

Jurnal Pijar
Studi Manajemen dan Bisnis

<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

Vol. 4 No. 3, 2026, Hal. 175 - 183

ISSN 2963-0606 (Online)

ISSN 2964-9749 (Print)

**ANALISIS GAYA HIDUP DIGITAL GENERASI Z DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM DI KOTA BOGOR**

Bunga Agustin¹, Ce Gunawan²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Indonesia, Bekasi

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam berbagai aspek kehidupan termasuk aktivitas investasi saham. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana gaya hidup digital Generasi Z memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi saham di Kota Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap delapan informan Generasi Z yang aktif berinvestasi saham. Hasil penelitian mengungkap bahwa intensitas penggunaan perangkat digital rata-rata 8-12 jam per hari telah menjadikan media sosial, aplikasi investasi, dan komunitas online sebagai ekosistem informasi investasi yang saling terhubung. Investor berpengalaman cenderung memanfaatkan platform digital sebagai alat bantu analisis mandiri, sementara investor pemula lebih bergantung pada rekomendasi konten kreator di media sosial. Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dan information overload muncul sebagai dampak negatif dari intensitas konsumsi informasi digital yang tinggi. Di sisi lain, platform digital turut mendorong peningkatan literasi keuangan melalui konten edukasi investasi yang mudah diakses. Gaya hidup digital terbukti menjadi faktor determinan signifikan yang memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi Generasi Z, sehingga peningkatan literasi keuangan digital menjadi kebutuhan mendesak bagi investor muda.

Kata Kunci: *Gaya Hidup Digital, Generasi Z, Keputusan Investasi Saham*

Abstract

The rapid advancement of digital technology has transformed behavioral patterns, particularly among Generation Z, across various aspects of life including stock investment activities. This study aims to analyze how the digital lifestyle of Generation Z influences stock investment decision-making processes in Bogor City. A qualitative phenomenological approach was employed, utilizing in-depth interviews, observation, and documentation techniques with eight Generation Z informants who actively engage in stock investment. The findings reveal that an average digital device usage of 8–12 hours per day has established social media, investment applications, and online communities as an interconnected investment information ecosystem. Experienced investors tend to utilize digital platforms as supporting tools for independent analysis, whereas novice investors rely more heavily on content creator recommendations on social media. The phenomena of Fear of Missing Out (FOMO) and information overload emerged as negative consequences of high-intensity digital information consumption. Conversely, digital platforms have also contributed positively to improving financial literacy through easily accessible investment education content. The digital lifestyle is confirmed as a significant determinant factor influencing the quality of Generation Z's investment decision-making, underscoring the urgent need for enhanced digital financial literacy among young investors.

Keywords:

Digital Lifestyle, Generation Z, Stock Investment Decision

Alamat Korespondensi
Universitas Sains Indonesia
E-mail: bungaagstnn@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi mendasar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam bidang ekonomi dan keuangan. Kemajuan internet, proliferasi media sosial, serta penetrasi smartphone yang semakin masif telah menciptakan perubahan paradigma dalam cara individu mengakses informasi, berkomunikasi, dan mengelola keuangan (Ceasario & Nisa, 2024). Dalam konteks global, digitalisasi telah mengubah lanskap investasi secara fundamental, di mana aktivitas yang sebelumnya memerlukan kehadiran fisik di lembaga keuangan kini dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui genggaman tangan. Transformasi ini tidak hanya menyentuh aspek teknis transaksi keuangan, tetapi juga membentuk ulang cara berpikir dan berperilaku masyarakat dalam mengambil keputusan ekonomi, termasuk keputusan investasi di pasar modal. Perubahan mendasar ini menciptakan fenomena baru yang dikenal sebagai gaya hidup digital, yakni pola kehidupan yang sangat bergantung pada penggunaan teknologi digital dalam hampir seluruh aktivitas keseharian (Saputri et al., 2024).

Gaya hidup digital sebagai sebuah fenomena sosial telah berkembang menjadi karakteristik dominan kehidupan masyarakat di era kontemporer. Pola hidup ini ditandai oleh tingginya intensitas penggunaan internet, ketergantungan pada media sosial, konsumsi konten digital secara masif, serta pemanfaatan berbagai platform online untuk memenuhi kebutuhan informasi, komunikasi, hiburan, hingga transaksi ekonomi. Dalam konteks investasi, transformasi digital telah melahirkan generasi investor baru yang memiliki karakteristik berbeda secara signifikan dibandingkan generasi investor sebelumnya. Mereka tidak lagi mengandalkan broker konvensional atau analisis dari lembaga keuangan formal semata, melainkan memanfaatkan beragam platform digital, komunitas online, dan konten media sosial sebagai sumber utama informasi investasi. Kondisi ini mencerminkan betapa kuatnya penetrasi gaya hidup digital dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat modern, khususnya dalam ranah investasi pasar modal yang semakin terbuka dan aksesibel (Saputra et al., 2025).

Kelompok yang paling merasakan dan mencerminkan gaya hidup digital ini secara paling intens adalah Generasi Z, yakni mereka yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengalami transisi dari era analog ke digital, Generasi Z tumbuh dan berkembang sepenuhnya di tengah ekosistem digital yang sudah mapan, sehingga sering disebut sebagai *digital native*. Karakteristik ini menjadikan teknologi digital bukan sekadar alat bantu, melainkan bagian tak terpisahkan dari identitas dan cara hidup mereka. Dalam konteks pasar modal Indonesia, kehadiran Generasi Z sebagai pelaku investasi semakin signifikan dan tidak dapat diabaikan. Data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per Agustus 2023 mencatat bahwa investor berusia di bawah 30 tahun telah mencapai 57,04% dari total 11,54 juta investor individu di pasar modal nasional. Angka ini menegaskan bahwa Generasi Z telah menjadi kekuatan dominan yang membentuk dinamika pasar modal Indonesia, sekaligus mengindikasikan perlunya pemahaman mendalam tentang bagaimana gaya hidup digital mereka memengaruhi perilaku investasi (Ksei, 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu telah berupaya mengkaji berbagai dimensi perilaku investasi Generasi Z, meskipun dengan fokus dan pendekatan yang beragam. (Adi, 2025) menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap munculnya perilaku herding dan overconfidence dalam pengambilan keputusan investasi Generasi Z, di mana informasi viral di platform digital mendorong investor muda untuk mengikuti keputusan kelompok tanpa analisis yang memadai. (Saptyana, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup digital, financial technology, dan perilaku keuangan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z, menegaskan bahwa ekosistem digital secara keseluruhan membentuk orientasi investasi generasi muda. (Rohman & Safiih, 2025) secara spesifik mengkaji pengaruh media sosial sebagai manifestasi gaya hidup digital terhadap keputusan investasi saham

Generasi Z, dengan temuan bahwa konten informasi investasi di berbagai platform turut membentuk pola perilaku investasi kalangan muda secara substantif. (Rahmadani & Yuliyanti, 2025) menemukan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku keuangan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z, menggarisbawahi pentingnya memahami interaksi antara gaya hidup dan kapasitas literasi dalam konteks investasi. Sementara itu, (Isywara et al., 2024) mengidentifikasi bahwa bias kognitif seperti *cognitive dissonance* dan *overconfidence* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi Generasi Z di platform digital, menunjukkan bahwa lingkungan digital tidak hanya membentuk akses informasi tetapi juga memengaruhi kualitas proses berpikir investor muda.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah memberikan kontribusi berharga, terdapat kesenjangan pengetahuan yang signifikan yang belum terjawab secara memadai. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif yang cenderung mengukur pengaruh variabel-variabel tertentu secara terpisah, sehingga belum mampu menangkap secara holistik bagaimana gaya hidup digital sebagai sebuah pola kehidupan yang utuh memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi secara menyeluruh. Kedua, penelitian yang secara khusus menempatkan gaya hidup digital sebagai faktor determinan utama dalam pengambilan keputusan investasi saham Generasi Z masih sangat terbatas, karena mayoritas studi lebih berfokus pada variabel parsial seperti literasi keuangan, persepsi risiko, atau penggunaan fintech. Ketiga, kajian yang mengangkat konteks spesifik wilayah Kota Bogor dengan karakteristik demografis dan ekosistem digitalnya yang unik sebagai kota penyangga ibu kota dengan populasi mahasiswa yang besar hampir tidak ditemukan dalam literatur yang ada. Kesenjangan-kesenjangan ini menciptakan ruang penelitian yang relevan dan mendesak untuk diisi guna menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual (Candera et al., 2026).

Kota Bogor menjadi lokasi penelitian yang strategis dan relevan karena beberapa alasan mendasar. Sebagai kota penyangga ibu kota yang berdekatan langsung dengan Jakarta, Kota Bogor memiliki tingkat penetrasi internet dan adopsi teknologi digital yang relatif tinggi, didukung oleh infrastruktur telekomunikasi yang memadai. Keberadaan sejumlah perguruan tinggi besar seperti Institut Pertanian Bogor (IPB University), Universitas Pakuan, dan beberapa kampus lainnya menjadikan kota ini sebagai rumah bagi populasi Generasi Z yang besar dan dinamis. Selain itu, tersedianya galeri investasi dan Pojok Bursa di berbagai kampus menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan investor muda.

Bertolak dari latar belakang dan kesenjangan penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana gaya hidup digital Generasi Z di Kota Bogor memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi saham mereka, mencakup pola pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sumber informasi investasi, dinamika proses keputusan yang terbentuk dalam ekosistem digital, serta dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari intensitas konsumsi informasi digital terhadap kualitas keputusan investasi yang dihasilkan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama yaitu mendeskripsikan pola gaya hidup digital Generasi Z di Kota Bogor dalam kaitannya dengan aktivitas investasi saham, menganalisis proses pengambilan keputusan investasi saham yang dilakukan oleh Generasi Z di Kota Bogor dan menganalisis pengaruh gaya hidup digital terhadap pengambilan keputusan investasi saham Generasi Z di Kota Bogor secara mendalam.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologis, yang dipilih karena penelitian bertujuan menggali secara mendalam makna pengalaman hidup Generasi Z dalam memanfaatkan platform digital keuangan serta pengaruhnya terhadap keputusan investasi saham (Sugiyono, 2023). Penelitian dilaksanakan di Kota Bogor, Jawa Barat, pada periode Januari

hingga April 2026, dengan mempertimbangkan tingginya penetrasi digital dan besarnya populasi Generasi Z di wilayah tersebut. Kehadiran peneliti di lapangan bersifat aktif sebagai instrumen utama penelitian, melakukan pendekatan personal kepada informan guna membangun kepercayaan dan memperoleh data yang autentik. Subjek penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan kriteria: berusia 18–27 tahun, berdomisili atau beraktivitas di Kota Bogor, telah memiliki rekening efek dan aktif berinvestasi saham minimal enam bulan, serta memanfaatkan minimal satu platform digital sebagai referensi keputusan investasi. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh delapan informan dengan latar belakang beragam mencakup mahasiswa, karyawan swasta, freelancer, dan wiraswasta, yang dipandang telah mencapai titik saturasi data. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yakni wawancara mendalam semi-terstruktur dengan durasi 45–90 menit per sesi yang dilaksanakan secara langsung maupun melalui platform video call, observasi nonpartisipatif terhadap perilaku digital informan yang berkaitan dengan aktivitas investasi, serta dokumentasi berupa tangkapan layar aktivitas digital, portofolio investasi, dan konten media sosial yang relevan (Nasution, 2023).

Analisis data mengacu pada model interaktif (Abdussamad, 2021) yang mencakup empat tahapan, yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses kondensasi data dilakukan melalui pengodean terbuka, aksial, dan selektif untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari transkrip wawancara dan catatan lapangan. Selain itu, analisis tematik (Sugiyono, 2023) diterapkan secara paralel melalui enam tahapan sistematis guna memastikan kedalaman dan konsistensi interpretasi data. Keabsahan data dijamin melalui empat kriteria yang dikemukakan (Siskowati & Prastowo, 2022), yakni kredibilitas melalui triangulasi sumber dan teknik serta member check, transferabilitas melalui penyajian deskripsi konteks yang tebal dan rinci, dependabilitas melalui pendokumentasian seluruh tahapan penelitian secara sistematis, serta konfirmabilitas melalui audit eksternal yang memastikan temuan berakar pada data lapangan dan bukan semata interpretasi subjektif peneliti.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup digital Generasi Z di Kota Bogor memiliki keterkaitan yang kuat dan menyeluruh dengan perilaku serta proses pengambilan keputusan investasi saham mereka. Temuan ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan delapan informan, observasi perilaku digital, dan dokumentasi aktivitas investasi selama periode Januari hingga April 2026. Profil informan yang beragam dari segi latar belakang pekerjaan dan pengalaman investasi memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika investasi digital Generasi Z di Kota Bogor.

Tabel 1 Profil Informan Penelitian

Inisial	Usia	Pekerjaan	Lama Investasi	Platform Utama
AR	22 tahun	Mahasiswa IPB	2 tahun	Stockbit, IPOT
DN	24 tahun	Karyawan Swasta	3 tahun	Ajaib, Bibit
FH	21 tahun	Mahasiswa Unpak	1 tahun	Ajaib, TikTok
RL	23 tahun	Freelancer	2,5 tahun	IPOT, Stockbit
SA	25 tahun	Karyawan Swasta	4 tahun	Stockbit, RTI
MR	20 tahun	Mahasiswa	8 bulan	Ajaib, Instagram
NF	22 tahun	Mahasiswi IPB	1,5 tahun	Bibit, YouTube
YP	24 tahun	Wiraswasta	3 tahun	IPOT, Telegram

Sumber: Data Primer, 2026

Pola Gaya Hidup Digital Generasi Z dalam Konteks Investasi

Temuan pertama menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki intensitas penggunaan perangkat digital yang sangat tinggi, rata-rata 8 hingga 12 jam per hari. Aktivitas digital tersebut tidak hanya mencakup komunikasi dan hiburan semata, tetapi secara konsisten mencakup pemantauan kondisi pasar saham, konsumsi konten investasi, dan interaksi aktif dalam komunitas investor online. Pola ini mengonfirmasi bahwa bagi Generasi Z, batas antara kehidupan sosial digital dan aktivitas investasi telah melebur menjadi satu kesatuan rutinitas harian yang tidak terpisahkan. Hampir seluruh informan melaporkan kebiasaan mengecek kondisi pasar saham sebagai aktivitas pertama di pagi hari, bahkan sebelum melakukan aktivitas lainnya, yang mencerminkan betapa dalamnya integrasi antara gaya hidup digital dan orientasi investasi pada kelompok ini. Informan dengan pengalaman investasi lebih panjang menunjukkan pola yang lebih terstruktur, di mana pemantauan portofolio dilakukan secara terjadwal minimal dua kali sehari, sementara informan yang lebih baru cenderung memantau secara sporadis mengikuti notifikasi dan tren yang muncul di media sosial.

Tabel 2 Pola Penggunaan Platform Digital untuk Investasi

Platform	Fungsi Utama	Jumlah Pengguna
Stockbit	Analisis teknikal & komunitas	4 informan
I POT	Transaksi & riset pasar	3 informan
Ajaib	Transaksi pemula	3 informan
YouTube	Edukasi investasi	5 informan
TikTok	Informasi cepat & tren	4 informan
Telegram	Diskusi komunitas	3 informan
Instagram	Tren & konten kreator	3 informan

Sumber: Data Primer, 2026

Sumber Informasi dan Proses Pengambilan Keputusan Investasi

Temuan kedua mengungkap adanya perbedaan signifikan dalam pola pengambilan keputusan investasi antara investor berpengalaman dan investor pemula, meskipun keduanya tetap bertumpu pada ekosistem digital sebagai fondasi utama. Investor berpengalaman seperti SA dan AR menggunakan platform digital secara sistematis sebagai alat bantu analisis mandiri yang dikombinasikan secara berlapis, mulai dari penyaringan saham berdasarkan indikator fundamental, pembacaan laporan keuangan melalui laman resmi IDX, hingga analisis teknikal menggunakan grafik di aplikasi investasi. Proses ini berlangsung selama satu hingga dua hari sebelum keputusan eksekusi dilakukan, mencerminkan pendekatan yang terencana dan berbasis data. Informan NF menggambarkan proses tersebut sebagai sebuah ritual yang melibatkan kombinasi beberapa sumber digital secara berurutan sebelum akhirnya berani mengeksekusi keputusan pembelian saham (Ramadhani & Luthan, 2023).

Sebaliknya, investor pemula seperti MR yang baru delapan bulan berinvestasi menunjukkan pola ketergantungan yang tinggi terhadap rekomendasi konten kreator di TikTok dan Instagram sebagai acuan utama keputusan investasi. Kondisi ini terjadi karena keterbatasan kemampuan membaca laporan keuangan secara mandiri mendorong investor pemula untuk mencari jalan pintas informasi melalui konten singkat yang mudah dicerna. Perbedaan pola ini secara konsisten menunjukkan bahwa tingkat pengalaman dan literasi keuangan berperan sebagai moderator penting dalam menentukan bagaimana gaya hidup digital diterjemahkan ke dalam kualitas proses pengambilan keputusan investasi.

Pengaruh Media Sosial: FOMO dan Information Overload

Temuan ketiga dan paling kritis dalam penelitian ini adalah teridentifikasinya dua fenomena negatif yang muncul sebagai konsekuensi langsung dari intensitas konsumsi informasi digital yang tinggi, yakni Fear of Missing Out (FOMO) dan information overload. Fenomena FOMO secara konsisten muncul dalam narasi hampir seluruh informan, terutama pada masa-masa awal perjalanan investasi mereka. Sebagian besar informan mengaku pernah terdorong untuk membeli saham tertentu semata-mata karena melihat ramainya pembahasan di media sosial, tanpa terlebih dahulu melakukan analisis yang memadai. Salah satu informan bahkan menggambarkan pengalaman kerugian finansial yang cukup signifikan akibat keputusan pembelian impulsif yang dipicu oleh konten viral di TikTok, yang pada akhirnya menjadi pelajaran berharga tentang pentingnya analisis mandiri sebelum mengeksekusi keputusan investasi (Anastasya et al., 2025).

"Dulu pas awal-awal investasi pernah FOMO parah. Liat di TikTok ada saham yang lagi viral, semua orang bahas, langsung kalap beli tanpa cek apa-apa. Besoknya turun, saya panik, akhirnya cut loss juga. Rugi lumayan, tapi pelajarannya mahal banget buat saya." (FH, wawancara, 30 April 2026)

Fenomena information overload dialami oleh informan yang aktif mengonsumsi informasi dari berbagai platform secara bersamaan. Kondisi ini paradoks karena melimpahnya informasi yang seharusnya membantu pengambilan keputusan justru menciptakan kebingungan dan kelumpuhan keputusan atau *decision paralysis*. Informan melaporkan situasi di mana pendapat yang saling bertentangan dari berbagai platform, mulai dari Twitter, TikTok, hingga grup Telegram, membuat mereka tidak mampu menentukan keputusan yang tepat dan akhirnya menunda atau bahkan membatalkan rencana investasi yang telah direncanakan sebelumnya.

Di sisi positif, media sosial juga terbukti berperan efektif sebagai media demokratisasi literasi keuangan bagi investor muda. Sebagian besar informan mengaku bahwa pengetahuan investasi mereka dibangun secara dominan melalui konsumsi konten edukatif di YouTube dan podcast keuangan digital yang diakses secara rutin. Informan DN secara spesifik menyatakan bahwa sekitar 80 persen pengetahuan investasinya, mulai dari cara membaca laporan keuangan hingga strategi diversifikasi portofolio, diperoleh dari platform digital tanpa melalui jalur pendidikan formal investasi.

Pembahasan

Temuan penelitian ini secara keseluruhan mengonfirmasi sekaligus memperluas pemahaman yang telah dibangun oleh penelitian-penelitian sebelumnya mengenai perilaku investasi Generasi Z di era digital. Gaya hidup digital terbukti berfungsi sebagai faktor determinan yang bersifat ganda dalam membentuk perilaku investasi, yakni sebagai enabler yang memperluas akses dan meningkatkan literasi sekaligus sebagai sumber risiko perilaku yang mendorong pengambilan keputusan yang tidak rasional. Temuan ini memperkuat argumen (Saptyana, 2023) bahwa gaya hidup digital berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z, namun penelitian ini menambahkan dimensi kritis bahwa pengaruh positif tersebut sangat bergantung pada kapasitas literasi keuangan yang dimiliki investor. Tanpa literasi yang memadai, ekosistem digital justru dapat menjadi ruang yang mendorong pengambilan keputusan reaktif dan spekulatif.

Fenomena FOMO yang teridentifikasi dalam penelitian ini berkorespondensi kuat dengan temuan (Adi, 2025) mengenai perilaku herding yang dipicu oleh informasi viral di media sosial. Kedua fenomena ini berakar pada mekanisme psikologis yang sama, yakni kecenderungan individu untuk menyesuaikan perilakunya dengan tekanan sosial yang terbentuk di lingkungan digital. Yang membedakan dan memperkaya temuan penelitian ini adalah teridentifikasinya pola perkembangan yang jelas, di mana investor yang lebih berpengalaman menunjukkan kemampuan lebih baik dalam mengelola dorongan FOMO dan menjaga independensi analisis. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman investasi berperan sebagai moderator penting dalam

hubungan antara intensitas konsumsi informasi digital dan kualitas keputusan investasi yang dihasilkan, sebuah dimensi yang belum banyak dieksplor dalam penelitian terdahulu.

Fenomena information overload yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan kontribusi temuan yang relatif baru dan memperkaya literatur investasi digital. Berbeda dengan kebanyakan penelitian terdahulu yang lebih berfokus pada dampak positif kemudahan akses informasi digital, penelitian ini mengungkap bahwa kelimpahan informasi yang datang dari berbagai platform secara bersamaan justru dapat menciptakan kondisi decision paralysis pada investor muda (Willim, 2025). Kondisi ini berkaitan erat dengan (Isywara et al., 2024) mengenai cognitive dissonance sebagai bias kognitif yang menghambat kualitas keputusan investasi, di mana konflik informasi dari berbagai sumber digital memperparah disonansi kognitif yang dialami investor. Selain itu, temuan mengenai ekosistem digital investasi yang terdiri dari jaringan media sosial, aplikasi investasi, dan komunitas online yang saling terhubung memberikan kontribusi konseptual yang bermakna, sejalan dengan argumen Rohman dan Safiih (2025) bahwa konten informasi di media sosial membentuk perilaku investasi kalangan muda secara substantif. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi keuangan digital bagi Generasi Z tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus dirancang secara holistik dengan mempertimbangkan kompleksitas ekosistem digital yang menjadi habitat keseharian mereka sebagai investor muda di era modern.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup digital merupakan faktor determinan yang signifikan dalam membentuk perilaku dan kualitas pengambilan keputusan investasi saham Generasi Z di Kota Bogor. Intensitas penggunaan perangkat digital rata-rata 8 hingga 12 jam per hari telah menciptakan ekosistem informasi investasi yang terdiri dari jaringan media sosial, aplikasi investasi, dan komunitas online yang saling terhubung secara dinamis.

Proses pengambilan keputusan investasi berlangsung secara berbeda antara investor berpengalaman yang cenderung menggunakan platform digital sebagai alat bantu analisis mandiri yang sistematis, dengan investor pemula yang masih sangat bergantung pada rekomendasi konten kreator di media sosial. Gaya hidup digital memberikan pengaruh ganda yang bersifat paradoks, di satu sisi mendorong peningkatan literasi keuangan melalui konten edukasi yang mudah diakses, namun di sisi lain memunculkan fenomena Fear of Missing Out dan information overload yang berpotensi mendorong pengambilan keputusan investasi yang impulsif dan tidak rasional, terutama pada investor yang belum memiliki kapasitas literasi keuangan yang memadai. Dengan demikian, kualitas keputusan investasi Generasi Z dalam ekosistem digital sangat ditentukan oleh kemampuan individu dalam menyaring, mengevaluasi, dan mengintegrasikan informasi digital secara kritis dan analitis.

Penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan sekuritas, regulator pasar modal, dan perguruan tinggi merancang program literasi keuangan digital yang holistik dan kontekstual, memanfaatkan platform-platform yang sudah familiar bagi Generasi Z sebagai media penyampaian edukasi investasi yang efektif. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi topik ini dengan pendekatan kuantitatif menggunakan sampel yang lebih besar dan representatif guna memverifikasi temuan penelitian ini secara statistik, sekaligus mempertimbangkan variabel-variabel baru yang belum terjangkau dalam penelitian ini seperti pengaruh kecerdasan buatan dalam aplikasi investasi terhadap kualitas keputusan investor muda, serta perbandingan perilaku investasi digital Generasi Z di berbagai kota di Indonesia dengan karakteristik demografis yang berbeda.

Daftar Referensi

Jurnal:

- Adi, P. S. (2025). Perilaku Herding Dan Overconfidence: Menjelajahi Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *Jurnal Akutansi, Keuangan Dan Teknologi Informasi Akutansi*, 6(2). <https://doi.org/10.36085/jakta.v6i2.9437>
- Anastasya, L., Ridha, A., & Windarsari, W. R. (2025). Mind Over Media: Moderasi Literasi Keuangan Dalam Pengaruh Finfluencer Dan Fomo Terhadap Keputusan Investasi Pada Investor Pemula. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business And Management*, 8(2), 508–523.
- Candera, M., Safitri, E., Ferdi, R. M., Saputra, & Kasuwara, C. (2026). Knowledge To Action: How Digital Financial Literacy Shapes Investment Decisions Of Generation Z Through Fintech. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 16(02), 345–369. <https://doi.org/10.22219/jrak.v16i2.42776>
- Ceasario, A. F., & Nisa, F. L. (2024). Transformasi Keuangan Digital Dalam Perspektif Ekonomi Syariah : Peluang, Tantangan, Dan Dampak Terhadap Inklusi Keuangan. *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 102–114. <https://doi.org/10.35905/rikaz.v3i2.9596>
- Isywar, A. P., Rein, W., Tasia, N., Ramadhan, F., & Prastiwi, A. (2024). Pengaruh Bias Kognitif Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Di Platform Digital Pada Generasi Y Dan Z. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 15(1), 51–65.
- Rahmadani, N. E. N., & Yuliyanti, E. (2025). Dampak Gaya Hidup, Literasi Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. 69–80.
- Ramadhani, F., & Luthan, E. (2023). Impact Of Investment Knowledge, Investment Experience And Financial Literacy On Investor Investment Decisions In The Capital Market. *Management Studies And Entrepreneurship Journa*, 4(5), 6605–6618.
- Rohman, A., & Safih, A. R. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Saham Di Kalangan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 366–373.
- Saptyana, R. F. (2023). The Influence Of Lifestyle, Financial Technology, Financial Literacy, And Financial Behavior On Generation Z Investment Decisions. *Tax Accounting Applied Journal*, 2(2), 12–25.
- Saputra, J., Pajri, R., & Mawarni, R. A. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Investasi. *Journal Of Islamic Economics And Finance (Joieaf)*, 2(2), 284–296.
- Saputri, N. D. M., Santati, P., & Putri, A. (2024). Era Digitalisasi Ekonomi : Influencer, Literasi Keuangan, Self-Control Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(3), 325–341. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i3.22415>
- Siskowati, E., & Prastowo, A. (2022). Pembentukan Kreativitas Melalui Pembelajaran Sbdp Kelas Iii Pada Materin Menggambar Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pedagogos : Jurnal Pendidikan Stkip Bima*, 4(1), 42–47.
- Willim, A. P. (2025). Behavioral Finance In The Digital Era : Understanding Investor Psychology In A High-Volatility Market. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 7(2), 323–327. <https://doi.org/10.37034/infv7i2.1134>

Buku Teks:

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cv. Syakir Media Press.
- Ksei. (2023). *Statistik Pasar Modal Indonesia*
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina (Ed.); 2023rd Ed.). Cv. Harfa Creative.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.