

SWIPE UP JADI CUAN: TREN BELAJAR SAHAM LEWAT TIKTOK DI KALANGAN INVESTOR PEMULA TUBAN

Wahyu Nur Aprilia¹, Moh Salman Alfarisi², Syaiful Rizal Mustofa³, Maulana Syaifullah⁴, Yoga Aditya Nugraha⁵, Marsono⁶

Manajemn Ritel, Institut Teknologi dan Bisnis Tuban

Wahyunuraprilia09@gmail.com, salmanalfarizi112211@gmail.com,
mustofarizal928@gmail.com, sonykupu@gmail.com

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah paradigma pembelajaran investasi, khususnya melalui platform media sosial TikTok yang menjadi medium edukasi finansial populer di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena pembelajaran saham melalui TikTok di kalangan investor pemula di Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Fenomena "FinTok" atau financial TikTok telah menarik perhatian jutaan pengguna dengan format konten edukatif yang mudah dicerna dan engaging. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif investor pemula dalam menggunakan TikTok sebagai sumber pembelajaran investasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 20-25 informan utama, observasi partisipatif, analisis konten digital, dan focus group discussion. Analisis data menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola pembelajaran, motivasi penggunaan, implementasi pengetahuan, dan tantangan yang dihadapi. Kerangka teoretis penelitian mengintegrasikan Social Learning Theory, Technology Acceptance Model, Digital Financial Literacy Theory, dan Diffusion of Innovation Theory. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman dinamika pembelajaran investasi digital, khususnya dalam konteks lokal Indonesia, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan strategi edukasi finansial yang efektif bagi generasi digital native. Temuan penelitian akan bermanfaat bagi regulator keuangan, lembaga edukasi, platform digital, dan masyarakat dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan literasi finansial.

Kata kunci: TikTok, pembelajaran investasi, investor pemula, literasi finansial digital, media sosial, FinTok

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 886

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ABSTRACT

The digital transformation has revolutionized investment learning paradigms, particularly through social media platforms like TikTok, which has become a popular financial education medium among young generations. This research aims to analyze the phenomenon of stock learning through TikTok among novice investors in Tuban Regency, East Java. The "FinTok" or financial TikTok phenomenon has attracted millions of users with easily digestible and engaging educational content formats. This study employs a qualitative approach with a case study design to explore the subjective experiences of novice investors using TikTok as a source of investment learning. Data are collected through in-depth interviews with 20-25 key informants, participant observation, digital content analysis, and focus group discussions. Data analysis utilizes thematic analysis to identify learning patterns, usage motivations, knowledge implementation, and challenges faced. The theoretical framework integrates Social Learning Theory, Technology Acceptance Model, Digital Financial Literacy Theory, and Diffusion of Innovation Theory. This research is expected to contribute to understanding the dynamics of digital investment learning, particularly in the Indonesian local context, and provide recommendations for developing effective financial education strategies for digital natives. The research findings will benefit financial regulators, educational institutions, digital platforms, and society in optimizing technology utilization to enhance financial literacy.

Keywords: *TikTok, investment learning, novice investors, digital financial literacy, social media, FinTok*

Pendahuluan

Era digitalisasi telah mengubah paradigma pembelajaran, termasuk dalam bidang edukasi finansial dan investasi. Platform media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi medium pembelajaran alternatif yang signifikan bagi generasi milenial dan Gen Z. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dari metode pembelajaran konvensional menuju pembelajaran berbasis konten digital yang lebih interaktif dan mudah diakses.

TikTok, sebagai platform media sosial dengan format video pendek, telah memfasilitasi demokratisasi edukasi finansial dengan menjadikan pembelajaran tentang pasar saham "literally a scroll away" dari pengguna (StockBrokers.com, 2024). Platform ini memungkinkan penyebaran informasi investasi dalam format yang mudah dicerna, khususnya bagi investor pemula yang membutuhkan pemahaman dasar tentang mekanisme pasar modal.

Istilah "FinTok" atau "Stock Tok" merujuk pada konten-konten edukasi finansial di TikTok yang telah menarik jutaan pengguna. Survei menunjukkan bahwa 41% investor berusia 18-24

tahun menggunakan platform media sosial seperti Reddit, Instagram, dan TikTok untuk belajar investasi (Sprout Social, 2024). Fenomena ini menandakan transformasi fundamental dalam cara generasi muda mengakses dan memproses informasi finansial.

Di Indonesia, transformasi digital dalam sektor finansial telah mengalami akselerasi signifikan. Studi menunjukkan bahwa literasi finansial digital (Digital Financial Literacy/DFL) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengeluaran, tabungan, dan investasi pada generasi milenial Indonesia (Rahayu, 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa platform digital telah menjadi katalisator penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan investasi.

Kabupaten Tuban, sebagai salah satu daerah di Jawa Timur dengan karakteristik demografis yang heterogen, menawarkan konteks unik untuk mengkaji fenomena pembelajaran saham melalui TikTok. Penetrasi internet dan smartphone yang semakin meningkat di daerah ini memungkinkan akses yang lebih luas terhadap konten edukasi finansial digital. Pemilihan Tuban sebagai lokus penelitian didasarkan pada representativitas demografis yang mencakup berbagai latar belakang sosial-ekonomi, sehingga dapat memberikan gambaran komprehensif tentang adopsi teknologi dalam pembelajaran investasi di tingkat regional.

Meskipun fenomena pembelajaran investasi melalui TikTok telah menjadi tren global, masih terdapat gap penelitian dalam memahami dinamika spesifik di tingkat lokal, khususnya di Indonesia. Penelitian ini menjadi urgent karena: (1) meningkatnya jumlah investor retail muda di Indonesia; (2) potensi risiko misinformasi dalam konten finansial di media sosial; (3) perlunya pemahaman mendalam tentang efektivitas pembelajaran informal melalui platform digital; dan (4) kebutuhan untuk mengembangkan strategi edukasi finansial yang relevan dengan perilaku konsumsi media generasi digital native.

1. Kajian Pustaka

Teori Pembelajaran Sosial dalam Konteks Digital

Social Learning Theory (Bandura, 1977) Teori pembelajaran sosial Albert Bandura menyatakan bahwa individu belajar melalui observasi, imitasi, dan modeling dari lingkungan sosialnya. Dalam konteks digital, TikTok berfungsi sebagai lingkungan sosial virtual di mana pengguna dapat mengobservasi perilaku dan strategi investasi dari para "finfluencer" atau financial influencer. Proses pembelajaran terjadi melalui mekanisme attention (perhatian terhadap konten), retention (retensi informasi), reproduction (reproduksi perilaku), dan motivation (motivasi untuk menerapkan). Aplikasi teori ini dalam konteks TikTok menunjukkan bahwa format video pendek dengan durasi 15-60 detik memfasilitasi proses attention yang optimal, sementara algoritma platform mendukung proses retention melalui repetisi konten serupa. Para investor pemula cenderung melakukan reproduction dengan meniru strategi yang dipelajari dari konten yang dikonsumsi.

Technology Acceptance Model (TAM) - Davis (1989) Model penerimaan teknologi menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Dalam konteks pembelajaran saham melalui TikTok, dua konstruk utama TAM berperan signifikan: perceived usefulness (persepsi kegunaan) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). TikTok dinilai berguna karena menyediakan akses mudah terhadap informasi investasi yang kompleks dalam format yang sederhana dan mudah dipahami. Platform ini juga dinilai mudah digunakan dengan interface yang intuitif dan algoritma yang personal. Kedua faktor ini berkontribusi terhadap behavioral intention to use yang tinggi di kalangan investor pemula.

Teori Literasi Finansial Digital

Konsep Digital Financial Literacy Digital Financial Literacy (DFL) didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital dalam mengelola keuangan,

termasuk pemahaman tentang produk dan layanan finansial digital (Rahayu, 2022). DFL mencakup empat dimensi utama: (1) pengetahuan finansial digital, (2) keterampilan finansial digital, (3) sikap terhadap teknologi finansial, dan (4) perilaku finansial digital. Dalam konteks pembelajaran saham melalui TikTok, DFL bermanifestasi dalam kemampuan investor pemula untuk: mengakses informasi pasar modal melalui aplikasi digital, menganalisis konten investasi di media sosial, menggunakan platform trading digital, dan membuat keputusan investasi berbasis informasi digital.

Financial Behavior Theory Teori perilaku finansial menjelaskan bagaimana faktor psikologis, sosial, dan kognitif mempengaruhi keputusan finansial individu. Dalam konteks generasi Z dan milenial Indonesia, penelitian menunjukkan bahwa literasi finansial, herding behavior, risk-averse, dan risk perception memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi (ResearchGate, 2020). Media sosial seperti TikTok dapat memicu herding behavior, di mana investor pemula cenderung mengikuti trend investasi yang populer di platform tanpa analisis mendalam. Fenomena ini perlu dipahami dalam kerangka behavioral finance untuk mengidentifikasi potensi risiko dan benefit dari pembelajaran investasi melalui media sosial.

Teori Komunikasi Massa dan Media Baru

Uses and Gratifications Theory Teori Uses and Gratifications menjelaskan bagaimana dan mengapa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Dalam konteks TikTok untuk pembelajaran saham, pengguna mencari gratifikasi dalam bentuk: (1) informasi dan edukasi tentang investasi, (2) hiburan melalui konten yang engaging, (3) identitas personal sebagai investor muda yang melek teknologi, dan (4) integrasi sosial dengan komunitas investor lainnya.

Media Richness Theory Teori kekayaan media menyatakan bahwa media yang berbeda memiliki kapasitas berbeda dalam menyampaikan informasi. TikTok, dengan kombinasi visual, audio, dan teks, memiliki media richness yang tinggi untuk menyampaikan informasi kompleks tentang investasi. Format video pendek memungkinkan penyampaian konsep investasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami melalui visualisasi, analogi, dan storytelling.

Teori Adopsi Inovasi dan Difusi Teknologi

Diffusion of Innovation Theory (Rogers, 2003) Teori difusi inovasi menjelaskan bagaimana, mengapa, dan pada tingkat apa inovasi baru (dalam hal ini, pembelajaran investasi melalui TikTok) menyebar dalam sistem sosial. Proses adopsi terdiri dari lima tahap: awareness, interest, evaluation, trial, dan adoption. Dalam konteks Tuban, adopsi pembelajaran saham melalui TikTok dapat dikategorikan berdasarkan karakteristik adopter: innovators (investor muda tech-savvy), early adopters (individu dengan pengaruh sosial tinggi), early majority (pragmatis yang menunggu bukti efektivitas), late majority (skeptis yang mengadopsi setelah mayoritas), dan laggards (resistensi terhadap perubahan).

Digital Divide Theory Teori kesenjangan digital menjelaskan perbedaan akses dan kemampuan menggunakan teknologi informasi antarindividu atau kelompok. Dalam konteks pembelajaran investasi melalui TikTok di Tuban, digital divide dapat termanifestasi dalam perbedaan: akses internet, kepemilikan smartphone, kemampuan digital literacy, dan latar belakang sosial-ekonomi.

2. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretivist untuk memahami fenomena pembelajaran saham melalui TikTok dari perspektif subjektif para aktor yang terlibat. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam

terhadap pengalaman, motivasi, dan makna yang dikonstruksi oleh investor pemula dalam proses pembelajaran mereka.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus (case study) dengan fokus pada fenomena pembelajaran saham melalui TikTok di Kabupaten Tuban. Studi kasus dipilih karena memungkinkan investigasi mendalam terhadap fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, khususnya ketika batas antara fenomena dan konteks tidak jelas (Yin, 2018).

Setting Penelitian

Penelitian dilakukan di Kabupaten Tuban, Jawa Timur, dengan fokus pada komunitas investor pemula yang menggunakan TikTok sebagai sumber pembelajaran investasi. Pemilihan setting ini didasarkan pada: (1) representativitas demografis yang mencakup urban dan semi-urban area, (2) penetrasi internet yang signifikan, (3) keberadaan komunitas investor muda yang aktif, dan (4) aksesibilitas untuk pengumpulan data.

Kriteria Informan

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

- Informan Utama: Investor pemula (pengalaman investasi <2 tahun) berusia 18-35 tahun yang berdomisili di Kabupaten Tuban dan aktif menggunakan TikTok untuk belajar investasi saham (minimal 3 bulan terakhir)
- Informan Pendukung: Financial influencer atau content creator di TikTok yang fokus pada edukasi investasi, praktisi investasi senior, dan akademisi bidang **keuangan**.

Jumlah Informan

Penelitian menargetkan 20-25 informan utama dan 5-8 informan pendukung. Jumlah ini didasarkan pada prinsip saturasi data (data saturation), di mana pengumpulan data dihentikan ketika tidak ditemukan informasi baru yang signifikan.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif informan dalam menggunakan TikTok untuk pembelajaran investasi. Topik wawancara meliputi:

- Motivasi dan latar belakang penggunaan TikTok untuk belajar saham
- Jenis konten yang dikonsumsi dan preferensi content creator
- Proses pembelajaran dan internalisasi informasi
- Implementasi pengetahuan dalam keputusan investasi actual
- Tantangan dan hambatan yang dihadapi
- Persepsi terhadap kredibilitas dan akurasi informasi
- Dampak sosial dan psikologis dari aktivitas ini

Observasi Partisipatif

Observasi dilakukan terhadap aktivitas online informan di TikTok, termasuk interaksi dengan konten investasi, komentar, sharing, dan engagement pattern. Observasi juga dilakukan terhadap aktivitas offline seperti diskusi kelompok investor atau workshop investasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian berhasil mengumpulkan data dari 23 informan utama investor pemula di Kabupaten Tuban yang aktif menggunakan TikTok untuk pembelajaran saham. Karakteristik informan: usia 18-35 tahun (rata-rata 24.5 tahun), 52% laki-laki dan 48% perempuan, dengan latar belakang pendidikan SMA hingga S2. Mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa (35%) dan karyawan swasta (39%).

Kemudahan Akses dan Efisiensi Waktu

Seluruh informan (100%) menyebutkan kemudahan akses sebagai alasan utama memilih TikTok. Informan R-07 (Mahasiswa, 22 tahun) menjelaskan:

"Belajar saham di TikTok itu praktis banget. Cuma butuh 1-2 menit udah dapat ilmu, nggak perlu baca buku tebal atau ikut kursus mahal."

Platform ini memungkinkan pembelajaran di waktu luang tanpa komitmen waktu besar. Informan R-15 (Karyawan, 26 tahun) menambahkan:

"Saya bisa belajar sambil makan, di perjalanan, atau sebelum tidur. Fleksibel dan nggak mengganggu aktivitas utama."

Format Konten yang Menarik dan Mudah Dipahami

Mayoritas informan (91%) menyukai format video pendek dengan visualisasi yang jelas. Informan R-12 (Wirausaha, 29 tahun) menyatakan:

"Konten di TikTok itu simpel tapi to the point. Pakai grafik, animasi, musik yang catchy. Jadi materi yang susah kayak analisis teknikal jadi mudah dimengerti."

Format storytelling dan penggunaan bahasa sehari-hari membuat konsep investasi yang kompleks menjadi lebih accessible bagi pemula.

Pola Konsumsi dan Pembelajaran Konten FinTok

a. Jenis Konten yang Dikonsumsi

Preferensi konten informan menunjukkan variasi yang menarik:

- Tutorial dasar investasi (87%)
- Review saham spesifik (70%)
- Tips dan strategi investasi (65%)

Informan R-19 (Mahasiswa, 20 tahun) menjelaskan:

"Saya suka konten yang pakai analogi sederhana. Misalnya PE ratio dijelasin kayak perbandingan harga rumah sama kualitasnya."

b. Algoritma Personal dan Konsistensi Pembelajaran

Sebanyak 87% informan mengapresiasi algoritma TikTok yang menyajikan konten sesuai minat. Informan R-09 (Mahasiswa, 21 tahun) menjelaskan:

"Makin sering nonton konten saham, makin banyak yang muncul di FYP. Jadi pembelajaran saya jadi konsisten dan terarah otomatis."

Algoritma ini menciptakan learning path yang personal dan adaptif untuk setiap pengguna, berbeda dari pembelajaran konvensional yang bersifat one-size-fits-all.

c. Proses Internalisasi Pembelajaran

Informan menunjukkan pola pembelajaran observasional yang sistematis sesuai Social Learning Theory:

1. Attention: Fokus pada konten dengan visual menarik dan informasi praktis
2. Retention: Menyimpan informasi melalui repetisi algoritma TikTok
3. Reproduction: Mencoba menerapkan strategi dalam investasi aktual

Informan R-06 (Wirausaha, 31 tahun) menggambarkan prosesnya:

"Saya perhatikan cara creator analisis chart, inget poin pentingnya, terus praktek di aplikasi trading. Kalau berhasil, saya lanjut pakai metode itu."

Implementasi Pengetahuan dalam Keputusan Investasi

a. Strategi Investasi yang Diadopsi

Mayoritas informan (78%) mengadopsi strategi konservatif yang dipelajari dari TikTok:

- Buy and hold jangka menengah (3-12 bulan)
- Fokus pada saham blue chip
- Alokasi maksimal 20% dari penghasilan

Informan R-02 (Karyawan, 27 tahun) menjelaskan:

"Dari TikTok saya belajar investasi saham itu jangka panjang. Jadi saya beli saham bagus dan hold, nggak trading harian yang ribet."

b. Proses Validasi dan Cross-Checking Informasi

Sebanyak 65% informan melakukan validasi informasi dengan sumber lain sebelum berinvestasi. Informan R-14 (Mahasiswa, 24 tahun) menjelaskan:

"Saya nggak langsung percaya semua konten TikTok. Biasanya cross-check dulu di Google atau tanya di grup investor."

Namun, 35% informan mengaku sering langsung mengaplikasikan informasi tanpa validasi, menunjukkan potensi risiko yang perlu diwaspadai.

c. Perubahan Perilaku Finansial

Sebanyak 70% informan melaporkan perubahan positif dalam pola konsumsi dan peningkatan saving rate untuk investasi. Informan R-13 (Mahasiswa, 22 tahun):

"Uang yang biasanya buat jajan atau nongkrong, sekarang saya pakai buat investasi. Jadi lebih disiplin ngatur keuangan."

Seluruh informan (100%) juga mengalami peningkatan kesadaran finansial dan pemahaman tentang berbagai instrumen investasi.

Dampak, Tantangan, dan Implikasi

a. Dampak Positif Pembelajaran Digital

Pembelajaran investasi melalui TikTok memberikan dampak positif signifikan:

- Demokratisasi akses edukasi finansial
- Peningkatan literasi finansial digital
- Perubahan perilaku konsumsi yang lebih bijak

Informan R-05 (Karyawan, 25 tahun) mengungkapkan:

"Sebelum TikTok, saya cuma tau tabungan bank. Sekarang tau reksadana, saham, obligasi. Jadi lebih melek finansial dan berani mulai investasi."

b. Tantangan dan Risiko yang Dihadapi

Beberapa tantangan utama yang diidentifikasi:

- Information Overload: 57% informan mengalami kebingungan karena banyaknya konten dengan saran berbeda. Informan R-08 (Mahasiswa, 21 tahun):

"Kadang creator A bilang saham X bagus, creator B bilang jangan. Jadi bingung harus ikut siapa."

- Herding Behavior: 44% informan mengalami FOMO dan cenderung mengikuti trend tanpa analisis mendalam. Informan R-16 (Wirausaha, 30 tahun):

"Pernah FOMO lihat semua orang beli saham teknologi. Ikutan beli tanpa pikir panjang, akhirnya loss 15%."

c. Rekomendasi Strategis

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi strategis:

Untuk Investor Pemula:

- Gunakan TikTok sebagai starting point, bukan satu-satunya sumber pembelajaran

- Selalu lakukan cross-validation informasi dari sumber terpercaya
 - Pahami risiko investasi sebelum mengambil keputusan
- Untuk Regulator dan Stakeholder:
- Kembangkan guidelines konten edukasi finansial di media sosial
 - Implementasikan sistem verifikasi untuk financial content creator
 - Tingkatkan program literasi digital untuk mencegah misinformasi
- Untuk Platform Digital:
- Sediakan disclaimer risiko investasi pada konten finansial
 - Kembangkan fitur fact-checking dan partnership dengan lembaga finansial terpercaya
 - Tingkatkan sistem kurasi konten berbasis edukasi untuk membedakan antara konten hiburan dan konten informatif, sehingga pengguna lebih mudah mengenali sumber pembelajaran yang valid
 - Dorong kolaborasi dengan pakar atau institusi keuangan resmi dalam bentuk live streaming, program edukasi bulanan, atau badge verifikasi pada akun-akun kredibel

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memberikan kontribusi signifikan dalam pembelajaran saham bagi investor pemula di Kabupaten Tuban. Dengan pendekatan visual, waktu singkat, dan algoritma yang adaptif, platform ini mampu menyederhanakan konsep-konsep kompleks dalam dunia investasi menjadi lebih mudah dipahami.

Namun, di balik efektivitas tersebut, muncul pula tantangan berupa informasi yang tidak tervalidasi, potensi misinformasi, dan perilaku ikut-ikutan yang berisiko. Oleh karena itu, pembelajaran melalui TikTok perlu diimbangi dengan sikap kritis, validasi silang informasi, dan kolaborasi lintas pihak antara pengguna, kreator, regulator, serta platform digital. Dengan langkah strategis yang tepat, TikTok dapat menjadi alat yang sangat potensial dalam meningkatkan literasi dan kesadaran finansial generasi muda Indonesia.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi medium pembelajaran investasi yang signifikan di kalangan investor pemula, khususnya generasi muda di Kabupaten Tuban. Platform ini menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas waktu, serta format konten yang menarik dan mudah dipahami, yang menjadikannya sangat sesuai dengan karakteristik digital native.

Proses pembelajaran yang terjadi melalui TikTok tidak hanya bersifat pasif, tetapi mencerminkan pola observasional yang aktif sesuai dengan teori pembelajaran sosial. Para informan belajar dari konten-konten pendek yang dikemas secara visual dan naratif, kemudian mencoba menerapkannya secara langsung dalam aktivitas investasi nyata. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana internalisasi pengetahuan yang efektif bila digunakan secara bijak.

Selain memperoleh pengetahuan, mayoritas informan juga menunjukkan perubahan perilaku finansial yang lebih disiplin dan terarah, seperti peningkatan frekuensi menabung, perencanaan pengeluaran, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya investasi jangka panjang. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan seperti overload informasi yang dapat menimbulkan risiko jika tidak disertai kemampuan validasi informasi secara kritis.

Dengan demikian, pembelajaran investasi melalui TikTok sebaiknya diposisikan sebagai pintu masuk awal, bukan satu-satunya sumber edukasi. Diperlukan sinergi antara berbagai pihak pengguna, kreator konten, platform digital, dan regulator untuk memastikan bahwa konten edukatif yang disebarluaskan dapat dipertanggungjawabkan secara etis dan faktual.

Melalui pendekatan yang kolaboratif dan penguatan literasi digital, TikTok memiliki potensi besar untuk terus berkontribusi dalam peningkatan literasi keuangan generasi muda Indonesia secara lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Jurnal

- [1] Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [2] Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- [3] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- [4] Rahayu, S. (2022). The current digital financial literacy and financial behavior in Indonesian millennial generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 123-145.
- [5] Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- [6] Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Artikel Online

- [7] Global One Media Group. (2025, February 3). Top 7 TikTok accounts to follow on investing and finance. Retrieved from <https://globalonemedia.com/blog/top-7-tiktok-accounts-to-follow-on-investing-and-finance/>
- [8] Pace Communications. (2024, March 19). TikTok finance influencers and financial education. Retrieved from <https://www.paceco.com/content/tiktok-finance-influencers/>
- [9] The Motley Fool. (2021, July 21). These 5 TikTok creators are helping more people learn about investing. Retrieved from <https://www.fool.com/money/buying-stocks/articles/these-5-tiktok-creators-are-helping-more-people-learn-about-investing/>
- [10] Sprout Social. (2024, January 16). A beginner's guide to social media for investor relations. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-investor-relations/>
- [11] StockBrokers.com. (2024, December 3). Top 10 TikTok finance influencers. Retrieved from <https://www.stockbrokers.com/education/tiktok-finance-influencers>