

Navigasi Finansial Gen Z: Analisis Dampak Konten Kreatif dan Gaya Hidup Digital terhadap Pengelolaan Keuangan Modern

Moh Afrizal Miradji ¹, Nazwa Arzeti Raulea Kamal ², Silvia Efendi ³,
Achmad Saedi ⁴, Ramadhani Letsoin ⁵

email: afrizal@unipasby.ac.id nazwakamal96@gmail.com silviaefendi552@gmail.com
mdtwa022@gmail.com malaletsoin92@gmail.com

Program studi Akuntansi, Universitas Adi Buana Surabaya^{1,2,3,4,5}

ABSTRACT

Abstrak— Perkembangan teknologi finansial dan masifnya industri konten kreatif di era digital telah mengubah lanskap perilaku konsumsi serta pengelolaan keuangan Generasi Z (Gen Z). Di satu sisi, ekosistem digital membuka peluang monetisasi baru bagi generasi muda, namun di sisi lain, paparan konten gaya hidup hedonistik memicu perilaku konsumtif yang didorong oleh dorongan psikologis seperti Fear of Missing Out (FOMO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak konten kreatif terhadap gaya hidup digital Gen Z, memetakan risiko finansial modern seperti jeratan paylater, serta merumuskan strategi manajemen keuangan personal yang efektif. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis melalui studi literatur dan eksplorasi data sekunder, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan keuangan Gen Z sangat bergantung pada tingkat literasi keuangan digital, kontrol ego, dan penerapan mindful digital budgeting. Transformasi posisi ekonomi dari konsumen menjadi produsen kreatif menjadi salah satu solusi berkelanjutan dalam memperkuat stabilitas finansial personal di era modern.

Kata Kunci— Fintech, Gaya Hidup Digital, Generasi Z, Konten Kreatif, Manajemen Keuangan.

INTRODUCTION

Generasi Z (Gen Z) tumbuh bersama pesatnya penetrasi internet dan teknologi finansial (fintech). Sebagai digital natives, kehidupan sehari-hari mereka tidak dapat dilepaskan dari konsumsi konten kreatif di berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube. Fenomena ini menciptakan pergeseran budaya konsumsi yang masif.

Di satu sisi, perkembangan ekonomi digital membuka peluang bagi Gen Z untuk mendapatkan pendapatan secara mandiri melalui industri kreatif misal: content creator, affiliate marketer, atau freelancer](Afrizal Miradji et al., 2024). Namun di sisi lain, paparan konten gaya hidup yang dicitrakan di media sosial sering kali memicu perilaku konsumtif yang berlebihan akibat dorongan psikologis seperti Fear of Missing Out (FOMO). Kemudahan akses fitur keuangan modern seperti e-wallet, live shopping, dan sistem pembayaran tunda (paylater) semakin mengaburkan batas antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai bagaimana pola pengelolaan keuangan Gen Z di tengah ekosistem digital yang sangat dinamis ini. (Afrizal Miradji et al., 2024)

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaruh perkembangan konten kreatif terhadap perubahan gaya hidup digital Generasi Z? (2) Bagaimana potret realitas strategi pengelolaan keuangan dan risiko finansial yang dihadapi Generasi Z saat ini? (3) Bagaimana solusi manajemen strategi finansial yang efektif agar Gen Z dapat mencapai keberlanjutan ekonomi?

Tujuan yang ingin dicapai melalui penulisan karya ilmiah ini adalah: (1) Untuk menganalisis dampak konten kreatif terhadap gaya hidup dan perilaku konsumsi Generasi Z. (2) Untuk memetakan strategi pengelolaan keuangan serta risiko-risiko finansial digital yang dihadapi Generasi Z. (3) Untuk merumuskan rekomendasi strategi mitigasi dan pengelolaan keuangan yang bijak bagi Generasi Z.

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua aspek, yaitu Manfaat Teoretis: Memberikan kontribusi ilmiah dan memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen serta manajemen keuangan personal, khususnya terkait karakteristik Generasi Z di era transformasi digital. Serta Manfaat Praktis: Menjadi bahan refleksi dan edukasi bagi Generasi Z dalam mengatur stabilitas finansial mereka, serta memberikan masukan bagi para pembuat kebijakan atau lembaga keuangan dalam merancang strategi literasi keuangan yang relevan bagi generasi muda.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena dinilai mampu memberikan pemahaman yang mendalam, kontekstual, dan komprehensif mengenai fenomena sosial yang dinamis, khususnya terkait perilaku finansial Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh ekosistem digital. Melalui metode deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, memetakan, dan menguraikan secara sistematis fakta-fakta yang ada mengenai dampak konten kreatif dan tren gaya hidup digital terhadap pola pengelolaan keuangan modern.

Adapun strategi pelaksanaan penelitian ini bertumpu pada studi literatur (library research) dan eksplorasi data sekunder. Pendekatan ini dilakukan dengan cara: (1) Studi Literatur: Mengumpulkan, menelaah, dan menyintesis berbagai literatur ilmiah, seperti jurnal nasional dan internasional, buku teks, artikel akademis, serta regulasi terkait yang relevan dengan topik penelitian. (2) Eksplorasi Data Sekunder: Menganalisis data, laporan tren, dan temuan-temuan riset terdahulu yang dirilis oleh lembaga kredibel mengenai perilaku ekonomi, preferensi konsumsi, serta habitus digital anak muda di Indonesia. Melalui integrasi kedua sumber tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan analisis yang tajam dan valid mengenai dinamika navigasi finansial Generasi Z di tengah masifnya paparan konten kreatif di media sosial.

RESULT AND DISCUSSION

A. Manajemen Strategi Individu di Era Digital

Mengadopsi pemikiran mengenai inovasi strategi, setiap individu di era digital dituntut memiliki kemampuan manajemen strategi mandiri (self-leadership). Di tengah derasnya arus informasi dan digitalisasi ekonomi, kemampuan menentukan

skala prioritas menjadi tameng utama agar alokasi sumber daya finansial pribadi tidak habis untuk konsumsi jangka pendek yang tidak produktif. (Afrizal Miradji et al., 2024)

B. Literasi Keuangan Digital dan Manajemen Risiko

Literasi keuangan di era modern tidak lagi sebatas paham cara menabung konvensional, melainkan cakupan kemampuan memahami instrumen keuangan digital (fintech) . (Andiani & Maria, 2023) Sejalan dengan fokus manajemen risiko finansial, Gen Z wajib mengenali implikasi dari produk keuangan yang mereka gunakan. Literasi keuangan digital menuntut Gen Z tidak sekadar tahu produk, melainkan harus bijak memanfaatkan serta mengontrol risiko transaksi (seperti jeratan bunga paylater atau pinjaman online ilegal) . (Sitepu, 2024)

C. Konten Kreatif sebagai Stimulus Gaya Hidup Digital Gen Z

Konten kreatif kini bekerja sebagai 'mesin pembuat tren'. Ulasan barang (review produk), video aesthetic lifestyle, serta tren self-reward yang berseliweran di media sosial menciptakan standardisasi gaya hidup baru yang menuntut validasi sosial. Akibatnya, pengeluaran Gen Z banyak terserap pada sektor non-primer seperti hiburan (konser), fashion, kopi susu kekinian, dan kegiatan 'healing' demi memenuhi tuntutan konten tersebut . (Andaresna, n.d.)

D. Potret Pengelolaan Keuangan Gen Z: Peluang Cuan dan Risiko Finansial

Realitas keuangan Gen Z menunjukkan pola yang unik dan kontradiktif. Di Sisi Produktif (Peluang): Banyak dari mereka yang adaptif dan mampu memonetisasi kreativitas digital untuk menghasilkan pendapatan mandiri secara instan sebelum lulus kuliah. Mereka juga lebih melek investasi digital (saham, reksadana, crypto) dibanding generasi sebelumnya pada usia yang sama. (Sari & Harahap, 2025) Namun di Sisi Konsumtif (Risiko): Pendapatan yang diperoleh sering kali langsung habis karena tidak diimbangi dengan dana darurat yang memadai. Kemudahan fitur paylater menjadi jebakan psikologis karena menciptakan ilusi 'mampu membeli', padahal hanya menunda utang konsumtif yang berisiko merusak skor kredit mereka di masa depan. Pada usia produktif awal (masa lajang), fokus utama seharusnya adalah Tahap Mengumpulkan Kekayaan melalui instrumen tabungan, deposito, dan investasi awal, serta meminimalkan utang konsumtif.

E. Strategi Solutif: Mindful Digital Budgeting dan Pemberdayaan Ekonomi

Untuk menghadapi gempuran konten kreatif, rekomendasinya adalah menerapkan Mindful Digital Budgeting. Pertama, Otomatisasi Alokasi Finansial: Memanfaatkan fitur 'kantong otomatis' pada bank digital segera setelah menerima pendapatan untuk memisahkan dana investasi/tabungan (minimal 20%), kebutuhan pokok (50%), dan kuota gaya hidup digital (maksimal 30%). Kedua, Transformasi Posisi Ekonomi: Mengubah peran dari sekadar konsumen konten menjadi produsen konten atau pelaku affiliate yang produktif. Dengan demikian, ekosistem digital digunakan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi penambah aset, bukan alat penghabis modal . (Afrizal Miradji et al., 2024)

CONCLUSION

A. Kesimpulan

Perkembangan konten kreatif di satu sisi memberikan peluang ekonomi baru bagi Gen Z untuk meraup cuan. Namun, di sisi lain ia membawa risiko tinggi berupa dorongan gaya hidup digital yang konsumtif. Keberhasilan pengelolaan keuangan Gen Z tidak ditentukan oleh seberapa besar pendapatan digital mereka, melainkan pada kekuatan literasi keuangan modern, pengendalian ego (FOMO), dan ketajaman dalam manajemen risiko finansial . (Wahyuni, 2025)

B. Saran

Bagi Gen Z: Diharapkan lebih bijak menentukan batasan self-reward dan menolak penggunaan paylater untuk barang habis pakai yang bersifat impulsif. Bagi Akademisi & Lembaga Keuangan: Perlu digalakkan edukasi literasi keuangan yang menggunakan pendekatan tren masa kini (bukan materi kaku) agar lebih mudah diterima oleh Generasi Z.

REFERENCES

- Afrizal Miradji, Siti Istikhoroh, Diantri Nur Anggraini, Nisha Afriliyanti, Safinatun Najah, Nabilah Alfin Nisa, & Adi Nur Endahsari, W. M. (2024). Manajemen Startegi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Majalah Ekonomi*, 29(1), 1–13. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol29.no1.a8939>
- Andaresna, A. B. , & M. A. (2025). (n.d.). *Peran media sosial TikTok dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z*.
- Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3468–3475. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
- Sari, M., & Harahap, S. (2025). Transendensi Uang di Era Digital: Pengaruh Cashless Effect terhadap Pola Konsumsi Impulsif Generasi Z dan Milenial di Bandar Lampung melalui Fintech Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 13(2), 176–195. <https://doi.org/10.61111/jakis.v13i2.1041>
- Sitepu, G. A. , & F. A. (2024). (2024). *Analisis pemanfaatan layanan paylater di era keuangan digital oleh Generasi Z*.
- Wahyuni, E. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z MAHASISWA DI MATARAM. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 6(1), 395–407. <https://doi.org/10.29303/jap.v6i1.141>