HUBUNGAN ANTARA KONTEN *FEED* INSTAGRAM @LPS_IDIC DENGAN LITERASI KEUANGAN GEN Z TERKAIT PROGRAM PENJAMINAN SIMPANAN

Putri Nadia¹, Hadiyanto²

^{1,2} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University
e-mail: ¹13putrinadia@gmail.com, ²hadi62@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji hubungan antara kualitas konten feed Instagram @lps_idic dengan tingkat literasi keuangan Gen Z, khususnya terkait program penjaminan simpanan. Gen Z dipilih karena merupakan kelompok usia yang sangat aktif menggunakan media sosial, serta akan menjadi pelaku utama ekonomi di masa depan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional dan memanfaatkan uji validitas serta reliabilitas untuk memastikan instrumen kuesioner yang digunakan akurat dan konsisten. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring kepada 30 responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @lps_idic dan memenuhi kriteria Gen Z. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas konten yang mencakup aspek relevansi, kredibilitas, keunikan, kegunaan, daya tarik visual, ketepatan waktu, dan konsistensi identitas. Sementara itu, variabel dependen adalah literasi keuangan yang diukur dari indikator pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku. Hasil awal menunjukkan bahwa responden menilai konten @lps_idic sebagai informatif, mudah dipahami, dan menarik secara visual. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi standar kelayakan pengukuran. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa konten edukatif di media sosial, jika dikelola secara strategis, dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman keuangan di kalangan Gen Z. Penelitian ini juga memperkuat pentingnya strategi komunikasi digital dalam program literasi keuangan yang dijalankan oleh institusi pemerintah seperti LPS.

Kata kunci: *Feed Instagram, Generasi Z, Komunikasi Digital, Literasi Keuangan, Penjaminan Simpanan.*

ABSTRACT

This study examines the relationship between the quality of the Instagram feed content of @lps_idic and the level of financial literacy among Generation Z, particularly regarding the deposit insurance program. Generation Z was selected as the target group due to their high level of engagement with social media and their role as future key economic players. The study employs a quantitative approach with a correlational method and utilizes validity and reliability tests to ensure that the questionnaire instrument is accurate and consistent. Data were collected through an online questionnaire distributed to 30 respondents who are active followers of the @lps_idic

Instagram account and meet the Generation Z criteria. The independent variable is the content quality, measured through indicators such as relevance, credibility, uniqueness, usefulness, visual appeal, timeliness, and brand consistency. The dependent variable is financial literacy, measured by indicators of knowledge, skills, confidence, attitudes, and behavior. Preliminary findings show that respondents perceive @lps_idic content as informative, easy to understand, and visually engaging. The validity and reliability tests confirm that the instrument meets the required measurement standards. These findings support the assumption that educational content on social media, when strategically managed, can positively influence the improvement of financial understanding among Generation Z. The study also emphasizes the importance of digital communication strategies in financial literacy programs conducted by government institutions such as the Indonesia Deposit Insurance Corporation (LPS).

Keywords: *Deposit Insurance, Digital Communication, Financial Literacy, Generation Z, Instagram Feed.*

PENDAHULUAN

Era digital telah menjadikan media sosial sebagai bagian integral dalam kehidupan masyarakat, terutama bagi Gen Z yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi. Perubahan pola konsumsi informasi mendorong lembaga publik untuk menyesuaikan strategi komunikasinya dalam menyampaikan edukasi finansial secara interaktif dan relevan. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang populer dan efektif dalam menyampaikan informasi visual. Fitur *feed* yang bersifat permanen dan mudah diakses menjadikan Instagram sebagai media yang strategis bagi LPS untuk menyebarluaskan informasi terkait program penjaminan simpanan.

Lembaga Penjamin Simpanan merupakan lembaga independen yang bertugas menjamin simpanan nasabah perbankan serta menjaga stabilitas sistem keuangan nasional. Rendahnya tingkat pemahaman masyarakat, khususnya Gen Z, terhadap program penjaminan simpanan mendorong LPS untuk aktif mengedukasi publik melalui akun Instagram resmi @lps_idic. Konten yang disajikan berupa infografis, video pendek, dan kampanye edukatif yang disesuaikan dengan gaya komunikasi Gen Z. Strategi ini merujuk pada hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK, 2022) yang menunjukkan bahwa peningkatan indeks literasi keuangan belum sejalan dengan pemahaman spesifik mengenai perlindungan simpanan.

Generasi Z dikenal sebagai pengguna aktif media sosial dan calon pelaku ekonomi utama di masa depan. Kelompok ini memiliki kecenderungan untuk merespons konten visual yang menarik, informatif, dan mudah dipahami. Pemanfaatan *feed* Instagram dipandang memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi keuangan mereka. Kualitas konten tersebut perlu dikaji secara ilmiah untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap pemahaman dan perilaku finansial Gen Z.

Penelitian ini difokuskan pada analisis hubungan antara kualitas konten *feed* Instagram @lps_idic dengan tingkat literasi keuangan Gen Z yang berkaitan dengan program penjaminan simpanan. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode

korelasional, serta pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap instrumen kuesioner. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perancangan strategi komunikasi digital yang lebih efektif, khususnya bagi lembaga publik seperti LPS dalam menysasar generasi muda yang adaptif terhadap teknologi.

KAJIAN TEORI

Media Digital

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, termasuk dalam menyampaikan informasi edukatif. Media sosial menjadi salah satu saluran yang paling efektif dalam menjangkau audiens muda karena sifatnya yang cepat, interaktif, dan mudah diakses. Menurut Handayani (2023) media sosial memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan berbagai jenis konten secara *real time*. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga telah dimanfaatkan oleh institusi publik dan swasta sebagai media edukasi (Widyanto, 2022).

Instagram menjadi salah satu media sosial yang efektif untuk menyampaikan informasi visual karena memiliki fitur seperti *feed*, *story*, dan *reels* yang mampu menyajikan konten edukatif secara menarik dan mudah dipahami. Penelitian oleh (Wijayanti, 2021) menunjukkan bahwa kualitas konten Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap minat audiens dalam mengakses informasi, termasuk dalam konteks edukasi keuangan. Ramadhani dkk (2023) juga menambahkan bahwa keterlibatan audiens sangat dipengaruhi oleh daya tarik visual, kredibilitas pesan, serta frekuensi dan konsistensi unggahan konten.

Kualitas Konten Instagram

Kualitas konten menjadi aspek penting dalam efektivitas komunikasi digital. Menurut Kingsnorth dalam (Santana, 2024) terdapat delapan pilar fundamental dalam konten digital yang efektif, yakni *relevant*, *credible*, *different*, *useful*, *interesting*, *timely*, *shareable*, dan *on brand*. Penelitian Yasa dkk (2024) menambahkan bahwa elemen visual seperti warna dan komposisi sangat mempengaruhi tingkat keterlibatan pengguna. Sedangkan Yu dkk (2024) menekankan pentingnya keterbacaan dan gaya bahasa dalam caption yang sederhana namun informatif untuk mendukung efektivitas konten secara keseluruhan.

Strategi konten yang terstruktur dan sesuai dengan tren digital memiliki potensi besar dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu informasi. Dalam konteks edukasi keuangan, konten yang kredibel, ringkas, dan mudah dipahami dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih sehat, terutama bagi Gen Z (Safitri & Dewa, 2022).

Literasi Keuangan Generasi Z

Literasi keuangan merujuk pada kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan dasar dan mengaplikasikannya dalam pengambilan keputusan yang bijak. Menurut Perkasa dkk (2024) literasi keuangan terdiri atas komponen pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku dalam mengelola keuangan. Literasi ini

menjadi penting khususnya bagi generasi muda karena mereka rentan terhadap perilaku konsumtif dan mudah terpengaruh oleh tren digital (Malik, 2022). Survei oleh OJK (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan nasional berada pada angka 49,68%. Meskipun meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, angka ini masih menunjukkan adanya kebutuhan edukasi keuangan secara lebih masif, khususnya di kalangan Gen Z yang mendominasi populasi pengguna media sosial.

Hipotesis

H1 : Diduga terdapat hubungan positif antara konten *feed* Instagram @lps_idic dengan tingkat literasi keuangan Gen Z terkait program penjaminan simpanan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis hubungan antara dua variabel, yaitu kualitas konten *feed* Instagram @lps_idic dan literasi keuangan Gen Z terkait program penjaminan simpanan. Jenis pendekatan yang digunakan adalah deskriptif korelasional, dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian ini menargetkan responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @lps_idic, khususnya dari kelompok usia Gen Z (kelahiran 1997–2012).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan *Google Form* kepada 30 responden yang telah memenuhi kriteria, yaitu berusia sesuai kategori Gen Z, aktif menggunakan Instagram, serta pernah mengakses atau berinteraksi dengan konten akun @lps_idic dalam enam bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* untuk memastikan bahwa sampel sesuai dengan karakteristik populasi yang diteliti. Selain data primer, studi literatur juga digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dalam penelitian ini, terutama teori komunikasi digital dan konsep literasi keuangan.

Instrumen kuesioner terdiri atas pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan delapan indikator kualitas konten Instagram (*relevant, credible, different, useful, interesting, timely, shareable, dan on brand*), serta lima indikator literasi keuangan (pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku). Jawaban diberikan dalam bentuk skala *Likert* lima poin, yaitu:

- Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju
- Skor 4 untuk jawaban Setuju
- Skor 3 untuk jawaban Netral
- Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju
- Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju

Seluruh data yang diperoleh akan dianalisis secara statistik menggunakan teknik korelasi *Rank Spearman* untuk melihat tingkat hubungan antar variabel. Sebelum analisis dilakukan, uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen telah dilakukan untuk

memastikan bahwa instrumen yang digunakan layak secara empiris dalam mengukur variabel penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen kuesioner benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dalam penelitian. Validitas menjadi indikator sejauh mana suatu alat ukur dapat mencerminkan konsep atau variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Sugiyono (Sugiyono 2024), instrumen yang memiliki validitas tinggi berarti data yang dihasilkan mencerminkan kondisi sebenarnya dari objek yang diamati.

Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan terhadap item-item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, baik untuk variabel bebas berupa kualitas konten *feed* Instagram @lps_idic, maupun variabel terikat berupa literasi keuangan Gen Z terkait program penjaminan simpanan. Proses validasi dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total variabel menggunakan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS.

Adapun ketentuan yang digunakan dalam menentukan valid atau tidaknya suatu item adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05, maka item tersebut dikategorikan valid, artinya layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.
- Jika nilai signifikansi (sig.) > 0,05, maka item tersebut dianggap tidak valid, sehingga perlu dipertimbangkan untuk dikeluarkan dari analisis.

Hanya item yang terbukti valid berdasarkan hasil uji yang akan dilanjutkan ke tahap analisis data untuk mengukur hubungan antara kedua variabel utama dalam penelitian ini.

Uji Realibitas

Reliabilitas merupakan indikator konsistensi suatu instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Sebuah instrumen dinyatakan reliabel apabila memberikan hasil yang stabil dan konsisten saat digunakan berulang kali pada objek yang sama. Menurut Sugiyono (2024), instrumen yang reliabel mampu menghasilkan data yang serupa meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda, selama kondisi objek tetap sama. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas konten *feed* Instagram @lps_idic dan literasi keuangan Gen Z. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan dalam kuesioner menunjukkan tingkat konsistensi internal yang baik. Instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi akan memberikan hasil yang dapat dipercaya dan memperkuat kualitas data penelitian. Penilaian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yang umum digunakan pada instrumen dengan skala *Likert*. Nilai koefisien *Cronbach Alpha* akan menunjukkan sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam suatu variabel memiliki konsistensi internal. Tabel 1 merupakan Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen dapat dilihat pada persamaan 1.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right] \quad (1)$$

Tabel 1. Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas

Interval Nilai Koefisien	Keterangan
>0.9	Sempurna
0.7-0.9	Tinggi
0.5-0.7	Moderat
<0.5	Rendah

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = Banyak item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = Total varians per-item pertanyaan

$\sigma^2 t$ = Total varians

Jika nilai koefisien reliabilitas yang dihasilkan berada di atas 0,70 maka instrumen dapat dikatakan reliabel dan layak digunakan dalam proses pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik demografis responden dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin dan frekuensi akses feed instagram @lps_idic, ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	20	66,67%
Laki-laki	10	33,33%
Total	30	100,00%

Berdasarkan tabel diatas data jenis kelamin, responden dimayoritaskan oleh perempuan sebanyak 20 orang atau sebesar 66,67%. Sementara itu, responden laki-laki sebanyak 10 orang dengan persentase 33,33%. Total keseluruhan responden adalah 30 orang. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden Perempuan lebih unggul dibandingkan responden laki-laki. Jumlah ini merupakan sedikit dari total populasi yang direncanakan, yaitu 100 responden.

Tabel 3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Feed Instagram

Frekuensi	Jumlah Responden	Persentase
Setiap Hari	18	60,00%
3 - 4 Kali seminggu	8	26,67%
Jarang	4	13,33%
Tidak Pernah	0	0,00%
Total	30	100,00%

Berdasarkan data tabel 3, mayoritas mengisi kuesioner pada penelitian ini mengakses *feed* Instagram @lps_idic setiap hari, yaitu sebanyak 18 responden dengan

presentase 60,00%, dan 8 responden dengan presentase 26,67% mengaksesnya sebanyak 3-4 kali dalam seminggu. Dengan demikian 86,67% responden tergolong sering mengakses akun Instagram @lps_idic. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner dengan skala Likert, yang disebarakan kepada 30 responden terpilih melalui metode *random sampling*. Skala ini digunakan untuk semua item dalam kuesioner pada variabel X dan variabel Y. Setiap skor akan diolah secara kuantitatif untuk dianalisis lebih lanjut melalui uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen.

Tabel 4. Hasil Kuesioner

No	Indikator	Jawaban				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Konten @lps_idic memberikan tips pengelolaan keuangan sehari-hari yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai Gen Z. (X1)	53,33%	43,33%	0,00%	3,33%	0,00%
2.	Topik yang dibahas oleh konten @lps_idic membantu saya memahami pentingnya menabung dan menghindari perilaku konsumtif. (X2)	60,00%	30,00%	6,67%	0,00%	3,33%
3.	Informasi yang disampaikan pada konten @lps_idic sesuai dengan kebutuhan literasi keuangan Gen Z, termasuk pengelolaan uang bulanan. (X3)	50,00%	43,33%	6,67%	0,00%	0,00%
4.	Informasi yang disampaikan dapat dipercaya karena berasal dari sumber resmi yaitu @lps_idic. (X4)	53,33%	43,33%	0,00%	3,33%	0,00%
5.	Konten @lps_idic menyajikan data yang akurat untuk mendukung informasi yang disampaikan. (X5)	50,00%	43,33%	3,33%	3,33%	0,00%
6.	Informasi yang disampaikan @lps_idic tidak bersifat <i>clickbait</i> . (X6)	53,33%	46,67%	0,00%	0,00%	0,00%
7.	Konten @lps_idic memiliki tampilan visual yang berbeda dari akun edukasi keuangan lainnya. (X7)	66,67%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%
8.	Penyajian kontennya terasa kreatif sehingga tidak membosankan. (X8)	63,33%	36,37%	0,00%	0,00%	0,00%
9.	Konten @lps_idic memiliki gaya visual dengan tone yang khas. (X9)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%
10	Konten @lps_idic membantu saya memahami cara mengecek bank peserta LPS. (X10)	53,33%	43,33%	3,33%	0,00%	0,00%

11.	Saya mendapatkan tips keuangan yang berguna dari konten tersebut. (X11)	63,33%	33,33%	0,00%	3,33%	0,00%
12.	Konten @lps_idic membuat saya lebih paham pentingnya jaminan simpanan. (X12)	56,67%	40,00%	0,00%	3,33%	0,00%
13.	Warna yang digunakan dalam konten @lps_idic terlihat cerah dan menarik perhatian. (X13)	56,67%	43,33%	0,00%	0,00%	0,00%
14.	Caption dalam konten @lps_idic mudah dipahami. (X14)	60,00%	36,67%	0,00%	3,33%	0,00%
15.	Saya tertarik untuk membaca konten sampai selesai. (X15)	43,33%	53,33%	3,33%	0,00%	0,00%
16.	Konten sering diunggah saat ada momen penting. (X16)	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%
17.	Postingan dilakukan secara konsisten dalam kurun waktu tertentu. (X17)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%
18.	Konten cepat menanggapi isu yang sedang viral terkait keuangan. (X18)	56,67%	40,00%	3,33%	0,00%	0,00%
19.	Saya merasa terdorong membagikan konten @lps_idic karena adanya pesan <i>call to action</i> yang kuat. (X19)	46,67%	50,00%	3,33%	0,00%	0,00%
20.	Saya pernah membagikan konten @lps_idic kepada orang lain. (X20)	56,67%	40,00	3,33%	0,00%	0,00%
21.	Saya merasa mudah menggunakan fitur <i>share</i> untuk menyebarkan konten @lps_idic. (X21)	50,00%	46,67%	3,33%	0,00%	0,00%
22.	Konten selalu menyertakan logo atau warna khas LPS. (X22)	56,67%	40,00%	3,33%	0,00%	0,00%
23.	Gaya bahasa dan penyampaian kontennya edukatif namun tetap ringan. (X23)	53,33%	43,33%	3,33%	0,00%	0,00%
24.	Misi edukatif LPS terlihat jelas dalam setiap postingan. (X24)	56,67%	43,33%	0,00%	0,00%	0,00%
25.	Saya tahu bahwa LPS menjamin simpanan hingga Rp2 miliar per nasabah per bank. (Y1)	46,67%	50,00%	3,33%	0,00%	0,00%
26.	Saya dapat membedakan produk simpanan yang dijamin dan yang tidak dijamin oleh LPS. (Y2)	56,67%	36,67%	6,67%	0,00%	0,00%
27.	Saya mengetahui tugas utama Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). (Y3)	53,33%	46,67%	0,00%	0,00%	0,00%

28.	Saya mampu membuat anggaran bulanan untuk mengelola keuangan pribadi saya. (Y4)	43,33%	50,00%	3,33%	3,33%	0,00%
29.	Saya tahu cara mengecek daftar bank peserta LPS secara online. (Y5)	50,00%	43,33%	6,67%	0,00%	0,00%
30.	Saya mampu memilih produk simpanan berdasarkan aspek legalitas. (Y6)	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%
31.	Saya percaya diri menabung di bank karena merasa aman dengan adanya jaminan dari LPS. (Y7)	50,00%	46,67%	3,33%	0,00%	0,00%
32.	Saya yakin informasi dari akun @lps_idic membantu saya membuat keputusan keuangan. (Y8)	53,33%	43,33%	3,33%	0,00%	0,00%
33.	Saya yakin bahwa saya dapat menentukan produk keuangan yang tepat berdasarkan informasi yang saya dapatkan. (Y9)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%
34.	Saya menilai penting untuk menabung secara rutin di bank resmi yang dijamin LPS. (Y10)	53,33%	46,67%	0,00%	0,00%	0,00%
35.	Saya mendukung literasi keuangan melalui media sosial seperti Instagram. (Y11)	56,67%	43,33%	0,00%	0,00%	0,00%
36.	Saya cenderung berhati-hati terhadap tawaran produk keuangan yang tidak jelas legalitasnya. (Y12)	66,67%	30,00%	3,33%	0,00%	0,00%
37.	Saya memiliki kebiasaan mencatat pengeluaran keuangan saya. (Y13)	63,33%	33,33%	0,00%	3,33%	0,00%
38.	Saya menabung di bank yang terdaftar sebagai peserta LPS. (Y14)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%
39.	Saya aktif mencari informasi keuangan dari akun resmi seperti @lps_idic (Y15)	53,33%	40,00%	3,33%	3,33%	0,00%

Berdasarkan tabel hasil kuesioner pada tabel 4, dibagikan kepada 30 responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @lps_idic dan termasuk dalam kategori Gen Z, tanggapan responden terhadap indikator kualitas konten menunjukkan hasil yang sangat positif. Sebagian besar responden merasa bahwa konten yang disajikan oleh @lps_idic memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan keuangan Gen Z. Sebanyak 53,33% responden sangat setuju dan 43,33% setuju bahwa tips keuangan yang diberikan relevan dengan kebutuhan mereka. Selain itu, topik yang dibahas dinilai membantu dalam memahami pentingnya menabung dan menghindari perilaku konsumtif, yang dibuktikan dengan 60% responden sangat setuju terhadap pernyataan tersebut.

Aspek kredibilitas konten juga mendapat penilaian tinggi. Sebanyak 96,66% responden menilai bahwa informasi yang disampaikan dapat dipercaya karena berasal dari sumber resmi, serta tidak mengandung unsur *clickbait*. Ini memperlihatkan bahwa akun @lps_idic berhasil mempertahankan kepercayaan pengikutnya melalui penyampaian informasi yang akurat dan bertanggung jawab. Dari sisi visual, sebanyak 66,67% responden menyatakan sangat setuju bahwa konten memiliki tampilan visual yang berbeda dari akun edukasi keuangan lainnya. Penyajian yang kreatif dan gaya visual yang khas menjadi faktor pendukung dalam menjaga minat audiens. Hal ini dibuktikan dengan tingginya persentase responden yang merasa konten tidak membosankan dan menarik untuk dibaca hingga selesai. Dalam aspek keterbagian konten, sebanyak 46,67% responden sangat setuju dan 50% setuju bahwa mereka terdorong membagikan konten karena adanya pesan *call to action* yang kuat. Kemudahan menggunakan fitur berbagi juga menjadi alasan mengapa konten dari @lps_idic berpotensi menyebar lebih luas di kalangan Gen Z.

Pengetahuan responden mengenai program penjaminan simpanan juga menunjukkan hasil yang positif. Lebih dari 90% responden menyatakan bahwa mereka memahami tugas LPS, mengetahui batas penjaminan simpanan hingga Rp2 miliar, serta mampu membedakan produk simpanan yang dijamin dan yang tidak dijamin. Kemampuan responden dalam membuat anggaran bulanan, mencatat pengeluaran, dan memilih produk simpanan berdasarkan legalitas juga tergolong tinggi. Keyakinan dan sikap responden terhadap informasi yang diperoleh melalui @lps_idic juga menguatkan hasil tersebut. Sebanyak 60% responden menyatakan yakin dapat menentukan produk keuangan yang tepat berdasarkan informasi yang mereka terima. Selain itu, mayoritas responden menilai penting untuk menabung secara rutin di bank resmi yang dijamin oleh LPS, serta menunjukkan sikap hati-hati terhadap tawaran produk keuangan ilegal.

Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas konten *feed* Instagram @lps_idic yang mencakup aspek relevansi, kredibilitas, visualisasi, dan konsistensi, berkontribusi terhadap peningkatan literasi keuangan Gen Z, terutama dalam memahami program penjaminan simpanan. Keterlibatan responden yang tinggi terhadap konten edukatif ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh LPS sudah berada pada arah yang tepat. Integrasi konten visual menarik dengan informasi keuangan yang jelas dan terpercaya menjadi kunci dalam menjangkau serta meningkatkan pemahaman finansial di kalangan generasi muda.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten *feed* Instagram @lps_idic berhubungan erat dengan peningkatan literasi keuangan Gen Z, terutama terkait pemahaman mengenai program penjaminan simpanan. Responden menganggap konten yang disajikan informatif, mudah dipahami, serta menarik secara visual. Informasi yang diberikan oleh akun tersebut dianggap relevan dan kredibel, sehingga mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta sikap keuangan yang positif di kalangan Gen Z. Strategi komunikasi digital yang diterapkan LPS melalui Instagram dinilai efektif dalam menyampaikan pesan edukatif. Tingginya keterlibatan dan minat responden

terhadap konten menjadi indikator bahwa pendekatan visual yang dikombinasikan dengan penyampaian pesan yang jelas dan konsisten dapat memperkuat pemahaman serta perilaku keuangan yang bijak. Pengelolaan konten yang terstruktur dan disesuaikan dengan karakteristik audiens seperti Gen Z memiliki potensi besar dalam mendukung misi literasi keuangan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, K. W. (2024). Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa. *Daiwi Widya*, 10(3), 133-142.
- Malik, N. J. (2022). *Crazy Rich'Generasi Milenial*. CNN Indonesia.
- OJK. 2022. Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *OJK*.
- Perkasa, D. H., Purwanto, S., Ariani, M., Vitriani, N., & Parashakti, R. D. (2024). Literasi Keuangan Untuk Siswa SMKN 16 Jakarta Pusat. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 109-116.
- Ramadhani, A. R., Fauzi, M. A., Abdullah, M. M., Maesaroh, S. S., & Herdiana, O. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Keterlibatan Pelanggan (Survei pada Pengguna Halodoc di Indonesia). *Jurnal Teknologi Terpadu*, 9(1), 65-69.
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2022). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2).
- Santana, S. (2024). *Evaluasi dan Rekomendasi Konten Instagram Sebagai Alat Pemasaran UMKM Kripjungan* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Sugiyono. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Widyanto, G. W. (2022). Pemanfaatan Media Baru sebagai Sarana Penyebaran Informasi di Instansi Pemerintah (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi TikTok pada Direktorat Jenderal Imigrasi). *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 8(1).
- Wijayanti A. 2021. Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*. 2(1):26–39.doi:10.36256/ijtl.v2i1.138.
- Yasa, I. W. A. P., Putra, R. W., Kurniawan, H., Ruslan, A., Muhdaliha, B., Suryani, R. I., ... & Judijanto, L. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yu J, Hong WCH, Egger R. 2024 Apr 1. *The Art of Post Captions: Readability and User Engagement on Social Media*. *J Travel Res.*doi:10.1177/00472875241228822.