

PERAN MEDIA SOSIAL DAN INFLUENCER FINANSIAL TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM MAHASISWA: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Fadali Rahman¹, Alif Putri Ramadani², Maulany Nur Fajariyah³, Mohammad Redy⁴

fadali.rahman@unira.ac.id¹, alifputriramadani60@gmail.com², lorabalap2929@gmail.com³,

redy1002@gmail.com⁴

Universitas Madura

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah pola akses informasi keuangan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media edukasi investasi yang didukung oleh kehadiran influencer finansial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis peran media sosial dan influencer finansial dalam membentuk minat investasi saham mahasiswa melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Metode penelitian mengacu pada protokol PRISMA dengan menelaah artikel ilmiah yang dipublikasikan pada periode 2018–2024. Proses seleksi menghasilkan 20 artikel relevan yang dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola temuan penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan literasi dan akses informasi investasi, sementara influencer finansial berkontribusi dalam membangun kepercayaan serta mendorong minat investasi saham mahasiswa. Temuan ini memberikan implikasi bagi pengembangan literasi keuangan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi investasi di lingkungan perguruan tinggi.

Kata Kunci: Media Sosial, Influencer Finansial, Minat Investasi, Mahasiswa, Systematic Literature Review

ABSTRACT

The development of social media has changed the pattern of access to financial information among the younger generation, particularly students. Social media functions not only as a means of communication but also as a medium for investment education, supported by the presence of financial influencers. This study aims to systematically examine the role of social media and financial influencers in shaping students' stock investment interest through a Systematic Literature Review (SLR) approach. The research method refers to the PRISMA protocol, reviewing scientific articles published between 2018 and 2024. The selection process resulted in 20 relevant articles that were analyzed qualitatively to identify patterns in the research findings. The results indicate that social media plays a significant role in increasing investment literacy and access to investment information, while financial influencers contribute to building trust and encouraging students' interest in stock investment. These findings have implications for the development of financial literacy and the use of social media as a means of investment education in higher education settings.

Keywords: Social Media, Financial Influencers, Investment Interest, Students, Systematic Literature Review

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong peningkatan penggunaan media sosial dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan dan investasi. Media sosial kini tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai media penyebaran informasi dan edukasi keuangan. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital merupakan kelompok yang paling intensif memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi, termasuk informasi terkait investasi saham.

Seiring dengan perkembangan tersebut, muncul fenomena influencer finansial yang secara aktif menyajikan konten edukasi, pengalaman, serta pandangan pribadi mengenai investasi saham melalui berbagai platform media sosial. Influencer finansial dinilai mampu menyederhanakan informasi investasi yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Kredibilitas dan gaya komunikasi influencer finansial berpotensi memengaruhi persepsi serta minat mahasiswa terhadap investasi saham.

Minat investasi saham di kalangan mahasiswa menjadi aspek penting dalam upaya meningkatkan partisipasi generasi muda di pasar modal. Namun, tingkat literasi dan minat investasi mahasiswa masih relatif beragam dan dipengaruhi oleh keterbatasan akses terhadap informasi yang kredibel. Oleh karena itu, diperlukan kajian sistematis yang merangkum temuan penelitian terdahulu untuk memahami peran media sosial dan influencer finansial dalam membentuk minat investasi saham mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan mengacu pada pedoman PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses). Tahapan penelitian meliputi identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan inklusi artikel yang relevan.

Pencarian literatur dilakukan melalui basis data Google Scholar dan portal jurnal nasional menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan media sosial, influencer finansial, minat investasi, dan mahasiswa. Artikel yang diseleksi merupakan artikel ilmiah yang dipublikasikan pada rentang tahun 2018–2024. Kriteria inklusi meliputi artikel yang membahas peran media sosial dan/atau influencer finansial dalam konteks investasi dengan subjek mahasiswa atau generasi muda. Artikel yang tidak relevan dengan topik penelitian dikeluarkan dari analisis.

Berdasarkan proses seleksi, diperoleh 20 artikel ilmiah yang memenuhi kriteria inklusi. Artikel-artikel tersebut dianalisis secara kualitatif dengan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan variabel media sosial, influencer finansial, dan minat investasi saham.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam meningkatkan minat investasi saham mahasiswa melalui penyediaan informasi yang mudah diakses dan bersifat edukatif. Berbagai penelitian mengungkapkan bahwa konten investasi yang disajikan secara visual dan interaktif di media sosial mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai pasar modal dan instrumen saham.

Selain itu, influencer finansial berperan sebagai sumber informasi yang dianggap kredibel oleh mahasiswa. Pengalaman, pengetahuan, dan gaya komunikasi influencer finansial berkontribusi dalam membangun kepercayaan serta memotivasi mahasiswa untuk mulai mempertimbangkan investasi saham. Influencer finansial tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen edukasi keuangan yang mampu menjembatani kesenjangan literasi keuangan.

Secara keseluruhan, media sosial dan influencer finansial saling melengkapi dalam membentuk minat investasi saham mahasiswa. Media sosial berfungsi sebagai platform distribusi informasi, sedangkan influencer finansial berperan dalam meningkatkan pemahaman dan kepercayaan audiens terhadap investasi saham. Temuan ini sejalan dengan teori literasi keuangan dan komunikasi pemasaran digital yang menekankan pentingnya sumber informasi yang kredibel dan mudah diakses.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Systematic Literature Review, dapat disimpulkan bahwa media sosial dan influencer finansial memiliki peran penting dalam membentuk minat investasi saham mahasiswa. Media sosial berkontribusi dalam meningkatkan akses dan literasi informasi investasi, sedangkan influencer finansial berperan dalam membangun kepercayaan dan motivasi investasi. Penelitian ini memberikan implikasi teoretis dan praktis bagi pengembangan strategi literasi keuangan berbasis digital di lingkungan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2018). Internet celebrity: Understanding fame online. Emerald Publishing.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. (2011). Who are the social media influencers? *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.
- Hastuti, R. T., & Hadi, N. U. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 123–135.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi keuangan dan minat investasi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 89–99.
- Lim, X. J., Radzol, A. R. M., Cheah, J. H., & Wong, M. W. (2017). The impact of social media influencers on purchase intention. *International Journal of Business and Management*, 12(2), 19–36.
- Mulyani, S., & Budiman, A. (2021). Media sosial sebagai sarana edukasi investasi saham. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 45–56.
- Putra, R. A., & Rahmawati, T. (2022). Peran influencer finansial dalam meningkatkan minat investasi generasi muda. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(3), 321–334.
- Tandelilin, E. (2017). Pasar modal: Manajemen portofolio dan investasi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Zhang, Y., & Leung, L. (2019). Influencer credibility and financial decision-making. *Journal of Financial Communication*, 5(1), 22–35.