

MONEY DYSMORPHIA: TANTANGAN PSIKOLOGIS DAN STRATEGI REKONSTRUKSI MINDSET INVESTASI BAGI MAHASISWA DI ERA DIGITAL

Aurellia Michelle Massie, Stephanie, dan Priskila Bernita Rottie

Universitas Sam Ratulangi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen

Email: aurelliamichelle07@gmail.com

Universitas Sam Ratulangi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen

Email: stephaniephg12@gmail.com

Universitas Sam Ratulangi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen

Email: priskilabr@unsrat.ac.id

Abstract

The digital era has provided unprecedented financial accessibility for Indonesian students, yet simultaneously spawned a novel psychological phenomenon known as money dysmorphia, a distorted perception of one's financial condition shaped by digital environmental pressures. This artikel examines how the social media ecosystem constructs social comparison mechanisms that ultimately distort students' financial perceptions and impede the formation of healthy investment behaviors. Employing a behavioral finance and Social Comparison Theory approach, the artikel analyzes two destructive behavioral patterns engendered by money dysmorphia: investment paralysis and excessive speculative behavior. Conceptual findings indicate that the core problem lies not in limited access or capital, but in perceptual distortions that obstruct rational financial decision-making. As a response, this artikel introduces the RESET framework (Realize, Evaluate, Shift Mindset, Educate, Take Action) as a comprehensive model for transforming students' investment mindset. The framework's implications are expected to serve as a foundation for developing more contextually grounded, psychology-based financial literacy programs for students in the digital age.

Keywords: *money dysmorphia, social comparison, behavioral finance, investment mindset, RESET framework*

Pendahuluan

Mahasiswa di era digital semakin mudah mengakses informasi keuangan, tetapi semakin sulit memahami kondisi keuangannya sendiri. Kemudahan yang seharusnya mendorong rasionalitas justru sering berujung pada tekanan sosial, ekspektasi semu, dan keputusan finansial yang tidak matang. Fenomena ini menjadi semakin krusial ketika dikaitkan dengan pertumbuhan investor muda di Indonesia. Data menunjukkan

bahwa lebih dari 60 persen investor pasar modal berasal dari generasi muda berusia di bawah 30 tahun (KSEI, 2024). Di sisi lain, tingkat inklusi keuangan telah meningkat secara signifikan, namun tidak sepenuhnya diiringi oleh peningkatan literasi keuangan, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara akses dan pemahaman dalam pengelolaan keuangan.

Kondisi tersebut memunculkan paradoks baru: mahasiswa dapat berinvestasi hanya dengan Rp10.000, namun kemudahan ini tidak mendorong pertumbuhan investor aktif secara signifikan. Permasalahan yang muncul bukan lagi terletak pada keterbatasan modal, melainkan pada hambatan mental dan persepsi. Fenomena *money dysmorphia* berperan besar di sini, di mana mahasiswa merasa modal kecil yang dimilikinya tidak cukup berarti karena terus dibandingkan dengan standar semu yang terbentuk di media sosial. Perkembangan media sosial mempercepat penyebaran informasi finansial, tetapi tidak selalu diiringi kualitas edukasi yang memadai. Banyak konten menampilkan keberhasilan investasi dalam waktu singkat tanpa menjelaskan risikonya, menciptakan standar finansial yang tidak realistis. Mahasiswa yang kondisi finansialnya sesungguhnya cukup sehat pun tetap dapat merasa gagal atau tertinggal secara ekonomi, yang mencerminkan adanya gangguan persepsi terhadap kondisi keuangan pribadi.

Berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, indeks inklusi keuangan di Indonesia meningkat, namun perilaku keuangan masyarakat masih menunjukkan kecenderungan impulsif (OJK, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan akses belum diimbangi kematangan pengambilan keputusan finansial. Permasalahan utama bukan sekadar pada besarnya pengaruh yang diterima, tetapi pada akar penyebab mengapa pengaruh tersebut dapat membentuk perilaku yang tidak rasional. Meskipun berbagai penelitian telah membahas literasi keuangan dan perilaku investasi, sebagian besar masih berfokus pada aspek kognitif. Penelitian yang mengkaji distorsi persepsi terhadap uang dalam konteks digital, khususnya pada mahasiswa, masih relatif terbatas (Xiao & Porto, 2017; Philipas & Avdoulas, 2020). Oleh karena itu, artikel ini bertujuan mengkaji *money dysmorphia* sebagai faktor kunci dalam perilaku investasi mahasiswa serta menawarkan pendekatan

rekonstruksi mindset yang komprehensif, tidak hanya dari sisi pengetahuan, tetapi juga dari sisi psikologis dan persepsi individu.

Tinjauan Pustaka

Kajian terhadap *money dysmorphia* memerlukan landasan teoritis dari beberapa disiplin yang saling melengkapi, yaitu psikologi sosial, psikologi kognitif, dan *behavioral finance*, guna menjelaskan bagaimana persepsi, emosi, dan tekanan lingkungan sosial membentuk perilaku finansial individu. *Social Comparison Theory* yang dikemukakan oleh Festinger (1954) menjadi pijakan teoritis paling relevan. Teori ini menjelaskan bahwa individu secara alami mengevaluasi kondisinya dengan membandingkan diri terhadap orang lain. Dalam konteks finansial, perbandingan ini menjadi problematik ketika referensi yang digunakan bukan kondisi nyata, melainkan gambaran yang dikonstruksi secara selektif di media sosial. Vogel et al. (2014) mempertegas bahwa paparan intensif terhadap konten media sosial mendorong *upward social comparison* yang berkorelasi dengan penurunan kesejahteraan psikologis dan kepuasan diri.

Dalam ranah *behavioral finance*, Kahneman dan Tversky (1979) melalui *Prospect Theory* menjelaskan bahwa individu tidak selalu mengambil keputusan finansial secara rasional, melainkan dipengaruhi oleh bias kognitif dan emosi. Ariely (2008) memperluas pemahaman ini dengan menunjukkan bahwa ketidakrasionalan manusia dalam pengambilan keputusan ekonomi bersifat sistematis dan dapat diprediksi, bukan sekadar anomali sesaat. Statman (2017) menegaskan bahwa investor nyata dipengaruhi oleh emosi dan norma sosial, bukan semata oleh kalkulasi rasional sebagaimana diasumsikan teori keuangan klasik. Lusardi dan Mitchell (2014) menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan prediktor kuat bagi keputusan finansial yang sehat, namun tidak mampu sepenuhnya menjelaskan variasi perilaku investasi karena terdapat faktor psikologis yang turut berperan. Xiao dan Porto (2017) menemukan fenomena *overconfidence* dalam literasi keuangan, di mana individu yang merasa berpengetahuan justru lebih jarang mencari saran profesional dan lebih rentan terhadap keputusan spekulatif.

Philippas dan Avdoulas (2020) menemukan bahwa kesejahteraan finansial mahasiswa Generasi Z tidak semata ditentukan literasi keuangan, tetapi juga oleh kepercayaan diri finansial. Fardouly dan Vartanian (2015) menunjukkan bahwa mekanisme perbandingan diri yang destruktif akibat paparan konten idealisasi di media sosial berlaku tidak hanya pada persepsi fisik, tetapi juga pada persepsi finansial. Przybylski et al. (2013) menambahkan dimensi penting melalui konsep *fear of missing out* (FOMO), yaitu kekhawatiran bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih memuaskan, yang terbukti berkorelasi kuat dengan penggunaan media sosial yang berlebihan dan perasaan tidak puas terhadap kondisi diri sendiri. Baumeister dan Vohs (2004) menunjukkan bahwa melemahnya *self-regulation* akibat stimulasi digital berlebihan menjelaskan kecenderungan impulsivitas dalam keputusan investasi mahasiswa. Sementara itu, Bandura (1997) melalui konsep *self-efficacy* memberikan perspektif komplementer, yaitu bahwa keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri merupakan penentu utama apakah pengetahuan yang dimiliki akan diterjemahkan menjadi tindakan nyata.

Secara keseluruhan, tinjauan pustaka ini menunjukkan bahwa *money dysmorphia* merupakan produk interaksi kompleks antara tekanan sosial digital, bias kognitif bawaan, FOMO, dan keterbatasan *self-regulation*, yang menjadi dasar bagi pengembangan solusi yang komprehensif.

Permasalahan

Permasalahan dalam artikel ini berangkat dari sebuah kontradiksi yaitu kemudahan akses investasi di era digital tidak otomatis menciptakan investor mahasiswa yang berkualitas. Aksesibilitas yang meningkat justru berinteraksi dengan ekosistem media sosial sehingga memunculkan distorsi persepsi finansial yang disebut *money dysmorphia*.

Money dysmorphia pada mahasiswa merupakan kondisi di mana individu mengalami persepsi yang tidak akurat terhadap kondisi finansialnya sendiri, baik berupa perasaan tidak cukup kaya meskipun kondisi finansialnya relatif sehat, maupun persepsi bahwa berinvestasi dalam jumlah kecil adalah tindakan yang tidak bermakna. Kondisi ini bukan sekadar rendahnya literasi keuangan, melainkan gangguan pada

lapisan persepsi yang lebih dalam yang membentuk cara seseorang memaknai uang dan keberhasilan finansial.

Terdapat tiga permasalahan inti yang diidentifikasi. Pertama, ekosistem media sosial secara sistematis mengonstruksi standar finansial tidak realistis yang mendorong *upward social comparison* berkelanjutan. Kedua, proses perbandingan sosial ini menghasilkan distorsi persepsi yang bermanifestasi dalam dua pola perilaku destruktif yaitu *investment paralysis* dan perilaku spekulatif berlebihan. Ketiga, pendekatan literasi keuangan yang ada belum mampu menjangkau akar permasalahan yang bersifat psikologis dan perseptual ini.

Artikel ini menawarkan pendekatan pemecahan masalah yang bergerak dari tataran diagnosis hingga intervensi. Pada tataran diagnosis, artikel ini membangun kerangka konseptual yang menjelaskan rantai kausalitas dari media sosial, social comparison, *money dysmorphia*, hingga perilaku investasi yang disfungsional.

Pada tataran intervensi, artikel ini mengusulkan framework RESET (*Realize, Evaluate, Shift Mindset, Educate, Take Action*) sebagai model transformasi mindset investasi yang menyeluruh. Framework ini tidak hanya menyentuh dimensi kognitif, tetapi juga dimensi perseptual dan psikologis yang selama ini luput dari perhatian program literasi keuangan. Pendekatan ini menempatkan rekonstruksi persepsi sebagai syarat utama sebelum edukasi finansial dapat berdampak secara optimal.

Hasil dan Pembahasan

Ekosistem Media Sosial sebagai Konstrutor Standar Finansial Semu

Media sosial telah bertransformasi dari sekadar *platform* komunikasi menjadi ruang pembentukan identitas dan status sosial yang kompleks. *Platform* seperti *Instagram, TikTok, dan YouTube* menjadi panggung di mana narasi kesuksesan finansial dikonstruksi dan dikonsumsi secara masif oleh mahasiswa. Yang membedakan konstruksi standar finansial di media sosial dari referensi sosial tradisional adalah sifatnya yang asimetris dan terseleksi. Sering kali, konten finansial yang viral hanya mengekspos keberhasilan dan kepemilikan aset, tanpa memperlihatkan realita kegagalan serta beban liabilitas yang menyertainya. Fenomena ini menghasilkan *highlight reel fallacy* dalam domain finansial, di mana mahasiswa

membandingkan kondisi riil mereka dengan cuplikan terbaik kehidupan finansial orang lain yang dikurasi secara strategis.

Menurut Festinger (1954), dorongan *social comparison* merupakan kebutuhan psikologis yang melekat dalam diri manusia. Dalam ekosistem media sosial, mekanisme algoritma secara aktif mengamplifikasi konten aspirasional yang membangkitkan perasaan kekurangan. Fenomena ini diperparah oleh FOMO (*fear of missing out*), yaitu kekhawatiran bahwa orang lain sedang menikmati peluang finansial yang lebih baik, yang mendorong mahasiswa untuk terus memantau konten finansial di media sosial secara kompulsif (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks Indonesia, maraknya konten financial influencer menyebarkan narasi keuntungan besar secara cepat, sementara narasi manajemen risiko dan proses investasi jangka panjang jarang mendapat perhatian sebanding. Ketidakeimbangan informasi ini secara struktural membentuk persepsi finansial yang bias pada mahasiswa.

Mekanisme Social Comparison dan Pembentukan Money Dysmorphia

Proses dari paparan konten media sosial hingga terbentuknya *money dysmorphia* berlangsung melalui tiga tahap mekanisme psikologis. Pertama, paparan berulang terhadap konten finansial berstandar tinggi mengaktifkan *upward social comparison*. Pada awalnya bersifat motivasional, namun ketika terjadi terus-menerus dengan referensi yang tidak realistis, efeknya berbalik menjadi destruktif (Vogel et al., 2014). Tahap kedua adalah terbentuknya standar semu dalam persepsi mahasiswa. Paparan berulang terhadap konten portofolio besar atau keuntungan jangka pendek yang spektakuler mendorong mahasiswa menjadikan gambaran tersebut sebagai tolok ukur normal dalam kondisi finansial. Dalam kerangka *Prospect Theory*, Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan bahwa persepsi individu sangat dipengaruhi oleh *reference point*. Ketika tolok ukur tersebut tidak realistis, kondisi keuangan yang sebenarnya memadai tetap dapat dipersepsikan sebagai kekurangan. Tahap ketiga adalah munculnya distorsi persepsi yang menetap, yang dikenal sebagai *money dysmorphia*. Pada tahap ini, individu tidak lagi mampu menilai kondisi keuangannya secara objektif dan mulai mengalami kecemasan finansial yang tidak proporsional. Penting untuk dipahami bahwa *money dysmorphia* tidak sama dengan rendahnya

literasi keuangan. Seseorang dapat memahami konsep seperti diversifikasi, *compound interest*, dan manajemen risiko, namun tetap mengalaminya karena persepsi yang telah dipengaruhi oleh tekanan sosial di ruang digital. Kondisi ini menjelaskan mengapa program literasi keuangan konvensional seringkali belum mampu mengubah perilaku investasi mahasiswa secara signifikan.

Dua Pola Perilaku Destruktif: Antara Paralisis dan Spekulasi

Money dysmorphia memanifestasikan diri dalam dua pola perilaku investasi yang berlawanan namun sama-sama destruktif, keduanya berakar dari akar psikologis yang sama meski ekspresinya berbeda. Pola pertama adalah *investment paralysis*, kondisi di mana mahasiswa memiliki kemampuan dan akses untuk berinvestasi namun tidak melakukannya karena persepsi bahwa modalnya belum cukup. Paralisis ini tidak dipicu keterbatasan objektif, melainkan oleh perbandingan sosial yang mendistorsi persepsi tentang modal minimum yang layak. Mahasiswa yang mampu berinvestasi dengan Rp100.000 tidak melakukannya karena merasa jumlah itu tidak sebanding dengan portofolio besar di media sosial. Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan kecenderungan ini melalui konsep status quo bias, yaitu dorongan untuk tidak bertindak ketika kondisi yang ada terasa tidak sesuai dengan ekspektasi yang telah terinternalisasi.

Pola kedua adalah perilaku spekulatif berlebihan. Kelompok ini bereaksi terhadap perasaan tertinggal dengan mengambil risiko yang tidak proporsional, tergiur oleh aset kripto atau saham berharga rendah dengan volatilitas tinggi yang menjanjikan imbal hasil besar dalam waktu singkat. Ariely (2008) menjelaskan bahwa manusia dalam kondisi tertekan secara sosial cenderung membuat keputusan ekonomi yang tidak rasional secara sistematis, termasuk mengabaikan probabilitas kerugian demi mengejar keuntungan yang tampak menjanjikan secara sosial. Bagi kelompok *investment paralysis*, waktu sebagai modal terbesar investasi jangka panjang terbuang sia-sia. Bagi kelompok spekulatif, risiko kehilangan modal yang seharusnya dapat diproduktifkan menjadi sangat tinggi.

Kerangka Konseptual: Rantai Kausal *Money Dysmorphia*

Berdasarkan analisis di atas, dapat dirumuskan kerangka konseptual yang menempatkan persepsi sebagai variabel mediasi utama antara akses finansial dan perilaku investasi nyata. Rantai kausal dimulai dari paparan media sosial yang intensif, mengaktifkan *upward social comparison* dan FOMO, menghasilkan internalisasi standar finansial semu, mendistorsi persepsi finansial pribadi sehingga terbentuk *money dysmorphia*, yang akhirnya melemahkan *self-regulation* dan memunculkan *investment paralysis* atau perilaku spekulatif. Inti dari kerangka ini adalah bahwa literasi keuangan bekerja pada aspek pengetahuan, sedangkan *money dysmorphia* berkaitan dengan cara individu memandang dan merasakan kondisi keuangannya. Karena berada pada dimensi yang berbeda, peningkatan literasi tidak secara otomatis memperbaiki perilaku investasi ketika distorsi persepsi sudah terbentuk. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga mampu menyentuh aspek persepsi dan psikologis secara langsung.

Framework RESET: Model Transformasi *Mindset* Investasi Mahasiswa

Sebagai respons terhadap permasalahan yang telah dianalisis, artikel ini mengusulkan framework RESET (*Realize, Evaluate, Shift Mindset, Educate, Take Action*) sebagai model transformasi *mindset* investasi yang komprehensif dan bertahap R - Realize (Menyadari)

Tahap pertama menumbuhkan kesadaran bahwa distorsi persepsi finansial merupakan masalah nyata. Mahasiswa diajak mengakui keberadaan *money dysmorphia* dalam dirinya, mengidentifikasi sumber perbandingan sosial yang mendistorsi persepsinya, dan mempertanyakan validitas standar finansial yang selama ini digunakannya sebagai referensi. Proses ini sejalan dengan pendekatan *metacognition* dalam psikologi kognitif, di mana kesadaran terhadap proses berpikir sendiri merupakan prasyarat untuk mengubahnya (Baumeister & Vohs, 2004). Tanpa tahap ini, semua intervensi selanjutnya akan menemui resistensi yang besar.

E - Evaluate (Mengevaluasi)

Tahap kedua berfokus pada evaluasi kondisi finansial secara jujur dan objektif, dengan menekankan data dibandingkan persepsi. Mahasiswa diajak melakukan

financial self-audit yang mencakup pemasukan, pengeluaran, aset, serta potensi investasi yang dimiliki. Proses ini menekankan perbandingan dengan kondisi diri di masa lalu dan target finansial pribadi yang terukur, bukan dengan standar eksternal yang tidak jelas. Xiao dan Porto (2017) menegaskan bahwa akurasi dalam menilai kondisi keuangan menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan finansial. Pada tahap ini, mahasiswa juga mulai mengenali bias kognitif yang memengaruhi persepsinya, seperti *loss aversion* dan pola ketidakrasionalan yang bersifat sistematis sebagaimana dijelaskan oleh Ariely (2008).

S - Shift Mindset (Menggeser Paradigma)

Tahap ketiga merupakan inti dari framework RESET, yaitu perubahan pola pikir dari berbasis perbandingan menjadi berbasis pertumbuhan. Pada pola pikir berbasis perbandingan, nilai investasi diukur dari standar sosial di luar diri. Sebaliknya, pada pola pikir berbasis pertumbuhan, nilai investasi ditentukan oleh perkembangan pribadi dan pencapaian tujuan finansial masing-masing individu. Pergeseran ini menekankan bahwa berapapun modal yang diinvestasikan sejak awal tetap memiliki nilai, karena waktu menjadi faktor utama dalam pertumbuhan investasi jangka panjang. Statman (2017) menegaskan bahwa keberhasilan investor lebih ditentukan oleh kemampuannya mendefinisikan tujuan finansial secara personal, bukan berdasarkan perbandingan dengan orang lain.

E - Educate (Menedukasi)

Tahap keempat memposisikan edukasi keuangan setelah rekonstruksi persepsi, bukan sebelumnya. Pengetahuan finansial hanya dapat diserap dan diaplikasikan secara optimal ketika distorsi persepsi yang mendasarinya telah diatasi. Edukasi yang dimaksud bersifat kontekstual, mencakup pemahaman instrumen investasi sesuai profil risiko mahasiswa, strategi jangka panjang berbasis *compound interest*, serta kemampuan mengevaluasi informasi finansial secara kritis termasuk dari media sosial.

Aspek yang membedakan tahap ini dari edukasi konvensional terletak pada sumber materinya. Lusardi dan Mitchell (2014) menegaskan bahwa efektivitas edukasi keuangan meningkat signifikan ketika disampaikan secara kontekstual dan relevan. Berdasarkan prinsip ini, materi edukasi dalam framework RESET seharusnya

menggunakan studi kasus anonim dari mahasiswa sebaya yang mencerminkan kondisi finansial realistis, bukan figur influencer yang kondisinya tidak terjangkau. Narasi autentik seperti kisah mahasiswa yang membangun portofolio dari Rp50.000 per bulan secara konsisten jauh lebih efektif dalam menormalisasi *entry point* investasi kecil sekaligus membantu mahasiswa membentuk kembali tolok ukur finansial yang lebih realistis dan dapat dicapai.

T - Take Action (Bertindak)

Tahap kelima mendorong tindakan investasi nyata yang terencana, dimulai dari langkah kecil namun konsisten. Konsistensi dan kesinambungan jauh lebih penting dari besaran modal awal. Bandura (1997) melalui konsep *self-efficacy* menunjukkan bahwa keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri merupakan penentu utama apakah pengetahuan akan diterjemahkan menjadi tindakan nyata. Oleh karena itu, tindakan investasi awal yang berhasil, sekecil apapun nominalnya, memiliki dampak psikologis yang signifikan dalam membangun *self-efficacy* finansial dan secara progresif mengurangi *investment paralysis*. Thaler dan Sunstein (2008) dalam konsep nudge melengkapi hal ini dengan menunjukkan bahwa perancangan lingkungan yang mendorong perilaku finansial positif, seperti sistem investasi otomatis berbasis persentase kecil dari penghasilan, efektif mengatasi prokrastinasi dan paralisis keputusan.

Implikasi Penerapan Framework RESET bagi Mahasiswa

Framework RESET memiliki implikasi pada beberapa level. Pada level individu, framework ini memberikan panduan yang jelas bagi mahasiswa untuk keluar dari money dysmorphia melalui tahapan yang terstruktur. Pada level institusi, perguruan tinggi dapat menggunakannya sebagai dasar pengembangan program literasi keuangan yang lebih menyeluruh, melalui kolaborasi antara bidang ekonomi dan layanan psikologi kampus. Sementara itu, pada level ekosistem, OJK dan lembaga terkait dapat mulai memasukkan aspek psikologis dalam program edukasi keuangan, sehingga peningkatan inklusi diikuti oleh kualitas partisipasi investasi yang lebih baik.

Keberhasilan framework RESET tidak hanya dilihat dari peningkatan pengetahuan, tetapi juga dari perubahan persepsi dan perilaku. Oleh karena itu,

diperlukan evaluasi bertahap, dimulai dari pengukuran awal untuk melihat kondisi psikologi finansial mahasiswa, dilanjutkan dengan pengukuran setelah program berjalan, dan diakhiri dengan evaluasi perilaku nyata. Indikator yang dapat digunakan antara lain jumlah mahasiswa yang mulai berinvestasi serta konsistensi dalam berinvestasi secara berkala. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi yang lebih adaptif dan berbasis data.

Simpulan

Artikel ini telah mengidentifikasi *money dysmorphia* sebagai tantangan psikologis yang mendasar dalam perilaku investasi mahasiswa di era digital. Berbeda dari permasalahan literasi keuangan konvensional, *money dysmorphia* beroperasi pada lapisan persepsi yang lebih dalam, yaitu distorsi dalam cara individu menilai kondisi finansialnya sendiri akibat tekanan lingkungan digital. Analisis konseptual menunjukkan bahwa ekosistem media sosial secara sistematis mengonstruksi standar finansial semu melalui mekanisme *upward social comparison* dan FOMO yang persisten. Distorsi persepsi yang dihasilkan menjadi akar dari dua pola perilaku investasi destruktif, yaitu *investment paralysis* dan perilaku spekulatif berlebihan, yang keduanya menghambat terbentuknya perilaku investasi yang sehat dan berkelanjutan. Temuan kunci artikel ini menegaskan bahwa permasalahan mendasar bukanlah keterbatasan akses atau modal, melainkan distorsi persepsi yang menghambat penerjemahan pengetahuan finansial menjadi tindakan investasi yang rasional. Oleh karena itu, program literasi keuangan konvensional tidak cukup efektif bila tidak dilengkapi intervensi yang secara eksplisit menargetkan dimensi psikologis *money dysmorphia*.

Framework RESET yang diusulkan menawarkan model transformasi mindset yang komprehensif melalui lima tahapan: *Realize, Evaluate, Shift Mindset, Educate, dan Take Action*. Penempatan rekonstruksi persepsi sebelum edukasi finansial, dikombinasikan dengan penguatan *self-efficacy* melalui tindakan nyata yang bertahap dan mekanisme evaluasi berbasis *pre-test* dan *post-test* psikologi finansial, merupakan kontribusi konseptual utama yang membedakannya dari pendekatan konvensional. Pada akhirnya, mahasiswa yang mampu mengenali dan mengatasi *money dysmorphia*

dalam dirinya memiliki fondasi psikologis yang jauh lebih kuat untuk menjadi investor yang berkualitas secara perilaku. Inilah esensi stand out with mindset investment growing: bukan sekadar berinvestasi, melainkan berinvestasi dari tempat yang benar secara psikologis, dengan persepsi yang jernih dan mindset yang berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions*. HarperCollins.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (Eds.). (2004). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*. Guilford Press.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82-88. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>.
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2024). *Statistik pasar modal Indonesia*. PT KSEI. <https://www.ksei.co.id/publications/statistics>.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. OJK. <https://www.ojk.go.id>.
- Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2020). Financial literacy and financial well-being among generation-Z university students: Evidence from Greece. *The European Journal of Finance*, 26(4-5), 360-381. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1701512>.

- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, cognitive, affective, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Statman, M. (2017). *Finance for normal people: How investors and markets behave*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190626471.001.0001>.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-evaluation. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>.
- Xiao, J. J., & Porto, N. (2017). Financial literacy overconfidence and financial advice seeking. *Financial Services Review*, 26(1), 27-45.