

**PERAN GENERASI MUDA DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL  
UNTUK MENARIK MINAT INVESTASI DI KALANGAN MASYARAKAT**

**Zahra Aulianur<sup>1</sup>, Arsela Putri<sup>2</sup>, Umi Kulsum<sup>3</sup>**

Universitas Pelita Bangsa

Email : [zahra.aulianur.w@gmail.com](mailto:zahra.aulianur.w@gmail.com)

***Abstract***

*This study examines the role of young people in leveraging social media to foster investment interest among the community in Cikarang. Employing a quantitative approach, the research utilizes survey questionnaires distributed online to residents of Cikarang. The collected data is analyzed through simple linear regression using SPSS software. The research explores how young individuals are using social media to disseminate information, enhance financial literacy, and influence the inclination to invest. The validity and reliability of the questionnaire are assessed to ensure data quality. This research contributes insights into the strategic role of young people in advancing financial inclusion through social media utilization.*

***Keywords:*** *Social Media, Young Generation, Investment Interest*

**Pendahuluan**

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan signifikan yang ditandai dengan adanya kemajuan pada media sosial. Kebutuhan dasar manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi mendorong perkembangan media sosial yang dimulai dengan penemuan *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET) pada akhir 1960-an oleh Departemen Pertahanan AS sebagai fondasi bagi perkembangan internet (Saroji et al., 2021). Sejak saat itu, media sosial telah mengalami berbagai transformasi dari jaringan sederhana menjadi sarana yang efektif untuk memengaruhi opini publik, membentuk perilaku sosial, dan mendorong partisipasi dalam berbagai sektor. Menurut (We Are Social, 2024) penggunaan media sosial secara global terus meningkat sehingga mencapai 5,04

miliar di tahun 2024. Hal ini menunjukkan signifikansi media sosial dalam era modern.

(Erwin et al., 2024) menyatakan bahwa mayoritas pengguna media sosial berusia antara 18-34 tahun. Sebagai pengguna utama media sosial, generasi muda memegang peranan krusial dalam memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan partisipasi sekaligus menarik minat investasi di kalangan masyarakat. Investasi sendiri merupakan penempatan modal jangka panjang untuk meningkatkan kekayaan di masa depan melalui perolehan aset dengan tujuan memperoleh hasil yang menguntungkan. Di Indonesia terdapat beberapa jenis investasi yang sering diminati, yakni saham, emas, reksadana, dan deposito (Firdaus & Djuanda, 2024). Informasi mengenai investasi ini banyak ditemukan dan menjadi topik diskusi di berbagai platform. Melihat pentingnya media sosial dan peran besar generasi muda sebagai pengguna utamanya, teknologi ini telah menjadi sumber informasi yang berpengaruh. Menurut data (PT Kustodian Sentral Efek India, 2024) sekitar 54,8% keputusan investasi dipengaruhi oleh media sosial. Pemanfaatan media sosial secara cerdas dan kritis mendorong generasi muda meningkatkan pengetahuan untuk membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan menguntungkan. Pada akhirnya hal ini tidak hanya berguna bagi generasi muda namun juga dapat mendorong masyarakat untuk berinvestasi serta memberikan dampak positif secara keseluruhan.

Mayoritas masyarakat belum sepenuhnya memahami pentingnya berinvestasi dan cenderung hanya fokus pada kehidupan saat ini, tanpa menyadari bahwa investasi sangat diperlukan untuk mengantisipasi adanya inflasi di masa yang akan datang. Minat investasi masyarakat Indonesia juga masih tergolong rendah karena berbagai stigma negatif yang ada. Mulai dari sulitnya mekanisme berinvestasi, perlunya modal yang besar, serta pengetahuan khusus membuat masyarakat semakin enggan untuk mencoba berinvestasi (Gumelar & Sutanto, 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh generasi muda berperan penting dalam menyediakan akses informasi yang mudah dan edukatif, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berinvestasi dan mengatasi berbagai stigma negatif yang ada.

Melalui peran generasi muda dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, masyarakat dapat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai berbagai opsi investasi, termasuk risiko dan potensi keuntungannya. Media sosial juga menjadi sarana bagi generasi muda untuk membuka ruang interaksi antara investor dan pakar keuangan melalui forum dan diskusi. Interaksi ini membentuk komunitas investor yang saling mendukung dalam hal berbagi pengalaman, strategi, serta berbagai tips yang berguna. Hal ini dapat membantu masyarakat memahami investasi lebih baik seperti membangun rasa percaya diri, serta mengurangi rasa takut dan keraguan yang sering menjadi penghambat untuk berinvestasi. Selain itu media sosial berperan dalam menciptakan transparansi dalam investasi. Seperti perusahaan yang memanfaatkan platform media sosial untuk menyajikan kinerja real-time, laporan keuangan, dan strategi bisnis yang pada akhirnya membangun kepercayaan investor. Kepercayaan ini sangat penting untuk membina hubungan jangka panjang antara investor dan perusahaan, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk berinvestasi.

Melihat besarnya potensi media sosial dan peran strategis generasi muda dalam memajukan minat investasi di masyarakat, maka penting untuk dilakukan kajian lebih mendalam mengenai bagaimana generasi muda dapat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran generasi muda dalam memanfaatkan media sosial untuk menarik minat investasi di kalangan masyarakat serta mengidentifikasi strategi yang efektif. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan literasi keuangan, mendorong inklusi investasi, dan mewujudkan kesejahteraan *financial* yang berkelanjutan bagi masyarakat Indonesia.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara peran generasi muda dalam pemanfaatan media sosial dan minat investasi di kalangan masyarakat Cikarang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di wilayah Cikarang. Data primer dikumpulkan melalui survei kuesioner yang terdiri dari 20 pertanyaan. Kuesioner ini didistribusikan

secara daring kepada responden menggunakan platform Google Formulir. Dalam penelitian ini, minat investasi bertindak sebagai variabel dependen, sementara peran generasi muda dalam pemanfaatan media sosial sebagai variabel independen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linear sederhana dan memakai perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) untuk menguji hipotesis penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Persentase</b>
Jenis Kelamin	1. Laki - Laki	46,2%
	2. Perempuan	53,8%
Umur	1. 18 - 25 Tahun	92,3%
	2. 26 - 30 Tahun	3,8%
	3. 31 - 35 Tahun	0,0%
	4. 36 - 40 Tahun	3,8%
Pekerjaan	1. Pelajar / Mahasiswa	73,1%
	2. Karyawan Swasta	26,9%
	3. PNS	0,0%
	4. Wiraswasta	0,0%
Jenis Investasi	1. Emas	26,9%
	2. Saham	53,8%
	3. Obligasi	3,8%
	4. Reksa dana	0,0%
	5. Cryptocurrency	15,4%

Sumber : Data diolah, 2025

## Uji Kualitas Data

### Uji Validitas

Uji validitas adalah proses penting untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, seperti kuesioner, dapat dipercaya. Dalam hal ini, validitas mengacu pada sejauh mana pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dapat secara akurat menggambarkan dan mengukur konsep atau variabel yang ingin diteliti.

Tabel 2 Uji Validitas

Variable	Pearson Correlation	sig. (2 - tailed)	Keterangan
<b>Pemanfaatan Media Sosial (X1)</b>			
Pernyataan 1	0,785	0,000	Valid
Pernyataan 2	0,636	0,001	Valid
Pernyataan 3	0,869	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,867	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,723	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,671	0,000	Valid
Pernyataan 7	0,911	0,000	Valid
Pernyataan 8	0,759	0,000	Valid
Pernyataan 9	0,722	0,000	Valid
Pernyataan 10	0,752	0,000	Valid
<b>Minat Investasi (Y)</b>			
Pernyataan 1	0,555	0,004	Valid
Pernyataan 2	0,587	0,002	Valid
Pernyataan 3	0,732	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,800	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,783	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,840	0,000	Valid
Pernyataan 7	0,819	0,000	Valid
Pernyataan 8	0,794	0,000	Valid
Pernyataan 9	0,845	0,000	Valid
Pernyataan 10	0,655	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Sesuai dengan hasil uji validitas yang ditunjukkan dalam tabel 2, nilai signifikansi untuk setiap pernyataan yang berkaitan dengan variabel memiliki skor signifikansi di bawah 0,05, yang menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berkaitan dengan variabel tersebut valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial	0,910	> 0.6	Reliable
Minat Investasi	0,921	> 0.6	Reliable

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap variabel mempunyai Cronbach's Alpha diatas 0,6 yang merupakan batas minimal untuk reliabilitas yang dapat diterima. Dengan demikian, disimpulkan bahwa semua variabel memenuhi syarat reliabilitas, yang menunjukkan instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut stabil dan dapat diandalkan.

### Uji Regresi Linear Sederhana

#### Uji F

**Tabel 4 ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455,804	1	455,804	26,530	,000 <sup>b</sup>
	Residual	395,156	23	17,181		
	Total	850,960	24			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 4 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara peran generasi muda dalam pemanfaatan media sosial dan minat investasi.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 5 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,732 <sup>a</sup>	,536	,515	4,145

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial

Sumber : Data diolah, 2025

Dari Tabel 5, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,515, yang berarti peran generasi muda dalam pemanfaatan media sosial berkontribusi sebesar 51,5% terhadap variasi minat investasi. Faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini menyumbang 48,5% dari variasi tersebut

## Uji T

Tabel 6 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,939	5,903		1,853	,077
1 Pemanfaatan Media Sosial	,696	,135	,732	5,151	,000

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficients* di peroleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ . Ini membuktikan bahwa peran generasi muda dalam pemanfaatan media sosial (X) memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap minat investasi (Y). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Apriliansi & Murtanto, 2023) yang menyatakan bahwa teknologi media sosial memiliki pengaruh terhadap minat investasi.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peran generasi muda dalam memanfaatkan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi di kalangan masyarakat. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai Adjusted R Square sebesar 0,515 yang mengindikasikan bahwa peran generasi muda dalam pemanfaatan media sosial berkontribusi sebesar 51,5% terhadap variasi minat investasi. Hasil ini menegaskan pentingnya generasi muda dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi, meningkatkan literasi keuangan, dan menarik minat investasi di kalangan masyarakat. Dengan pemanfaatan yang tepat, media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk mengatasi stigma negatif, menciptakan transparansi, dan membangun komunitas investor yang saling mendukung.

## Referensi

- Apriliani, A. F., & Murtanto, M. (2023). Pengaruh pengetahuan investasi, literasi keuangan, efikasi keuangan, persepsi risiko dan teknologi media sosial terhadap minat investasi. *Jurnal Investasi*, 9(3), 133–142.
- Erwin, E., Judijanto, L., Yuliasih, M., Nugroho, M. A., Amien, N. N., & Mauliansyah, F. (2024). *Social Media Marketing Trends*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firdaus, R., & Djuanda, G. (2024). Risiko Investasi Pada Tiga Jenis Investasi Yang Populer Di Indonesia (Saham, Reksadana, Dan Obligasi) Metode Value At Risk. *Penerbit Tahta Media*.
- Gumelar, R. A., & Sutanto, V. (2024). MENYIKAPI STIGMA NEGATIF MASYARAKAT TERHADAP DUNIA INVESTASI DAN INSTRUMEN KEUANGAN. *Prosiding Caption*, 3, 139–148.
- PT Kustodian Sentral Efek India. (2024, December). *Statistik Pasar Modal Indonesia*.  
[https://www.ksei.co.id/files/statistik\\_publik\\_desember\\_2024\\_v3.pdf](https://www.ksei.co.id/files/statistik_publik_desember_2024_v3.pdf).
- Saraji, A., Harmini, T., & Taqiyuddin, M. (2021). Sejarah evolusi generasi internet. *Lani: Jurnal Kajian Ilmu Sejarah Dan Budaya*, 2(2), 65–75.
- We Are Social. (2024). *DIGITAL 2024 GLOBAL OVERVIEW REPORT*.  
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>.