh lembaga keuangan tradisional. Selain itu, Aplikasi Bibit juga berkontribusi pada

pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dengan meningkatkan aktivitas e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bibit tidak hanya memudahkan akses investasi, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan di kalangan generasi milenial, sekaligus melindungi mereka dari risiko investasi bodong.

Penelitian ini menggunakan Aplikasi Bibit sebagai subjek penelitian karena adanya lonjakan jumlah investor muda di Indonesia dan maraknya kasus investasi bodong. Hal ini menunjukkan minat besar generasi milenial terhadap investasi, namun juga meningkatkan risiko mereka terjebak dalam investasi bodong. Bibit berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan di kalangan milenial, membantu mereka memahami dan mengakses investasi dengan aman, serta melindungi mereka dari penipuan investasi. Bibit mendorong partisipasi yang lebih aman dan cerdas dalam pasar modal dengan fitur yang disesuaikan dan pendekatan inklusif.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Masalah utama yang teridentifikasi adalah rendahnya literasi investasi di kalangan generasi milenial dan Z. Meskipun mereka memiliki keterampilan informasi yang tinggi dan dapat mengakses berbagai sumber melalui media sosial dan internet, banyak dari mereka yang memasuki pasar modal tanpa pemahaman yang memadai tentang risiko dan strategi investasi (Bagama, 2024). Hal ini menyebabkan keputusan investasi yang kurang bijaksana, serta meningkatkan kerentanan terhadap penipuan investasi. Banyak generasi muda yang kesulitan

membedakan antara produk investasi yang sah dan yang merupakan penipuan, yang dapat berujung pada kerugian finansial. Selain itu, informasi yang tidak akurat atau menyesatkan di media sosial juga memperburuk masalah ini.

Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan edukasi yang lebih terarah dan terstruktur mengenai literasi keuangan dan investasi. Meskipun beberapa perusahaan, seperti Aplikasi Bibit, telah berupaya meningkatkan pemahaman tentang investasi dengan menyediakan artikel, video, webinar, dan podcast, pendekatan ini perlu diperluas dan diperdalam agar generasi muda dapat memahami risiko dan strategi investasi dengan lebih baik. Program edukasi yang komprehensif dan mudah diakses menjadi kunci untuk mengurangi kerentanan terhadap penipuan investasi dan meningkatkan pemahaman mereka tentang cara berinvestasi yang aman dan bijaksana (Amran, 2024). Maka dari itu, diperlukan kolaborasi antara berbagai pihak untuk menciptakan program literasi keuangan yang lebih efektif, agar generasi muda dapat menjadi investor yang cerdas.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dideskripsikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Bibit dalam upaya meningkatkan literasi investasi keuangan di kalangan generasi milenial.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Bibit dalam upaya meningkatkan literasi investasi keuangan di kalangan generasi milenial.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki kegunaan akademis yang signifikan, yaitu memberikan kontribusi yang berharga dalam memahami dan mengembangkan strategi komunikasi digital di bidang literasi keuangan. Melalui studi ini, dapat diperoleh wawasan mendalam tentang bagaimana aplikasi investasi seperti Bibit menggunakan strategi komunikasi digital untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan generasi milenial. Hasil penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur akademis tentang komunikasi digital dan literasi keuangan, tetapi juga dapat dijadikan acuan oleh peneliti lain yang tertarik pada topik serupa.

##### **1.5.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang strategi komunikasi digital yang digunakan oleh platform investasi seperti Bibit untuk meningkatkan literasi investasi keuangan di kalangan generasi milenial. Hal ini relevan dengan kajian-kajian tentang komunikasi digital, terutama dalam konteks penerapan strategi komunikasi di bidang keuangan.

### **1.5.2. Manfaat Sosial**

Penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran finansial di kalangan generasi milenial. Dengan mempelajari dan memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh Bibit, lebih banyak milenial akan menjadi sadar akan pentingnya literasi keuangan dan mulai mencari informasi serta pengetahuan yang relevan.

### **1.6. Sistematika Penelitian**

Sistematika Penelitian ini akan terdiri dari enam bab yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Melalui bab ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran seputar penelitian dengan cara efisien dan mudah dipahami. Berikut lima bab yang akan diurai pada sistematika penelitian sebagai berikut:

#### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini akan memberikan penjelasan secara komprehensif yang terdiri atas latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II: Tinjauan Pustaka**

Bab ini akan dituliskan sejumlah konsep dan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

#### **BAB III: Metodologi Penelitian**

Bab ini akan menjelaskan secara rinci metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu dengan pendekatan Kualitatif dengan metode deskriptif.

Selanjutnya, bab ini akan menjelaskan tentang metode data dengan tujuan penelitian dapat dimengerti secara mendalam.

#### **BAB IV: Hasil dan Pembahasan**

Bab ini akan membahas mengenai temuan data yang sudah didapatkan lebih dalam dan komprehensif. Selanjutnya temuan data akan dikaitkan dengan konsep dan teori yang ditulis pada bab Tinjauan Pustaka.

#### **BAB V: Simpulan dan Saran**

Bab ini akan memberikan kesimpulan pada penelitian yang dilakukan dan saran untuk menjawab rumusan masalah serta saran untuk penelitian sejenis di masa depan.

