

PEMAKNAAN KONTEN PSIKOLOGI KEUANGAN OLEH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

¹Victoria Angelina, ²Merry Fridha Tri Palupi, ³Herlina Kusumaningrum

¹²³Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

vangelincp01@gmail.com

Abstract

Self Development is an issue that has attracted the attention of the public lately and has become important to discuss because it has a significant influence on the internal side such as psychological and emotional conditions as well as the external side of the individual which includes the social sphere where the two aspects themselves ultimately affect a person in terms of thinking, behaving and interacting with others. The pattern of thinking that affects individuals in the context of self development can actually lead to various aspects, for example regarding finance, finance itself is a fairly sensitive issue and can shape a person's personality based on the amount of funds owned. Reflecting on the structure of Abraham Maslow's hierarchy of needs theory, self-development and finance are included in basic needs, if basic needs are not met, other needs cannot be met. Satu Persen briefly through a 10 to 25 minute video show educates its followers, especially generation Z regarding financial management through a YouTube channel with the topic of Financial Psychology. This study seeks to know the reception by six informants, namely Communication Science Students at the University of August 17, 1945 Surabaya regarding the Financial Psychology video show on the Satu Persen YouTube channel, for this reason the research method used is Stuart Hall's reception analysis. The results showed that there were three types of active audiences according to Stuart Hall in this study including Hegemonic Dominant Position totaling three informants, Negotiated Position totaling two informants and Oppositional Position totaling one informant. The receptions conveyed by the informants are based on a fairly critical mindset and based on existing realities, experiences and also the environmental conditions around the informants.

Keywords: Reception Analysis, Finance, Self-Development, Financial Psychology and Satu Persen.

Abstrak

Pengembangan diri merupakan isu yang menarik perhatian masyarakat belakangan dan menjadi penting untuk dibahas karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sisi internal seperti kondisi psikis dan emosional serta sisi eksternal individu yang mencakup lingkup sosial di mana kedua aspek itu sendiri pada akhirnya mempengaruhi seseorang dalam hal berpikir, bertindak laku dan berinteraksi dengan sesama. Pola berpikir yang mempengaruhi individu dalam konteks pengembangan diri sejatinya dapat menjurus pada berbagai macam aspek contohnya perihal keuangan, keuangan sendiri merupakan isu yang terbilang sensitif dan dapat membentuk kepribadian seseorang berdasarkan besaran dana yang dimiliki. Berkaca pada susunan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow pengembangan diri dan keuangan termasuk dalam kebutuhan mendasar, jika kebutuhan mendasar tidak terpenuhi maka kebutuhan lainnya tidak dapat terpenuhi. Satu Persen secara

singkat melalui tayangan video berdurasi 10 sampai dengan 25 menit mengedukasi para pengikutnya utamanya generasi Z perihal pengelolaan keuangan melalui kanal *youtube* dengan topik Psikologi Keuangan. Penelitian ini berupaya untuk diketahui resepsinya oleh enam orang informan yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terkait tayangan video Psikologi Keuangan yang terdapat pada kanal *youtube* Satu Persen, untuk itu metode penelitian yang digunakan adalah analisis resepsi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga tipe khalayak aktif menurut Stuart Hall dalam penelitian ini diantaranya *Hegemonic Dominant Position* berjumlah tiga orang informan, *Negotiated Position* berjumlah dua orang informan dan *Oppositional Position* berjumlah satu orang informan. Resepsi yang disampaikan oleh para informan berdasarkan pada pola pikir yang cukup kritis dan berdasarkan pada realita yang ada, pengalaman dan juga kondisi lingkungan sekitar informan.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Keuangan, Pengembangan Diri, Psikologi Keuangan dan Satu Persen.

Pendahuluan

Pengembangan diri menjadi salah satu isu yang menarik untuk dikaji karena pengembangan diri erat kaitannya dengan upaya seseorang dalam mengekspresikan dirinya sebab terdapat beberapa faktor internal maupun eksternal seperti minat, keterbukaan diri dan kondisi lingkungan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam merespon suatu kejadian yang dihadapi (Alfazani dan Khoirunisa A, 2021:587-588). Pengembangan diri memiliki keterkaitan dengan berbagai macam aspek internal kehidupan manusia baik secara internal maupun eksternal keduanya berkaitan erat dengan upaya manusia untuk mengembangkan dirinya agar dapat menjadi sosok yang lebih baik lagi, salah satu contohnya perihal keuangan. Gen Z lebih memilih untuk mengembangkan minat dan bakat yang dimiliki secara digital dengan memanfaatkan teknologi baru seperti handphone (HP) dan PC serta mengutamakan memperoleh pengalaman kerja dan memperoleh sesuatu yang baru dibandingkan mengelola keuangan untuk digunakan menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat seperti investasi (Katz dkk dalam Witte, 2022). Keuangan erat kaitannya dengan kegiatan manajemen, Irfani dalam Handayani (2020) memaknainya sebagai sebuah kegiatan mencari, mengelola dan menggunakan sebuah dana seefisien mungkin agar tujuan perorangan atau lembaga dapat tercapai. Pengaruh teknologi baru tersebut nyatanya juga mempengaruhi generasi Z dalam mengelola keuangan, generasi Z diketahui menabung dana yang dimiliki bukan melalui ATM melainkan dompet elektronik (e-wallet) seperti *gopay*, *ovo*, *shopeepay* dan lain-lain. Disamping itu generasi Z juga memanfaatkan sistem kredit baik melalui *online (paylater* pada *e-wallet*) atau melalui beberapa bank yang telah resmi terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tercatat bahwa sekitar 71% responden diantaranya memiliki lonjakan kartu kredit dalam jumlah yang cukup banyak dan terus bertambah setiap tahunnya (Ward, 2019).

Sejatinya keuangan penting untuk dikelola agar dapat meningkatkan taraf hidup dan memberikan kemudahan bagi diri sendiri, namun adanya pola pemikiran takut tertinggal zaman dan hidup hanya satu kali membuat generasi Z lebih memprioritaskan gaya hidup serta membayar tagihan keuangan mereka. Seperti halnya pengembangan diri sejatinya keuangan

juga merupakan salah satu aspek yang penting dalam hidup kita dan penggunaan uang sejatinya dapat mempengaruhi dan mengindikasikan perilaku serta kebiasaan individu melalui beragam aspek seperti emosional dan sosial menurut Morgan Housel dalam *The Psychology of Money* (2020) dalam Rovieq (2022). Adanya fakta tersebut menjadikan salah satu *start up* pendidikan di bidang digital yaitu Satu Persen yang memiliki visi per tahun 2019 untuk menciptakan *awareness* terkait masalah pengembangan diri dan kesehatan mental di Indonesia utamanya pada generasi Z, adapun salah satu misinya adalah memberikan edukasi melalui *youtube*. Konten yang dipublikasikan pada akun *youtube* Satu Persen cukup terdistribusi, terdapat berbagai macam topik pembahasan terkait isu pengembangan diri dan kesehatan mental salah satunya Psikologi Keuangan di mana konten tersebut memuat edukasi terkait upaya mengelola keuangan dengan baik, dampak yang diperoleh saat seseorang berhutang dan lain-lain yang disertai dengan data berupa riset dalam skala Internasional.

Penelitian ini menggunakan metode sekaligus teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall (1972) yang mana secara sederhana membahas terkait terjadinya proses *encoding-decoding* atas konten Psikologi Keuangan yang disajikan Satu Persen melalui akun *youtubenya*. Penelitian ini menghasilkan tiga tipe khalayak aktif menurut Stuart Hall diantaranya adalah *Hegemonic Dominant Position*, *Negotiated Position* dan *Oppositional Position* di mana khalayak menjadi beragam karena informasi yang diterima oleh audiens cukup banyak dan terdapat perbedaan pengalaman, sosial dan kultural. Terdapat penelitian terdahulu diantaranya bertujuan untuk memaknai isi pesan yang berhubungan dengan isi pesan pada suatu iklan oleh Mailasari dan Wahid (2020), pemaknaan terhadap penggunaan dana saat berbelanja oleh Purnamasari dan Tutiasri (2021) dan interpretasi khalayak atas pengaruh usia pada suatu film terhadap serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh aktor utama film tersebut oleh Chumairo dan Indriastuti (2022). Adapun yang menjadikan penelitian terdahulu dengan penelitian ini berbeda sehingga memunculkan kebaruan adalah topik yang dikaji yakni Psikologi Keuangan pada beberapa tayangan video yang terdapat pada kanal *youtube* objek penelitian.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini memuat analisis resepsi oleh Stuart Hall tahun 1972 yang secara sederhana membahas terkait terjadinya proses *encoding-decoding* atas konten Psikologi Keuangan yang disajikan Satu Persen melalui akun *youtubenya*. Penelitian ini menghasilkan tiga tipe khalayak aktif menurut Stuart Hall berkaitan dengan penerimaan dan penolakan suatu pesan, diantaranya adalah *Hegemonic Dominant Position*, *Negotiated Position* dan *Oppositional Position* di mana khalayak menjadi beragam karena informasi yang diterima oleh audiens cukup banyak dan terdapat perbedaan pengalaman, sosial dan kultural. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif untuk itu peneliti akan memberikan gambaran secara rinci dan detail atas pemaknaan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya terhadap konten “Psikologi Keuangan” yang terdapat pada kanal *youtube* Satu Persen, adapun untuk melakukan pengumpulan data terdapat empat macam teknik yang dilakukan diantaranya wawancara yang berlangsung secara virtual dengan memanfaatkan *platform zoom meeting*, studi pustaka guna melengkapi sekaligus menyempurnakan penelitian ini melalui jurnal penelitian terdahulu, *e-books* dan website

selain itu juga terdapat observasi secara langsung yang peneliti lakukan melalui website dan akun *youtube* Satu Persen dan dokumentasi berupa video dan audio saat melakukan wawancara. Pengolahan data dilakukan dengan cara mendengarkan audio hasil wawancara, menguraikan serta melakukan transkrip secara keseluruhan terhadap hasil wawancara.

Hasil dan Pembahasan

Satu Persen *Indonesian Life School* merupakan sebuah perusahaan *startup* di bidang pendidikan berbasis digital yang secara resmi dibentuk pada pertengahan tahun 2019 silam oleh Ifandi Khainur Rahim (Evan) dan Rizky Andriawan (Rizky). Visi yang ditetapkan oleh Satu Persen adalah menciptakan awareness terkait isu pengembangan diri dan kesehatan mental dengan misi mereka salah satunya adalah memberikan edukasi yang berkaitan dengan kedua isu tersebut melalui media sosial salah satunya *youtube*, *youtube* memuat publikasi konten yang lebih tertata dan cukup beragam salah satunya dengan kehadiran konten Psikologi Keuangan. Konten Psikologi Keuangan merupakan sebuah konten bersifat edukasi dengan durasi minimal 10 menit dan maksimal 25 menit yang memuat edukasi terkait upaya manajemen keuangan dengan baik dengan harapan para penonton konten tersebut dapat mewujudkannya dalam keberlangsungan hidup mereka sehari-hari, Disamping itu konten Psikologi Keuangan memuat pembahasan terkait dampak yang diperoleh jika seseorang memutuskan untuk berhutang, pertimbangan saat mengeluarkan dana untuk keperluan tertentu dan lain-lain.

Publikasi konten Psikologi Keuangan dilakukan sebanyak satu sampai dengan tiga kali dalam kurun waktu satu bulan karena konten tersebut bersifat *campaign* sehingga waktu publikasi menjadi terbatas sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan pihak Satu Persen dan konten terbagi menjadi beberapa episode adapun per April 2023 silam konten Psikologi Keuangan mencapai total keseluruhan yakni 12 episode namun dalam penelitian ini hanya terdapat 4 video yang menjadi kajian bagi para informan yakni Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk di resepsi makna dan isi pesannya. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam penelitian ini memiliki peranan sebagai subjek penelitian untuk melakukan resepsi terhadap konten Psikologi Keuangan yang terdapat pada akun *youtube* Satu Persen, mahasiswa tersebut terdiri dari enam orang informan yang terpilih berdasarkan kategori yang telah ditetapkan.

Adapun keempat tayangan video konten Psikologi Keuangan pada akun *youtube* Satu Persen yang menjadi bahan resepsi bagi para informan diantaranya adalah Cara Utang Menghancurkan Dunia dan Hidup di mana secara ringkas video tersebut memuat informasi terkait sistem kerja hutang dan pemberian saran sebagai bahan pertimbangan bagi seseorang sebelum memutuskan untuk menghamburkan dana yang dimiliki, Boros Berkedok Self Reward berkaitan dengan pernyataan bahwa sebagian besar manusia dari berbagai macam status ekonomi berusaha untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan hidup mereka, Kaya vs Bahagia memuat pembahasan terkait pandangan sebagian besar orang yang menganggap bahwa uang dapat membeli segala sesuatu serta memuaskn individu walau sejatinya untuk memperoleh suatu kebahagiaan terdapat berbagai macam cara yang dapat dilakukan dan 5 Tips Mengelola Keuangan yang mana video tersebut memuat intisari dari

beberapa rekomendasi yang diberikan oleh Satu Persen pada bagian akhir beberapa video yang terdapat pada konten Psikologi Keuangan. Resepsi para informan tidak hanya berdasarkan pada konten Psikologi Keuangan yang terdapat pada kanal *youtube* Satu Persen melainkan juga terhadap pemahaman informan terkait keuangan secara umum seperti makna, cara mengelola dan cara pandang terhadap beberapa hal yang berkaitan dengan keuangan.

Resepsi yang dilakukan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap konten Psikologi Keuangan yang terdapat pada akun *youtube* Satu Persen pada akhirnya menghasilkan tiga tipe khalayak aktif menurut Stuart Hall diantaranya *Hegemonic Dominant Position* di mana khalayak menerima secara menyeluruh pesan yang disampaikan oleh media, dalam penelitian ini terdapat tiga orang informan yang berada pada posisi tersebut di antaranya Dzaki Widiyanto, Dhanang Pandu dan Fariz Abdillah. Selain itu juga terdapat *Negotiated Position* yang mana khalayak tidak sepenuhnya menerima namun juga tidak sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan oleh media dalam penelitian ini terdapat dua orang informan yang berada pada posisi negosiasi diantaranya Novia Herawati dan Khorida Kartikawati. Disamping itu juga terdapat *Oppositional Position* yang mana informan menolak sepenuhnya pesan yang disampaikan media, adapun dalam penelitian ini terdapat satu orang informan yaitu Kein Reyis Heralia yang berada pada posisi tersebut. Adapun hasil resepsi informan pada tiap-tiap posisi diantaranya adalah perihal keuangan secara umum berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh Satu Persen pada konten Kaya vs Bahagia terkait uang yang dianggap segalanya dan mampu memberi kebahagiaan adalah informan yang berada pada posisi *Hegemonic Dominant* menyetujui hal tersebut dan menganggap bahwa terkadang ada dampak positif yang dapat diperoleh.

“Ya kalau manusia sendiri tuh emang uang bisa dibilang memang berdampak besar ya. Contohnya itu kayak dampaknya kita bisa memiliki fasilitas yang paling bagus atau bisa memilih fasilitas yang paling baik contohnya kayak di bidang pendidikan semisal kalau kita finansial kita lebih baik atau istilahnya ekonomi kita menengah ke atas kita bisa masuk sekolah atau universitas yang sekiranya itu mahal tapi kualitasnya juga baik. Sedangkan kalau finansial menengah ke bawah mungkin kita juga ya kita masuk ke sektor pendidikannya juga terbatas *budget*-nya atau mungkin kita harus pilih-pilihnya juga terbatas. Enggak bisa seleluasa yang ekonominya menengah ke atas.” (**Informan Dhanang Pandu, interview, 19 April 2023**)

Dari resepsi yang disampaikan oleh salah seorang informan pada posisi *Hegemonic Dominant* dapat disimpulkan bahwa pemikiran yang cukup realistis, sebab benar adanya bahwa seiring berkembangnya waktu segala sesuatu membutuhkan dana. Prinsip sebagian besar orang pada era saat ini adalah jika ada kualitas maka ada harga yang artinya kualitas baik dapat diperoleh jika kita juga bersedia memberikan harga yang cukup besar. Sementara itu bagi kedua orang informan yang berada pada posisi negosiasi menganggap bahwa uang memang segala sesuatu yang dapat memuaskan seseorang namun hanya bersifat sementara.

”Tapi kalau dari yang aku lihat dari salah satunya nih kan sebelumnya Kakak kirim aku beberapa video itu, aku melihat dari konten itu aku juga ngerasa kalau kita uang ini tuh gak segalanya gitu loh. Jadi mungkin dari misalnya kita mau pengalaman *experience*

apa gitu tapi emang butuh uang juga. Misalnya kita mau *experience* ke luar negeri tuh, pasti kan kita harus ada *budget* uang tuh. Jadi bisa aja segalanya, Kak. Tapi kalau buat kayak pengalaman buat kita bener-bener puas itu kayaknya enggak deh.” (**Informan Khorida Kartikawati, interview, 19 April 2023**).

Bagi informan pada posisi negosiasi menurutnya sebuah pengalaman dan momen-momen penting akan lebih berkesan jika dibandingkan dengan kepuasan saat seseorang membeli sebuah barang, hal tersebut juga berkaitan dengan salah satu pertanyaan yang diajukan Satu Persen pada salah satu tayangan konten Psikologi Keuangan. Bagi informan yang berada pada posisi oposisi tentu menolak, informan menganggap tidak semua hal dapat diperoleh melalui uang contohnya adalah momen. Dari keseluruhan konten Psikologi Keuangan, informan yang berada pada posisi oposisi sangat menolak pernyataan ataupun rekomendasi yang berhubungan dengan masalah perhutangan karena pengalaman di mana sang paman mengalami kebangkrutan karena terlalu berfoya-foya untuk itu sang ayah sebelum juga mengalami kebangkrutan pada tahun 2006 mengajarkan informan dan 2 orang saudaranya untuk hidup sederhana.

“Bahagia, lebih memuaskan dibandingin kalau beli satu tapi besar. Nah, tapi aku nggak sih, karena di hidupku tuh aku bukan tipe orang yang suka nyicil paham nggak? Nah, konsep yang mereka tawarkan itu seperti nyicil menurutku ya yang aku pahami dari statement bawah lebih menyenangkan untuk beli kecil-kecil daripada satu tapi besar. Itu menurutku seperti nyicil dan aku nggak terlalu suka dengan statementnya.” (**Informan Kein Reysis, interview, 5 Mei 2023**).

Begitupun juga dengan informan dari berbagai macam posisi walaupun realitanya para informan menghindari perhutangan namun bagi informan pada posisi *Hegemonic Dominant* menyetujui pernyataan bahwa kemungkinan bagi generasi Z berhutang untuk foya-foya karena generasi tersebut dianggap masih belum mampu membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Berbeda dengan informan pada posisi *Negotiated* yang menganggap bahwa perhutangan untuk foya-foya khususnya di era saat ini sangat mungkin terjadi namun tidak selamanya hutang hanya untuk pemenuhan keinginan seseorang melainkan juga untuk kebutuhan pokok dan lain-lain sebagainya.

Menurut informan perihal pembelian barang untuk mencapai validasi bagi informan yang berada pada posisi *Hegemonic Dominant* hal tersebut sangat mungkin terjadi karena pengalaman salah seorang informan yang membeli barang dan meminta validasi karena adanya tujuan terselubung, bagi informan pada posisi *Negotiated* menganggap bahwa validasi mungkin saja dilakukan namun kembali kepada kepribadian masing-masing individu sehingga penting untuk kita mengetahui kepribadian seseorang terlebih dahulu sedangkan untuk informan pada posisi *Oppositional* menolak pernyataan tersebut karena tidak ada manfaat yang diperoleh dari validasi menurut informan, ia mengembalikannya kepada kepribadian masing-masing individu. Para informan dari berbagai tipe khalayak menyetujui saran yang diberikan Satu Persen untuk mengubah gaya hidup dan relasi agar keuangan seseorang tidak mendapatkan pengaruh buruknya namun pengecualian bagi informan pada posisi negosiasi menganggap bahwa hal tersebut sejatinya kembali kepada niat dan kemampuan masing-masing individu untuk menahan diri.

Kesimpulan

Satu Persen merupakan salah satu perusahaan *start up* bidang teknologi berbasis digital yang memiliki fokus pembahasan terkait masalah pengembangan diri dan kesehatan mental, visi mereka adalah menumbuhkan *awareness* terkait masalah pengembangan diri dan kesehatan mental di Indonesia adapun salah satu misinya adalah memberikan edukasi terkait isu pengembangan diri dan kesehatan mental melalui media sosial mereka salah satunya *Youtube*. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi untuk itu terdapat tiga tipe khalayak aktif menurut Stuart Hall diantaranya *Hegemonic Dominant Position*, *Negotiated Position* dan *Oppositional Position*. Penentuan tipe khalayak berdasarkan pada pernyataan yang ada pada konten Psikologi Keuangan dan sejumlah pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terkait keuangan secara umum seperti makna dan pengelolaan keuangan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Dari hasil penelitian di lapangan dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa hal yang membentuk para informan dalam menyampaikan resepsi terkait konten Psikologi Keuangan yang terdapat pada kanal *youtube* Satu Persen adalah pola pikir, pengalaman dan juga kondisi sosial atau lingkungan (keluarga dan kerabat).

Saran

Bagi penyaji konten yaitu Satu Persen dalam upaya penyajian konten berupa edukasi melalui kanal *youtube* yang dimiliki agar tetap mempertahankan strategi yang digunakan dalam proses *encoding-decoding* pesan di mana penyampaian informasi disertai dengan data hasil riset namun dapat menambah sedikit variasi seperti animasi atau *background* agar penonton video tidak merasa bosan mengingat durasi video cukup panjang dan bersifat edukatif. Bagi penonton untuk lebih aktif mengikuti konten Satu Persen tanpa perlu adanya pemilihan durasi mengingat tujuan mengikuti Satu Persen adalah untuk memperoleh sebuah edukasi dan Bagi peneliti sendiri peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan untuk itu peneliti berharap agar peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian serupa terkait analisis resepsi atau keuangan dalam konteks Ilmu Komunikasi dapat melakukan analisa dengan lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Alfazani, M. R., & Khoirunisa A, D. (2021). Faktor Pengembangan Potensi Diri: Minat/Kegemaran, Lingkungan Dan Self Disclosure (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 586–597. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.487>
- Chumairo, N. A., & Indriastuti, Y. (2022). Analisis Resepsi Milenial Terhadap Ageisme Pada Film Senior Year. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 13(2), 69–78. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v13i2.5336>
- Handayani, F. (2020). Analisa Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Repository Stie Jakarta*, 2004, 6–25.
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada

Komunikasi, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/jkom>

Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video ‘Belanja Gak Aturan’ dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby. *Representamen*, 7(01), 79–91.

<https://doi.org/10.30996/representamen.v7i01.5129>

Rovieq, F. A. (2022). *Mengelola Keuangan Lebih Baik dengan Memahami Psychology of Money*. Blog Jenius.

<https://www.jenius.com/highlight/detail/mengelola-keuangan-lebih-baik-dengan-memahami-psychology-of-money>

Ward, P. (2019). *FOMO debt on the rise: Nearly 50% of millennials overspend to keep up with friends*.

<https://www.creditkarma.com/insights/i/fomo-rise-half-millennials-overspend-to-keep-up-survey>

Witte, M. de. (2022). *Gen Z are not ‘coddled.’ They are highly collaborative, self-reliant and pragmatic, according to new Stanford-affiliated research*.

<https://news.stanford.edu/2022/01/03/know-gen-z/>