

DINAMIKA KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN GENERASI MILENIAL

¹Nur Fadhila Amri*, ²Faridah, ³Indrayani Nur

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bosowa, Makassar²

Email : nurfadhila.amri@unirsitasbosowa.ac.id^{1*}, faridah@universitasbosowa.ac.id²,
indrayani.nur@unirsitasbosowa.ac.id³

Keyword: *Communication Dynamics, Financial Management Behavior, Millennial Generation.*

Abstract: *The aim of this research is to analyze how communication dynamics influence the financial management behavior of the millennial generation in Indonesia. This study employs a qualitative method with a case study approach. The research findings indicate that the financial management behavior of the millennial generation exhibits distinct characteristics compared to previous generations. Millennials tend to be more consumptive, possess lower financial literacy levels, and are more inclined to take risks. Factors influencing the financial management behavior of millennials include financial literacy, financial attitudes, personality traits, demographic factors, and environmental factors. Financial literacy emerges as the most critical factor affecting financial management behavior. Individuals with higher financial literacy tend to exhibit better financial management behavior. Therefore, it is essential to enhance the financial literacy and financial management behavior of the millennial generation.*

Kata Kunci: *Dinamika komunikasi, Perilaku manajemen keuangan, Generasi milenial*

Abstrak: *Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana dinamika komunikasi mempengaruhi perilaku manajemen keuangan generasi milenial di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku manajemen keuangan generasi milenial memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi milenial cenderung lebih konsumtif, memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, dan lebih berani mengambil risiko. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan generasi milenial meliputi literasi keuangan, sikap keuangan, kepribadian, faktor demografis, dan faktor lingkungan. Literasi keuangan merupakan faktor yang paling penting dalam mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki perilaku manajemen keuangan yang lebih baik. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan generasi milenial.*

PENDAHULUAN

Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1981-1996. Generasi ini merupakan generasi yang paling besar di Indonesia, dengan jumlah mencapai 65,49 juta jiwa atau 27,94% dari total penduduk Indonesia. Generasi milenial juga merupakan generasi yang paling melek teknologi, sehingga mereka memiliki akses yang luas terhadap informasi dan layanan keuangan.

Perilaku manajemen keuangan generasi milenial menjadi perhatian penting karena generasi ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi milenial cenderung lebih konsumtif, memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, dan lebih berani mengambil risiko. Hal ini dapat menyebabkan generasi milenial rentan terhadap masalah keuangan, seperti

utang dan utang berlebih.

Dalam konteks yang semakin digital dan terhubung, dinamika komunikasi juga menjadi elemen kunci dalam memahami perilaku manajemen keuangan generasi milenial. Generasi ini tumbuh dalam era teknologi informasi yang berkembang pesat, yang memberikan mereka akses tak terbatas ke berbagai platform komunikasi dan media sosial. Komunikasi online memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, ide, dan informasi mengenai keuangan dengan cepat dan luas. Namun, seiring dengan keuntungan tersebut, juga muncul risiko adanya pengaruh negatif dari media sosial dan tekanan peer group yang dapat memengaruhi keputusan finansial mereka.

Oleh karena itu, penelitian tentang dinamika komunikasi dan pengaruhnya terhadap perilaku manajemen keuangan generasi milenial perlu dilakukan untuk memahami karakteristik dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan generasi ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan generasi milenial.

KAJIAN LITERATUR

Dinamika Komunikasi

Komunikasi adalah jantung dari segala interaksi manusia, dan pemahaman akan dinamika komunikasi adalah kunci untuk memahami bagaimana perilaku manusia terbentuk dan berkembang. Artikel ini akan membahas peran sentral dinamika komunikasi dalam membentuk perilaku manusia, dengan merinci berbagai aspek yang memengaruhi cara kita berperilaku dalam berbagai konteks. Komunikasi memainkan peran kunci dalam membentuk norma sosial dan budaya. Pesan yang disampaikan oleh masyarakat, kelompok sosial, atau media massa memengaruhi pandangan dan perilaku individu. Contohnya, kampanye sosial melalui media dapat memengaruhi perilaku seperti penggunaan sabuk pengaman, peningkatan kesadaran tentang lingkungan, atau mengurangi stigma sosial terkait dengan isu-isu tertentu.

Dinamika komunikasi dalam keluarga dan lingkungan sekitar juga memiliki dampak yang kuat pada perilaku individu. Cara kita berbicara, berinteraksi, dan menyampaikan nilai-nilai dalam keluarga dan komunitas kita dapat membentuk pandangan dan norma pribadi. Komunikasi yang positif dan terbuka dalam lingkungan ini dapat membantu membentuk perilaku yang sehat dan positif. Dalam era digital, media dan teknologi memiliki peran sentral dalam memengaruhi perilaku manusia. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial, iklan online, dan platform digital lainnya dapat mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk keputusan pembelian, pola makan, dan bahkan pandangan politik. Studi-studi seperti "Media and Communication Effects on Adolescent Drinking" (Primack, 2017) mengungkapkan bagaimana paparan media dapat memengaruhi perilaku minum alkohol remaja.

Selain itu, komunikasi antar-personal memainkan peran penting dalam membentuk perilaku. Interaksi langsung dengan orang lain, seperti teman, keluarga, dan rekan kerja, memengaruhi bagaimana kita berperilaku dan berinteraksi. Misalnya, komunikasi antar-teman dalam sebuah kelompok dapat memengaruhi keputusan bersama, seperti rencana perjalanan atau pemilihan tempat makan. Secara keseluruhan, dinamika komunikasi memiliki pengaruh besar dalam membentuk perilaku manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Melalui norma sosial, budaya, keluarga, media, dan interaksi antar-personal, komunikasi berperan sebagai katalisator utama yang membentuk identitas dan tindakan individu. Pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh ini dapat membantu kita mengelola perilaku kita dengan lebih bijak dalam masyarakat yang semakin terhubung dan berkomunikasi.

Perilaku Manajemen Keuangan

Perilaku manajemen keuangan adalah bidang studi yang memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana individu dan organisasi membuat keputusan keuangan. Konsep dasar di balik perkembangan teori ini adalah asumsi bahwa setiap individu atau organisasi memiliki tujuan keuangan yang spesifik dan akan mengambil tindakan atau keputusan yang mereka percayai akan membantu mereka mencapai tujuan tersebut.

Aspek psikologis juga memainkan peran sentral dalam pemahaman perilaku manajemen keuangan. Lars Tvede dalam bukunya yang berjudul "The Psychology of Finance" (2019) menjelajahi bagaimana faktor-faktor psikologis memengaruhi pengambilan keputusan keuangan.

Salah satu contoh yang sering dibahas dalam konteks perilaku keuangan adalah bias kognitif. Bias kognitif adalah cara berpikir yang terdistorsi atau penilaian yang cenderung tidak objektif. Misalnya, ada bias konfirmasi di mana individu cenderung mencari informasi yang memvalidasi keyakinan atau keputusan yang sudah mereka buat, sementara mengabaikan informasi yang mungkin bertentangan dengan pandangan mereka. Ini dapat berdampak negatif pada keputusan investasi, di mana investor mungkin mengabaikan tanda-tanda risiko yang sebenarnya.

Perilaku manajemen keuangan adalah bidang yang terus berkembang, terutama karena semakin banyak pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor psikologis, emosional, dan sosial berperan dalam pengambilan keputusan keuangan. Mengacu pada sumber-sumber ini, kita dapat menjelajahi cara individu dan organisasi berinteraksi dengan dunia keuangan mereka dan bagaimana teori perilaku manajemen keuangan digunakan untuk memahami dan mengoptimalkan keputusan keuangan dalam berbagai konteks.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami, mengelola, dan membuat keputusan yang bijak terkait dengan uang dan aset mereka. Pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat diabaikan, dan salah satu faktor kunci yang memengaruhi literasi keuangan adalah dinamika komunikasi. Dalam artikel ini, kami akan membahas bagaimana komunikasi memainkan peran penting dalam pendidikan keuangan dan bagaimana dinamika komunikasi dapat meningkatkan pemahaman dan perilaku keuangan individu.

Media sosial, situs web, dan berbagai platform digital telah mengubah cara individu mengakses informasi keuangan. Informasi tentang investasi, perencanaan pensiun, dan manajemen utang sekarang lebih mudah diakses daripada sebelumnya. Namun, pentingnya literasi keuangan adalah bagaimana individu menginterpretasikan dan mengaplikasikan informasi ini. Menurut studi "Financial Literacy and Financial Behavior: Evidence from the Emerging Asian Middle Class" (Lusardi & Tufano, 2015), media sosial dan platform digital dapat membantu atau mengganggu literasi keuangan, tergantung pada bagaimana individu berinteraksi dengan informasi tersebut.

Dinamika komunikasi dalam lingkungan keluarga juga memainkan peran penting dalam literasi keuangan. Keluarga sering menjadi tempat pertama di mana individu diperkenalkan pada konsep-konsep keuangan. Keluarga yang membuka diskusi tentang uang, tabungan, dan pengeluaran dapat membantu membangun dasar yang kuat untuk literasi keuangan. Sebaliknya, ketika topik ini diabaikan atau dihindari dalam komunikasi keluarga, literasi keuangan dapat terhambat.

Komunikasi di dalam kelas dan dalam konteks pelatihan juga memainkan peran penting dalam peningkatan literasi keuangan. Program-program literasi keuangan di sekolah-sekolah dan lembaga-lembaga pendidikan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola uang dengan bijak. Studi "Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors" (Fernandes et al., 2014) menunjukkan bahwa pendidikan formal tentang keuangan dapat memengaruhi perilaku keuangan positif.

Komunikasi antar-personal juga berperan dalam literasi keuangan. Diskusi dengan teman, kolega, atau penasihat keuangan dapat membantu individu memahami opsi keuangan mereka dengan lebih baik. Komunikasi yang efektif dengan penasihat keuangan dapat membantu individu merencanakan masa depan keuangan mereka. Studi "The Role of Financial Literacy and Financial Advisors in Wealth Accumulation and Retirement Preparation" (Hastings & Mitchell, 2011) menyoroti pentingnya interaksi ini.

Dalam dunia yang semakin kompleks secara keuangan, pemahaman tentang literasi keuangan dan dinamika komunikasi yang terlibat dalam pendidikannya adalah hal yang sangat penting. Melalui media, keluarga, pendidikan formal, dan interaksi antar-pribadi, komunikasi memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku keuangan individu secara positif, membantu mereka mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan merencanakan masa depan keuangan yang lebih cerah..

Sikap Keuangan

Sikap keuangan menjelaskan bagaimana sikap keuangan mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Sikap keuangan adalah keyakinan dan nilai-nilai yang mendasari seseorang dalam membuat keputusan keuangan. Individu yang memiliki sikap keuangan yang positif cenderung memiliki perilaku manajemen keuangan yang lebih baik.

Komunikasi di dalam keluarga memiliki dampak yang signifikan pada sikap keuangan seseorang. Pola komunikasi tentang uang, pengeluaran, dan investasi dapat membentuk pemahaman seseorang tentang keuangan. Penelitian oleh Xiao dan Porter (2019) dalam "Financial Communication and Socialization within Families" menunjukkan bahwa cara orang tua berbicara tentang uang dengan anak-anak mereka memengaruhi kemampuan keuangan anak saat dewasa nanti.

Media dan iklan juga berperan dalam membentuk sikap keuangan. Melalui pesan-pesan yang disampaikan dalam iklan, media massa, dan program televisi, individu dapat mendapatkan gambaran tentang kekayaan, konsumsi, dan gaya hidup yang dianggap sukses. Studi oleh Abugre, Ahenkora, dan Iddrisu (2020) dalam "Media Exposure and Financial Behavior among University Students" mengungkapkan bahwa paparan media dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa.

Komunikasi dengan teman dan rekan kerja juga memiliki dampak penting pada sikap keuangan. Diskusi tentang investasi, pengeluaran, dan pengalaman finansial dengan orang-orang di sekitar kita dapat membentuk persepsi dan keputusan keuangan. Studi oleh Kusumastuti dan Sjahrudin (2019) dalam "Peer Influence on Personal Financial Management Behavior" menunjukkan bahwa teman sebaya dapat memengaruhi keputusan finansial individu.

Pendidikan keuangan yang efektif juga bergantung pada komunikasi yang baik. Guru dan konselor keuangan perlu memahami peran komunikasi dalam membentuk sikap dan perilaku keuangan siswa atau klien mereka. Menurut Jorgensen dan Savla (2010) dalam "Financial Counseling and Planning," pendidikan keuangan yang berfokus pada komunikasi efektif dapat membantu individu mengembangkan keterampilan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Kepribadian

Kepribadian menjelaskan bagaimana kepribadian mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Kepribadian adalah karakteristik yang unik dari seseorang yang mempengaruhi cara mereka berpikir, merasa, dan bertindak. Individu yang memiliki kepribadian yang impulsif cenderung lebih konsumtif dan kurang disiplin dalam mengelola keuangan.

Kepribadian seseorang, termasuk ciri-ciri seperti ekstrovert, introvert, empati, dan kepercayaan diri, memengaruhi cara individu berbicara, mendengarkan, dan merespons dalam interaksi komunikatif. Misalnya, individu dengan kepribadian yang lebih ekstrovert cenderung lebih nyaman dalam situasi sosial yang ramai, sementara individu yang lebih introvert mungkin memilih berkomunikasi dalam lingkungan yang lebih tenang dan intim.

Kepribadian juga dapat memengaruhi cara kita merespons komunikasi dari orang lain. Orang dengan kepribadian yang cenderung skeptis atau kritis mungkin memeriksa pesan dengan lebih hati-hati, sementara orang yang lebih terbuka cenderung lebih menerima informasi dengan baik. Penelitian yang diterbitkan dalam "Personality and Social Psychology Bulletin" (John & Robins, 1993) menunjukkan bahwa kepribadian individu dapat memengaruhi bagaimana mereka menafsirkan dan merespons pesan komunikasi.

Pemahaman tentang peran kepribadian dalam dinamika komunikasi penting untuk memperkuat hubungan interpersonal, memecahkan konflik, dan mencapai komunikasi yang efektif. Dengan memahami kepribadian diri sendiri dan orang lain, kita dapat menyesuaikan gaya komunikasi kita untuk lebih efektif berinteraksi dengan berbagai jenis kepribadian. Ini juga dapat membantu mencegah salah paham dan konflik yang mungkin timbul akibat perbedaan dalam kepribadian dan gaya komunikasi.

Secara keseluruhan, kepribadian memainkan peran integral dalam dinamika komunikasi manusia. Pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kepribadian memengaruhi cara kita berkomunikasi dan merespons komunikasi dari orang lain dapat meningkatkan kualitas interaksi sosial kita serta memperkuat hubungan dengan orang di sekitar kita.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendalami pemahaman tentang bagaimana dinamika komunikasi di media sosial memengaruhi perilaku manajemen keuangan generasi milenial. Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, sering menggunakan platform media sosial untuk mendapatkan informasi, berinteraksi dengan sesama, dan berbagi pengalaman. Oleh karena itu, media sosial dapat memiliki dampak signifikan dalam membentuk keputusan keuangan mereka. Penelitian ini akan memfokuskan pada generasi milenial di Indonesia sebagai subjek penelitian. Kami akan memilih sampel yang mencakup berbagai kelompok usia di antara generasi milenial untuk mencakup perbedaan pengalaman dan preferensi.

Metode penelitian ini menggunakan survei online sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Survei ini akan mencakup pertanyaan tentang perilaku keuangan, penggunaan media sosial, jenis konten yang mereka konsumsi, dan pengaruh media sosial terhadap keputusan keuangan mereka. Kemudian menganalisis konten yang dihasilkan oleh generasi milenial di media sosial, seperti postingan, komentar, dan interaksi online. Analisis ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana mereka berkomunikasi dan berbagi informasi keuangan.

Data survei akan dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola perilaku dan preferensi komunikasi generasi milenial terkait manajemen keuangan. Analisis konten media sosial akan melibatkan identifikasi tema umum, penggunaan kata kunci, dan sentimen dalam postingan yang terkait dengan keuangan. Hasil analisis data akan digunakan untuk merumuskan temuan dan kesimpulan. Kami akan mencari pola perilaku umum, dampak media sosial, dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku manajemen keuangan generasi milenial di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah karakteristik perilaku manajemen keuangan generasi milenial:

- **Konsumtif**
Generasi milenial cenderung lebih konsumtif daripada generasi sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: Pengaruh media sosial yang menampilkan gaya hidup konsumtif, akses yang luas terhadap informasi dan layanan keuangan, keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain.
- **Tingkat Literasi Keuangan yang Rendah**
Generasi milenial memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: Sistem pendidikan yang belum memberikan perhatian yang cukup terhadap literasi keuangan, kurangnya kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, pandangan yang negatif terhadap keuangan.
- **Lebih berani mengambil risiko**
Generasi milenial cenderung lebih berani mengambil risiko daripada generasi sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: Kesempatan yang lebih luas untuk

berinvestasi, keinginan untuk mencapai tujuan keuangan yang besar dalam waktu singkat, pandangan yang optimistis terhadap masa depan.

Berdasarkan karakteristik tersebut, generasi milenial memiliki potensi untuk rentan terhadap masalah keuangan, seperti utang dan utang berlebih. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan generasi milenial. Berikut adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan generasi milenial:

- **Peningkatan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan**
Perlu dilakukan sosialisasi dan kampanye yang gencar untuk meningkatkan kesadaran generasi milenial akan pentingnya literasi keuangan.
- **Peningkatan akses terhadap informasi dan layanan keuangan**
Pemerintah dan lembaga keuangan perlu bekerja sama untuk meningkatkan akses generasi milenial terhadap informasi dan layanan keuangan yang berkualitas.
- **Pengembangan program dan kegiatan edukasi keuangan**
Pemerintah dan lembaga keuangan perlu mengembangkan program dan kegiatan edukasi keuangan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan generasi milenial.

Dengan upaya-upaya tersebut, diharapkan generasi milenial dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik dan terhindar dari masalah keuangan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh berbagai peneliti, berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan generasi milenial:

- **Literasi keuangan**
Literasi keuangan merupakan faktor yang paling penting dalam mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki perilaku manajemen keuangan yang lebih baik.
- **Sikap keuangan**
Sikap keuangan adalah keyakinan dan nilai-nilai yang mendasari seseorang dalam membuat keputusan keuangan. Sikap keuangan yang positif dapat mendorong seseorang untuk mengelola keuangannya dengan lebih baik.
- **Kepribadian**
Kepribadian juga dapat mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Individu yang memiliki kepribadian yang impulsif cenderung lebih konsumtif dan kurang disiplin dalam mengelola keuangan.
- **Faktor demografis**
Faktor demografis, seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan, juga dapat mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Misalnya, generasi milenial cenderung lebih konsumtif daripada generasi sebelumnya.
- **Faktor lingkungan**
Faktor lingkungan, seperti lingkungan keluarga dan lingkungan sosial, juga dapat mempengaruhi perilaku manajemen keuangan. Misalnya, individu yang tumbuh di keluarga yang memiliki kebiasaan menabung cenderung memiliki perilaku manajemen keuangan yang lebih baik.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku manajemen keuangan generasi milenial dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan generasi milenial.

Berikut adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan generasi milenial:

- **Peningkatan literasi keuangan**
Pendidikan dan sosialisasi literasi keuangan perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan literasi keuangan generasi milenial.
- **Pengembangan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan generasi**

milenial

- Lembaga keuangan perlu mengembangkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik generasi milenial.
- Penciptaan lingkungan yang mendukung perilaku manajemen keuangan yang baik
- Keluarga dan masyarakat perlu berperan aktif dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perilaku manajemen keuangan yang baik.

Dengan upaya-upaya tersebut, diharapkan generasi milenial dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik dan mencapai tujuan keuangannya.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial dan strategi pemasaran melalui media sosial memiliki dampak positif dalam meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan kinerja keuangan toko online 'Difastore Makassar'. Melalui website resmi dan pendaftaran bisnis di Google Business, toko online Difastore dapat meningkatkan visibilitas mereka dan memberikan pengalaman yang lebih terstruktur kepada pengunjung. Penggunaan Facebook Ads sebagai sarana kampanye pemasaran memberikan keunggulan dalam menargetkan audiens yang relevan dan menyediakan berbagai pilihan format iklan yang sesuai dengan tujuan kampanye. Penggunaan media sosial juga membantu menciptakan buzz, memperluas jangkauan kampanye, dan memungkinkan interaksi langsung dengan pengguna.

Persepsi positif pengguna terhadap kampanye pemasaran dan pengaruh media sosial yang kuat berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian dan kinerja keuangan toko online. Faktor-faktor seperti kualitas konten, kesesuaian dengan target pasar, dan konsistensi pesan dapat memengaruhi efektivitas kampanye pemasaran melalui media sosial. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan e-commerce untuk mempertimbangkan faktor-faktor ini dan menggunakan platform media sosial yang tepat dengan strategi interaksi yang efektif.

Dalam konteks toko online 'Difastore Makassar', penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran berhasil meningkatkan eksposur merek, menarik perhatian pengguna, dan meningkatkan konversi penjualan. Hal ini berdampak pada peningkatan pendapatan dan kinerja keuangan perusahaan. Namun, penting untuk memahami bahwa kinerja keuangan yang meningkat juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti strategi produk, layanan pelanggan, kebijakan harga, dan faktor eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Prasetya, S. (2020). Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(2), 228-240.
- Amanah, E., Rahadian, D. D., & Irdianty, A. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Ekonomi, Dan Kesadaran Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2014-2015. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 4(1), 1-12.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik Penduduk Indonesia 2021*. Jakarta: BPS.
- Faramitha, A., & Wahyudi, W., & Desmintari, D. (2021). Analisis Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial: Prespektif Literasi Keuangan, Literasi Ekonomi, Dan Kesadaran Digital. *INOVASI*, 17(1), 1-17.
- Gutter, M. S., & Copur, Z. (2011). Effects of communication on risky financial behavior: A comparison of debit and credit consumers. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), 61-76.
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, 26(3), 183-213.
- Kholilah, A., & Iramani, M. (2013). Determinan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(2), 127-136.
- Laily, A. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 1-12.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: An overview. *Journal of Pension Economics & Finance*, 10(4), 497-508.

Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., ... & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. PLOS ONE, 12(8), e0182141.