

Analisis Isi Konten YouTube “7 Aturan Uang” dan Relevansinya terhadap Literasi Keuangan Remaja

Zahwa Aprilia Putri Ervianti, Tsania Qurrota’Ayun , Nadiva Aisyah R.S , Verrent
Abdillah Aziz

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3,4}

25041184081@mhs.unesa.ac.id¹, 25041184219@mhs.unesa.ac.id²,

25041184352@mhs.unesa.ac.id³, 25041184212@mhs.unesa.ac.id⁴

Artikel diserahkan pada: 10/10/2025; direvisi pada: 20/10/2025; diterima pada: 5/12/2025.

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi konten YouTube “7 Aturan Uang” oleh Timothy Ronald serta relevansinya terhadap peningkatan literasi keuangan remaja. Penelitian dilakukan sebagai bentuk respons terhadap rendahnya tingkat literasi keuangan remaja di Indonesia dan terbatasnya media pembelajaran finansial yang menarik bagi generasi muda. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi terhadap video, disertai analisis terhadap dua puluh komentar penonton yang diambil dari kanal YouTube tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki pengaruh positif terhadap pemahaman dan kesadaran finansial remaja, meliputi perubahan pola pikir, kebiasaan dalam mengelola keuangan, dan meningkatnya motivasi untuk belajar finansial secara mandiri. Secara umum, penelitian ini menyimpulkan bahwa konten edukatif digital dapat menjadi sarana pembelajaran nonformal yang efektif dalam meningkatkan literasi keuangan remaja di era digital.

Kata kunci : *Analisis isi, YouTube, literasi keuangan, komunikasi digital, Timothy Ronald*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang semakin kompleks menuntut setiap individu untuk memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi. Literasi keuangan kini menjadi kebutuhan mendasar bagi siapa pun yang ingin mencapai kesejahteraan finansial. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan berpengaruh besar terhadap kesejahteraan ekonomi individu dan negara. Seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi akan mampu membuat keputusan finansial yang rasional dan memiliki

perencanaan keuangan yang matang. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan sering kali menyebabkan masalah seperti utang berlebih, minimnya tabungan, hingga kesalahan investasi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai proses peningkatan

pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan masyarakat agar dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik, mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku.

Namun, tingkat literasi keuangan

masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan oleh OJK (2022), indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 49,68%, meningkat dari 38,03% pada 2019, namun masih jauh di bawah indeks inklusi keuangan yang telah mencapai 85,10%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap produk keuangan semakin luas, pemahaman masyarakat tentang cara memanfaatkannya secara bijak masih terbatas. Rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan berbagai masalah sosial-ekonomi seperti perilaku konsumtif, ketergantungan pada utang, dan ketidakmampuan mengelola keuangan jangka panjang.

Di sisi lain, kemajuan teknologi digital justru membuka peluang baru untuk meningkatkan literasi keuangan melalui media sosial. Platform seperti YouTube kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi nonformal yang efektif. Dengan lebih dari dua miliar pengguna aktif setiap bulan, YouTube mampu menyebarkan informasi edukatif secara luas, gratis, fleksibel, dan mudah dipahami melalui kombinasi visual, audio, dan narasi. Rahmawati (2021) menemukan bahwa konten edukasi keuangan di media sosial mampu meningkatkan minat belajar dan pemahaman generasi muda terhadap pengelolaan keuangan karena disampaikan dengan cara yang kreatif dan kontekstual.

Meskipun begitu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada

program edukasi formal dari lembaga pemerintah atau institusi keuangan. Kajian tentang peran konten kreator independen yang secara mandiri memproduksi dan menyebarkan konten edukatif di media digital masih terbatas, padahal mereka memiliki jangkauan luas dan kedekatan emosional dengan audiensnya. Konten kreator seperti ini sering kali lebih dipercaya oleh generasi muda karena gaya penyampaian yang sederhana, relevan, dan terasa autentik.

Salah satu sosok yang menonjol di bidang edukasi keuangan digital di Indonesia adalah Timothy Ronald. Ia dikenal sebagai *financial educator* dan *content creator* yang aktif membagikan edukasi finansial melalui kanal YouTube-nya. Pendekatannya yang santai, menggunakan bahasa sehari-hari dan storytelling yang kontekstual, membuat pesan-pesan keuangan lebih mudah diterima oleh remaja dan dewasa muda. Salah satu videonya yang berjudul “7 Aturan Uang” berisi tujuh prinsip dasar pengelolaan keuangan, seperti pentingnya dana darurat, menjaga arus kas, menghindari gaya hidup konsumtif, dan pemikiran jangka panjang. Pesan-pesan ini disampaikan dengan gaya yang ringan namun aplikatif, membuat konten tersebut efektif sebagai sarana edukasi nonformal.

Respon audiens terhadap video ini juga sangat positif. Banyak penonton mengaku mengalami perubahan pola pikir dan perilaku keuangan setelah menonton video tersebut, mulai dari mulai menabung, mengatur

pengeluaran, hingga memahami pentingnya investasi. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa konten “7 Aturan Uang” tidak hanya memberikan pengetahuan (aspek kognitif), tetapi juga mempengaruhi sikap (afektif) dan mendorong perubahan perilaku (konatif), sebagaimana tiga komponen utama literasi keuangan menurut Lusardi dan Mitchell (2014).

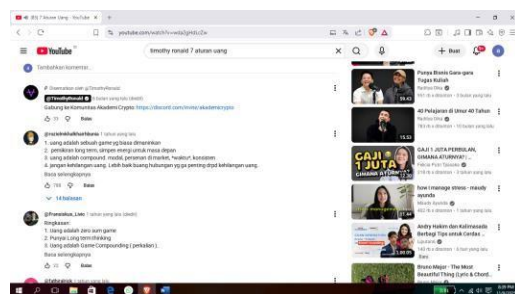
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi konten video “7 Aturan Uang” oleh Timothy Ronald serta relevansinya terhadap peningkatan literasi keuangan remaja Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi keuangan melalui media digital, memperkaya kajian akademik tentang komunikasi edukatif di era digital, serta menjadi rujukan praktis bagi lembaga pendidikan, pemerintah, dan kreator konten dalam merancang strategi edukasi finansial yang efektif dan menarik bagi generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif secara deskriptif dengan metode analisis isi atau *content analysis*. Pendekatan ini digunakan sebagai cara untuk memahami makna sekaligus relevansi pesan finansial dalam konten YouTube “7 Aturan Uang” oleh Timothy Ronald terhadap peningkatan literasi keuangan remaja.

Sumber data penelitian terdiri dari dua jenis, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari isi

video serta dua puluh komentar penonton pada kanal YouTube yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel, dan jurnal ilmiah yang membahas topik-topik terkait literasi keuangan dan media digital.



Gambar 1. Komentar Audiens (Youtube Timothy Ronald)

Dalam penelitian ini, penentuan lokasi penelitian tidak digunakan karena seluruh proses pengumpulan data dilakukan melalui media digital. Objek penelitian berupa konten video dan komentar penonton di platform YouTube, sehingga pengambilan data tidak memerlukan kehadiran peneliti pada ruang fisik tertentu. Seluruh proses observasi nonpartisipan, dokumentasi, serta proses analisis dilakukan secara daring dengan mengakses konten dan literatur yang relevan. Oleh karena itu, istilah lokasi penelitian dalam konteks riset berbasis digital tidak merujuk pada wilayah geografis, melainkan pada ruang digital tempat data berada, yaitu kanal YouTube Timothy Ronald.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan menonton video sekaligus mencatat isi pesan yang

disampaikan oleh pembuat konten. Sementara itu, pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menyeleksi komentar penonton untuk melakukan analisis lebih lanjut mengenai relevansi konten terhadap penonton.

Analisis data dilakukan menggunakan langkah-langkah analisis isi kualitatif, menurut Hsieh dan Shannon (2005), yaitu melalui proses *open coding*, kategorisasi, dan interpretasi. Pada tahap *open coding*, peneliti mengidentifikasi kata atau kalimat penting dari komentar penonton. Selanjutnya, hasil tersebut dikelompokkan ke dalam tema-tema utama, seperti perubahan mindset finansial, pendidikan finansial secara alternatif, motivasi, serta relevansi pesan terhadap pola hidup remaja. Kemudian, tahap terakhir yakni interpretasi, di mana peneliti menafsirkan hubungan antara pesan video dan respons penonton untuk menilai relevansinya terhadap literasi keuangan.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan isi video, komentar penonton, dan teori dari berbagai literatur. Langkah ini dilakukan agar data yang digunakan benar-benar akurat, konsisten, dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data penelitian diperoleh dari hasil analisis isi terhadap video "7 Aturan

Uang" oleh Timothy Ronald dan dua puluh komentar penonton pada kanal YouTube. Komentar tersebut dipilih karena mengandung tanggapan yang menunjukkan pandangan, pengalaman, serta dampak konten terhadap pola pikir sekaligus perilaku finansial penonton dan remaja.



Gambar 1. 7 Aturan Uang (YouTube Timothy Ronald)

Berdasarkan proses analisis yang dilakukan melalui tahapan *open coding* dan pengelompokan tema, ditemukan empat tema utama sebagai hasil penelitian.

Tema pertama adalah perubahan mindset finansial. Banyak penonton menyatakan bahwa setelah menonton konten ini, mereka cenderung mulai memahami pentingnya mengelola keuangan dan berpikir secara jangka panjang. Beberapa komentar bahkan menunjukkan adanya perubahan cara pandang mereka terhadap keuangan, seperti pentingnya memperhatikan pengeluaran dan menghindari pola hidup konsumtif, pentingnya mulai menabung, serta penggunaan uang yang lebih bijak.

Tema kedua adalah pendidikan finansial alternatif. Penonton dan remaja merasa bahwa pembelajaran tentang uang seperti pada konten "7 Aturan Uang" oleh Timothy Ronald tidak pernah mereka dapatkan

di sekolah. Konten YouTube mulai dianggap sebagai sarana belajar yang menyenangkan, sekaligus mudah diakses. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai media dalam pelaksanaan edukasi secara nonformal.

Tema ketiga berkaitan dengan motivasi dan semangat finansial. Konten ini memberikan dorongan semangat dan motivasi untuk memperbaiki keadaan finansial. Banyak penonton dan remaja merasa terinspirasi untuk bekerja keras, mempelajari bagaimana mengatur keuangan dengan maksimal, dan berpikir lebih realistis terhadap masa depan.

Tema keempat adalah relevansi dengan pengalaman remaja. Pesan yang disampaikan Timothy Ronald dianggap sangat dengan realitas kehidupan remaja di kondisi yang mereka hadapi pada masa ini, seperti tantangan ekonomi, gaya hidup yang cenderung konsumtif, serta tekanan sosial yang mereka dapatkan di kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat konten Timothy Ronald mampu diterima lebih mudah dan diterapkan oleh penontonnya.

Tema Utama	Deskripsi Temuan	Contoh Komentar Penonton
Perubahan mindset finansial	Penonton mulai menyadari pentingnya mengatur keuangan, menabung, dan berpikir jangka panjang	"Jujur awalnya aku gk peduli tentang motivasi uang, atau investasi. Tapi ternyata sepenting ini untuk masa depan.."

	setelah menonton video.	Thankyou timoty." @KholifahAuliy a-r4n
Pendidikan Finansial Alternatif	Penonton merasa materi keuangan seperti ini tidak didapat di sekolah dan YouTube menjadi sarana belajar finansial yang efektif.	"Pelajaran yg gk pernah gw dapetin pada saat sekolah dan disini gw dapet secara cuman-cuman gratis. Thanks bang semoga lu selalu diberi sehat." @Bangadeid
Motivasi dan dorongan berperilaku finansial positif	Konten memotivasi penonton untuk memperbaiki situasi finansial, bekerja keras, dan mengelola uang secara bijak.	"Wow..asli gua yg awam sekali tentang uang dan bisnis makin semangat utk belajar terus ttg hidup yg layak." @ArifYuristiawan
Relevansi dengan kehidupan remaja	Bahasa sederhana dan contoh nyata membuat konten cocok dengan realitas kehidupan remaja masa kini.	"Finally ketemu sosok anak muda yang punya mindset dan knowledge yg keren dan bener. Salute!" @Grip_Zone78

Tabel 1. Temuan analisis isi dan relevansinya dengan literasi keuangan remaja berdasarkan komentar penonton

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten "7 Aturan uang" memiliki sebuah daya Tarik tersendiri karena telah menyatukan

aspek edukatif sekaligus hiburan dalam satu konten yang ringan namun berbobot. Cara penyampaian yang menggunakan bahasa sehari-hari dan sederhana, serta adanya contoh nyata membuat pesan finansial terasa lebih relevan dan tidak menghakimi. Hal ini berperan penting dalam menumbuhkan minat belajar remaja terhadap topik yang sebelumnya dianggap terlalu rumit untuk dipahami dan membosankan.

Selain itu, adanya temuan dari komentar penonton juga turut memperlihatkan adanya hubungan yang kuat antara kepercayaan terhadap pembuat konten dan penerimaan pesan edukatif. Kredibilitas Timothy Ronald sebagai seorang figure muda yang sukses menjadikan pesan keuangannya lebih mudah diterima oleh audiens seusianya. Ini menandakan bahwa faktor identifikasi diri di mana remaja akan melihat sosok yang dianggap cukup identik dengan mereka menjadi kunci efektivitas dalam edukasi berbasis media sosial.

Dengan demikian, hasil penelitian ini cukup menegaskan bahwa konten digital seperti "7 Aturan Uang" tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, namun juga sebagai media pembelajaran nonformal yang mampu membentuk kesadaran, motivasi, serta perilaku finansial remaja ke arah yang lebih positif. Temuan ini menjadi dasar bagi pembahasan lebih lanjut mengenai bagaimana media sosial berperan dalam peningkatan literasi keuangan generasi muda di era digital saat ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa

konten digital seperti "7 Aturan Uang" dapat berperan sebagai sarana pembelajaran nonformal bagi remaja. Melalui metode penyampaian yang sederhana serta gaya komunikasi yang ringan, Timothy Ronald berhasil menjelaskan konsep keuangan secara praktis dan mudah dipahami. Hal ini pada akhirnya sejalan dengan hasil survei OJK (2023) yang menyatakan bahwa media digital membawa potensi besar dalam upaya peningkatan kesadaran secara finansial pada generasi muda.

Selain itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa cara penyampaian yang komunikatif dan menggunakan bahasa yang akrab dengan gaya tutur remaja menjadi faktor penting dalam keberhasilan pesan finansial diserap oleh audiens. Dengan pendekatan yang terasa personal, remaja merasa lebih dekat dan termotivasi untuk mempraktikkan prinsip keuangan yang dijelaskan. Gaya penyampaian seperti ini menjadi salah satu bentuk inovasi pembelajaran finansial yang lebih mudah diterima dibandingkan format ceramah atau pelatihan konvensional.

Hal lain yang menonjol adalah bagaimana platform digital seperti YouTube dapat membangun ruang diskusi terbuka di kolom komentar. Banyak penonton saling berbagi pengalaman dan refleksi terhadap masalah keuangan yang mereka alami, menciptakan bentuk pembelajaran sosial di dunia maya.

Kondisi ini membuktikan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, melainkan juga wadah belajar berbasis komunitas yang dapat memperkuat pemahaman finansial melalui interaksi horizontal antar pengguna. Perubahan Pola Pikir Finansial Perubahan cara pandang penonton terhadap uang menunjukkan bahwa konten edukatif di YouTube mampu menumbuhkan kesadaran akan pentingnya mengatur keuangan pribadi. Pesan seperti "*long-term thinking*" atau berpikir secara jangka panjang, mendorong penonton untuk memiliki pola pikir finansial yang lebih matang. Fenomena ini mendukung teori literasi keuangan yang dikemukakan oleh OECD (2024), bahwa kemampuan finansial seseorang mampu ditingkatkan melalui pendidikan yang relevan sekaligus kontekstual.

Selain mengubah cara pandang, sebagian besar responden juga menyatakan bahwa setelah menonton video tersebut, mereka mulai menerapkan kebiasaan baru seperti menabung rutin, mencatat pengeluaran, dan menghindari pembelian impulsif. Ini menunjukkan adanya dampak nyata pada perilaku finansial remaja yang awalnya bersifat konsumtif menjadi lebih terarah. Dengan demikian, konten edukatif semacam ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai disiplin dan tanggung jawab finansial dalam kehidupan sehari-hari.

Media Sosial, khususnya YouTube, terbukti memiliki efektivitas dalam penyebaran pengetahuan keuangan pada kalangan muda. Berdasarkan komentar yang dianalisis, banyak remaja merasa mendapatkan ilmu baru yang tidak mereka peroleh melalui pendidikan formal. Temuan ini memperkuat penelitian

sebelumnya (Utami & Hasanah, 2023) yang menjelaskan bahwa konten digital dapat menjadi suatu alternatif dalam pembelajaran literasi finansial dengan jangkauan luas dan biaya rendah. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa pendidikan literasi finansial tidak harus selalu datang dari lembaga formal. Ketika konten digital dikemas dengan pendekatan yang menarik, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens, maka pesan edukatif dapat tersampaikan dengan lebih efektif. Dalam konteks ini, Timothy Ronald berperan sebagai *digital educator* yang mampu menjembatani kesenjangan antara pendidikan finansial formal dengan dunia digital yang digemari remaja.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konten edukatif seperti "7 Aturan Uang" oleh Timothy Ronald tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membentuk kesadaran dan perilaku positif penonton termasuk remaja terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini juga dapat menjadi suatu peluang bagi pendidik, lembaga, maupun pembuat konten yang lainnya untuk mengembangkan media pembelajaran finansial yang mampu menyesuaikan ketertarikan remaja saat ini. Dengan memanfaatkan kekuatan media digital dan pendekatan komunikasi yang tepat, konten edukatif serupa berpotensi menjadi strategi efektif dalam meningkatkan literasi keuangan nasional. Di masa mendatang, kolaborasi antara pendidik formal, lembaga keuangan, dan kreator konten independen diharapkan mampu memperkuat ekosistem pembelajaran finansial yang inklusif, modern, dan berkelanjutan bagi generasi muda Indonesia.

Dengan memanfaatkan kekuatan media digital dan pendekatan komunikasi yang tepat, konten edukatif serupa berpotensi menjadi strategi efektif dalam meningkatkan literasi keuangan nasional. Di masa mendatang, kolaborasi antara pendidik formal, lembaga keuangan, dan kreator konten independen diharapkan mampu memperkuat ekosistem pembelajaran finansial yang inklusif, modern, dan berkelanjutan bagi generasi muda Indonesia.

Selain temuan utama tersebut, hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh konten digital seperti “7 Aturan Uang” tidak hanya berhenti pada aspek pengetahuan, tetapi juga berperan dalam membentuk perilaku dan kebiasaan finansial baru di kalangan remaja. Berdasarkan komentar yang muncul di kolom video, banyak penonton yang mengaku mulai melakukan tindakan nyata setelah memahami pesan yang disampaikan oleh Timothy Ronald. Misalnya, beberapa penonton menyatakan bahwa mereka mulai mencatat pengeluaran, membuat anggaran bulanan, hingga memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Hal ini menggambarkan bahwa konten digital tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif mengubah pola pikir menjadi tindakan yang lebih positif.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Lusardi dan Mitchell (2014) yang menekankan bahwa literasi keuangan yang baik akan membentuk perilaku ekonomi yang rasional. Ketika individu memiliki pemahaman yang cukup tentang

konsep dasar keuangan, mereka cenderung membuat keputusan yang lebih bijak dan terukur. Dalam konteks penelitian ini, Timothy Ronald berhasil menjembatani kesenjangan antara teori ekonomi dan praktik nyata di kehidupan remaja dengan menyajikan pesan yang mudah diterima, lugas, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, gaya penyampaian Timothy yang santai, disertai bahasa yang tidak kaku, menjadi faktor penting dalam keberhasilan penyampaian pesan finansial kepada audiens muda. Komunikasi edukatif semacam ini sesuai dengan konsep *media literacy learning*, di mana proses pembelajaran terjadi melalui pengalaman interaktif antara pembuat konten dan penontonnya. YouTube, sebagai *platform digital* yang bersifat dua arah, memungkinkan adanya interaksi dan umpan balik langsung dari audiens melalui kolom komentar. Interaksi ini memperkuat keterlibatan emosional penonton, sehingga pesan-pesan edukatif lebih mudah diinternalisasi.

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Rahmawati (2021) dan Utami & Hasanah (2023) yang

*

menyatakan bahwa media sosial memiliki efektivitas tinggi dalam proses pembelajaran nonformal, khususnya untuk meningkatkan kesadaran finansial generasi muda. Dalam konteks ini, konten “7 Aturan Uang” bukan hanya memberikan wawasan baru, melainkan juga menjadi sarana refleksi diri bagi penonton untuk menilai kembali kebiasaan keuangannya. Perubahan yang dialami penonton seperti mulai menabung, mengurangi pengeluaran konsumtif, dan berinvestasi secara kecil-kecilan merupakan indikator awal dari peningkatan literasi finansial.

Dari segi komunikasi, keberhasilan Timothy juga dapat dijelaskan melalui pendekatan *persuasive communication*. Ia menggunakan kombinasi antara kredibilitas (ethos), emosi (pathos), dan logika (logos). Ethos terlihat dari reputasinya sebagai pengusaha muda sukses yang memahami dunia finansial. Pathos muncul melalui cara penyampaian yang memotivasi dan membangkitkan semangat audiens. Sedangkan logos ditunjukkan lewat penjelasan yang rasional dan data pendukung yang mudah dipahami. Ketiga aspek ini bekerja secara bersamaan untuk menciptakan kepercayaan dan mendorong perubahan perilaku finansial penonton.

Lebih jauh lagi, konten ini juga memperlihatkan fenomena *peer influence* atau pengaruh sebaya di ranah digital. Banyak penonton yang terinspirasi karena melihat tokoh muda

yang berhasil secara finansial, bukan dari kalangan akademik atau institusi formal. Hal ini menunjukkan pergeseran paradigma bahwa edukasi keuangan tidak lagi dimonopoli oleh lembaga keuangan atau institusi pendidikan, tetapi juga dapat muncul dari individu yang memiliki pengalaman nyata. Menurut penelitian OECD (2024), pembelajaran yang berasal dari figur yang dianggap *relatable* akan lebih mudah diterima oleh generasi muda karena adanya identifikasi diri antara audiens dan pembicara.

Selain memengaruhi perilaku finansial individu, video ini juga berkontribusi terhadap perubahan sikap sosial di kalangan remaja. Banyak komentar yang menunjukkan kesadaran baru untuk tidak mengikuti gaya hidup konsumtif dan lebih fokus pada tujuan jangka panjang. Misalnya, prinsip “*Always have cash*” yang disampaikan Timothy mendapat banyak respon positif karena dianggap realistis dan aplikatif. Prinsip ini menumbuhkan kesadaran bahwa stabilitas finansial bukan hanya tentang seberapa besar penghasilan, tetapi seberapa baik seseorang mengelola uangnya. Hal ini konsisten dengan teori literasi finansial menurut OJK (2017), yang menekankan keseimbangan antara pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam pengelolaan keuangan.

Berdasarkan pola komentar, terlihat pula bahwa sebagian besar audiens menganggap konten ini sebagai bentuk pendidikan alternatif yang menggantikan kekurangan sistem

pendidikan formal. Beberapa komentar seperti “hal seperti ini seharusnya diajarkan di sekolah” menjadi bukti bahwa remaja sebenarnya memiliki minat tinggi terhadap edukasi finansial, hanya saja wadah formal belum cukup memfasilitasi kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, YouTube berfungsi sebagai *bridge of learning*, jembatan antara dunia akademik dan kebutuhan praktis masyarakat muda. Konsep ini sejalan dengan pandangan Krippendorff (2018) bahwa media digital berperan sebagai ruang diskursif tempat pengetahuan sosial diproduksi dan disebarkan.

Selain aspek edukatif, video “7 Aturan Uang” juga menciptakan dampak psikologis yang positif. Banyak penonton mengaku menjadi lebih optimistis dan termotivasi untuk memperbaiki kondisi finansialnya. Dorongan emosional semacam ini merupakan salah satu ciri khas komunikasi inspiratif, yang tidak hanya mengedukasi tetapi juga menggerakkan tindakan. Dalam literatur komunikasi massa, hal ini dikenal sebagai efek *transformative learning*, di mana individu mengalami perubahan pola pikir setelah terpapar informasi tertentu secara mendalam.

Namun, penting untuk dicatat bahwa meskipun pengaruh positifnya cukup besar, efektivitas konten edukatif digital tetap bergantung pada konteks penerimaan audiens. Tidak semua penonton akan menafsirkan pesan dengan cara yang sama. Faktor seperti latar belakang pendidikan, kondisi

ekonomi keluarga, dan pengalaman pribadi akan memengaruhi sejauh mana pesan dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian lanjutan untuk menilai dampak jangka panjang dari konsumsi konten edukatif seperti ini terhadap perilaku finansial remaja.

Di sisi lain, keberhasilan Timothy Ronald juga memberikan pelajaran penting bagi para pembuat konten edukatif lainnya. Ia menunjukkan bahwa kredibilitas tidak harus dibangun melalui status akademik, melainkan melalui konsistensi, kejujuran, dan relevansi pesan dengan kebutuhan audiens. Strategi penyampaian yang bersifat *storytelling* seperti berbagi pengalaman pribadi dan contoh kasus nyata terbukti lebih efektif dibandingkan penyampaian yang kaku dan penuh teori. Hal ini menjadi acuan penting bagi para edukator dan lembaga pendidikan untuk mulai beradaptasi dengan pola komunikasi digital yang lebih dialogis dan kontekstual.

Terakhir, dari perspektif sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa konten “7 Aturan Uang” memiliki relevansi yang tinggi terhadap kondisi ekonomi generasi muda di era digital. Dengan meningkatnya akses internet dan penetrasi media sosial, remaja kini memiliki kesempatan lebih luas untuk belajar mandiri. Konten seperti ini dapat menjadi bagian dari solusi untuk mengatasi rendahnya indeks literasi keuangan nasional. Jika dikembangkan lebih lanjut, pendekatan edukatif

berbasis konten kreatif bisa menjadi strategi efektif bagi pemerintah dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan kesadaran finansial di kalangan generasi muda Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis isi terhadap konten "7 Aturan Uang" oleh Timothy Ronald dan tanggapan penontonnya di YouTube, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut memiliki relevansi tinggi terhadap peningkatan literasi keuangan remaja. Isi konten tersebut menyampaikan beberapa prinsip-prinsip dasar dalam pengelolaan keuangan seperti pentingnya menabung, berpikir jangka panjang, serta membentuk kesiapan dalam menghadapi kondisi darurat yang memerlukan keuangan.

Penelitian ini menemukan bahwa Sebagian besar penonton mengalami perubahan pola pikir dan kesadaran finansial setelah menonton konten tersebut. Mereka menilai bahwa pesan yang disampaikan mudah dipahami, realistis, dan sesuai dengan pengalaman kehidupan remaja masa kini. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya YouTube, memiliki peran yang penting sebagai sarana pembelajaran nonformal yang mampu menumbuhkan literasi keuangan generasi muda melalui pendekatan yang lebih personal namun juga kontekstual.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa literasi keuangan bukan hanya tanggung jawab lembaga pendidikan formal, tetapi merupakan

tanggung jawab kolektif berbagai pihak, termasuk masyarakat dan pelaku industri kreatif digital. Konten seperti yang dibuat oleh Timothy Ronald menunjukkan bahwa edukasi dapat dikemas secara ringan namun tetap bermakna, sehingga dapat menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya kurang tertarik dengan isu keuangan.

Dengan meningkatnya peran teknologi informasi dan akses terhadap media sosial, remaja kini memiliki peluang yang lebih luas untuk belajar mandiri dan membangun kesadaran finansial sejak dini. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, akademisi, dan praktisi di bidang komunikasi untuk terus mendorong terciptanya ekosistem digital yang sehat dan edukatif. Upaya kolaboratif ini akan memperkuat kapasitas generasi muda dalam mengelola keuangan secara bijak di tengah tantangan ekonomi global yang semakin dinamis.

Ke depannya, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan meninjau dampak jangka panjang dari konsumsi konten edukatif digital terhadap perilaku keuangan remaja. Pendekatan kualitatif mendalam atau studi longitudinal dapat digunakan untuk mengukur perubahan nyata dalam kebiasaan finansial setelah terpapar konten edukatif serupa. Selain itu, perbandingan antara konten dari berbagai kreator juga bisa menjadi kajian menarik untuk mengetahui strategi komunikasi mana yang paling

efektif dalam meningkatkan literasi keuangan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa konten edukatif di media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana transformasi sosial, khususnya dalam meningkatkan kesadaran finansial generasi muda Indonesia. Melalui penyampaian yang relevan, inspiratif, dan berbasis pengalaman nyata, media digital seperti YouTube mampu menjadi ruang pembelajaran nonformal yang berpengaruh dalam membentuk pola pikir, sikap, serta perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab. Dengan memanfaatkan potensi ini secara optimal, diharapkan literasi keuangan masyarakat Indonesia dapat meningkat secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.
- Fadilah, A., & Handoko, T. (2025). Efektivitas konten finansial di YouTube terhadap pemahaman literasi keuangan remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Digital*, 7(1), 33–42.
- Hartono, S., & Wibisono, E. (2023). Strategi peningkatan literasi keuangan generasi muda melalui media sosial. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 91–103.
- Hidayat, N., & Yusuf, R. (2024). Edukasi finansial berbasis media digital: Studi pada generasi Z. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 21–30.
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lestari, D., & Arifin, M. (2025). Dampak konten edukatif digital terhadap perilaku finansial pelajar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(2), 77–89.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. GESIS.
- Nugraha, H., & Putra, M. (2024). Literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 72–85.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *PISA 2022 results (Volume IV): Financial literacy*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi nasional literasi*

- keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Puspitasari, V. (2025). Pembelajaran nonformal melalui platform YouTube sebagai media edukasi finansial. *Jurnal Pendidikan Digital*, 10(2), 99–110.
- Putri, R. D., & Sari, A. M. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku finansial generasi Z di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 19(1), 45–56.
- Rahardjo, D., & Malik, A. (2025). Literasi keuangan digital pada generasi muda di era ekonomi kreatif. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 14(1), 67–80.
- Rahman, A. F., & Nur, D. S. (2024). Peran media sosial terhadap peningkatan literasi keuangan remaja. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Media*, 12(2), 88–99.
- Rahmawati, N. (2021). Peran media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan generasi milenial. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 34–47.
- Santoso, B., & Kurniawan, A. (2023). Pengaruh konten edukatif media sosial terhadap perilaku keuangan siswa SMA. *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 8(2), 55–64.
- Sari, N., & Nugroho, M. (2025). Digital financial literacy and youth empowerment in Indonesia. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 38(3), 123–135.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE Publications.
- Setiawan, D. (2023). Media sosial sebagai sarana literasi keuangan masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(3), 112–121.
- Timothy, R. (2022). *7 aturan uang* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/wda2gHdLcZw?si=kR5wOf19T6PpyeFA>
- Utami, R. P., & Hasanah, D. (2023). Peran media digital dalam edukasi keuangan masyarakat muda. *Jurnal Media dan Literasi Digital*, 5(2), 101–114.
- Wibowo, R., & Anggraini, F. (2024). Analisis persepsi remaja terhadap konten finansial di media digital. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi*, 5(1), 54–66.
- Wijayanti, L., & Dewi, K. (2023). Pemanfaatan media digital sebagai sarana pembelajaran nonformal. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 9(3), 44–52.
- Wulandari, I., & Setiawan, T. (2024). The role of YouTube content in shaping youth financial behavior. *International Journal of Digital Education*, 6(1), 22–34.