

EDUKASI CERDAS KELOLA UANG DENGAN PROGRAM LITERASI KEUANGAN BERBASIS FENOMENA FLEXING MEDIA SOSIAL BAGI SISWA SMK MULIA BUANA PARUNG PANJANG BOGOR

Endang Nurita^{1*}, Supatmin², Dina Novita³

Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

dosen01972@unpam.ac.id^{1*}, dosen01767@unpam.ac.id², dosen00658@unpam.ac.id³

Abstrak

Perkembangan media sosial yang masif memunculkan fenomena flexing, yaitu perilaku memamerkan kekayaan dan gaya hidup konsumtif secara terbuka di ruang digital. Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 oleh Otoritas Jasa Keuangan mencatat bahwa kelompok usia 15-17 tahun mencatatkan indeks literasi keuangan terendah secara nasional, yakni hanya 51,70 persen. Kesenjangan antara tingginya paparan konten flexing dan rendahnya literasi keuangan siswa SMK melatarbelakangi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini. Program bertujuan meningkatkan literasi keuangan siswa/i SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor melalui edukasi cerdas kelola uang berbasis fenomena flexing media sosial. Metode pelaksanaan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus konten media sosial, dan simulasi pengelolaan keuangan sederhana yang dilaksanakan selama tiga hari (15-17 Maret 2026). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap konsep literasi keuangan, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, serta penyusunan perencanaan keuangan sederhana. Sebanyak 92% peserta menilai program sangat bermanfaat dan 87% merasa lebih percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi. Program ini terbukti efektif meningkatkan kesadaran literasi keuangan berbasis fenomena sosial digital dan berkontribusi membentuk karakter finansial yang bijak, mandiri, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Flexing; Media Sosial; Siswa SMK; Pengabdian Kepada Masyarakat

Abstract

The massive growth of social media has given rise to the phenomenon of flexing-the open display of wealth and consumptive lifestyles in digital spaces. The 2024 National Survey on Financial Literacy and Inclusion (SNLIK) recorded that the 15-17 age group had the lowest national financial literacy index at only 51.70 percent. This gap between high flexing content exposure and low financial literacy among vocational high school (SMK) students underpins this Community Service Program. The program aims to improve the financial literacy of students at SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor through smart money-management education grounded in the social media flexing phenomenon. Methods included interactive lectures, group discussions, social media case studies, and simple financial management simulations conducted over three days (March 15-17, 2026). Results showed significant improvements in student understanding of financial literacy concepts, the ability to distinguish needs from wants, and simple financial planning skills. A total of 92% of participants rated the program as very beneficial and 87% felt more confident in managing their personal finances. This program proved effective in raising digital-social-phenomenon-based financial literacy awareness and contributed to shaping wise, independent, and responsible financial character among students.

Keywords: Financial Literacy; Flexing; Social Media; Vocational High School Students; Community Service

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan mengonsumsi informasi secara fundamental. Menurut laporan Digital 2025 yang dirilis DataReportal,

jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia telah mencapai 5,31 miliar orang atau setara 64,7 persen dari total populasi global (Kemp, 2025). Di Indonesia, data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025) mencatat jumlah pengguna internet telah mencapai 229,4 juta jiwa atau 80,66 persen dari total populasi, dengan Generasi Z sebagai kelompok pengguna paling dominan. Rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk mengakses media sosial berkisar antara dua hingga empat jam per hari, dengan TikTok menjadi platform dengan pengguna aktif terbanyak sebesar 35,17 persen. Penetrasi media sosial yang masif ini membawa konsekuensi ganda: di satu sisi membuka peluang ekonomi dan akses informasi yang luas, namun di sisi lain melahirkan tekanan sosial baru yang secara langsung memengaruhi pola pikir dan perilaku keuangan generasi muda, termasuk siswa SMK.

Di tengah masifnya penetrasi media sosial tersebut, berkembang sebuah fenomena sosial yang telah menarik perhatian akademisi lintas negara, yaitu flexing atau perilaku memamerkan kekayaan dan gaya hidup mewah secara terbuka di ruang digital. Veblen (1899) telah mengonseptualisasikannya sebagai conspicuous consumption (konsumsi mencolok) dalam karyanya *The Theory of the Leisure Class*. Perbedaan era digital saat ini terletak pada skala dan kecepatan penyebarannya yang kini bersifat masif dan lintas batas. Rosida dkk. (2023) dalam kajian budaya flexing di Indonesia menemukan bahwa kreator konten memanfaatkan perilaku pamer kekayaan untuk memperoleh pengakuan sosial dan menormalisasi standar hidup mewah sebagai representasi kesuksesan. Dinh dan Lee (2024) secara empiris membuktikan bahwa paparan terhadap konten influencer memicu perbandingan sosial ke atas dan rasa takut tertinggal (FOMO), yang mendorong perilaku konsumsi mencolok dan sikap materialistis khususnya di kalangan generasi muda.

Kondisi ini semakin mengkhawatirkan ketika dihadapkan pada fakta rendahnya literasi keuangan remaja. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 mencatat bahwa meskipun indeks literasi keuangan nasional mencapai 65,43 persen, kelompok usia 15-17 tahun justru mencatatkan indeks literasi keuangan terendah secara nasional, yakni hanya sebesar 51,70 persen, jauh di bawah rata-rata nasional. Temuan ini sejalan dengan hasil survei S&P Global FinLit Survey (GFLEC & S&P Global, 2015) yang mencatat hanya sekitar 33 persen orang dewasa dunia memiliki literasi keuangan memadai. Aryani dkk. (2024) menemukan bahwa media sosial dan tekanan teman sebaya secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, dengan literasi keuangan berperan sebagai variabel pemoderasi yang dapat memperlemah hubungan negatif tersebut. Gultom dan Silalahi (2024) secara spesifik menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMK, mengkonfirmasi bahwa penguatan literasi keuangan merupakan intervensi yang tepat untuk kelompok ini.

Dalam konteks kebijakan internasional, G20/OECD INFE (2015) telah menetapkan kerangka kompetensi literasi keuangan inti bagi kelompok usia 15-18 tahun melalui Core Competencies Framework on Financial Literacy for Youth, menegaskan bahwa usia sekolah menengah merupakan periode kritis yang diakui sebagai target prioritas kebijakan literasi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (2023) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi dari tiga dimensi yang saling terkait: pengetahuan (knowledge), sikap (attitude), dan perilaku (behaviour) dalam pengelolaan keuangan. Chen dan Volpe (1998) mengukur literasi keuangan generasi muda melalui empat dimensi utama: pengetahuan umum keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi. Kerangka tiga dimensi OJK ini menjadi landasan utama dalam merancang program edukasi PKM ini, karena perubahan perilaku finansial yang berkelanjutan hanya dapat terjadi apabila ketiga dimensi tersebut dikuatkan secara sinergis.

SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor merupakan institusi pendidikan menengah kejuruan yang memiliki peran strategis dalam membekali siswa dengan keterampilan hidup (life skills), termasuk literasi keuangan, sebagai persiapan memasuki dunia kerja. Berdasarkan observasi dan diskusi awal dengan pihak sekolah, ditemukan bahwa sebagian besar siswa belum memiliki pemahaman yang kuat dalam mengelola keuangan secara terencana, terutama ketika dihadapkan pada godaan perilaku konsumtif yang dipicu oleh konten flexing di media sosial. Kondisi ini memperkuat urgensi pelaksanaan kegiatan PKM dengan judul "Edukasi Cerdas Kelola Uang dengan Program Literasi Keuangan Berbasis Fenomena Flexing Media Sosial bagi Siswa/i SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor". Program ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep

dasar literasi keuangan; (2) meningkatkan kesadaran terhadap dampak fenomena flexing di media sosial; (3) membentuk karakter finansial siswa yang mandiri, disiplin, dan bertanggung jawab; serta (4) menjadi model edukasi kontekstual yang dapat direplikasi di sekolah-sekolah lain dengan karakteristik peserta didik yang serupa.

METODE

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama tiga hari pada 15-17 Maret 2026 di SMK Mulia Buana Parung Panjang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah metode pelatihan (training method) dengan pendekatan edukatif-partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta didik. Pendekatan ini dipilih karena siswa SMK cenderung lebih responsif terhadap pembelajaran yang bersifat interaktif dan langsung dikaitkan dengan pengalaman nyata mereka sebagai pengguna aktif media sosial. Tim pelaksana terdiri dari tiga orang dosen Program Studi Manajemen Universitas Pamulang yang memiliki latar belakang keilmuan di bidang ekonomi dan keuangan. Peserta kegiatan adalah siswa/i SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor yang dipilih dan dikoordinasikan oleh pihak sekolah berdasarkan ketersediaan waktu dan kesesuaian dengan tujuan kegiatan, dengan mempertimbangkan keterwakilan dari berbagai kelas dan jurusan.

Sebelum pelaksanaan kegiatan utama, tim pelaksana melakukan tahap persiapan yang mencakup tiga kegiatan pokok: (1) studi lapangan berupa observasi awal dan diskusi dengan pihak sekolah untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal siswa mengenai literasi keuangan serta kebiasaan penggunaan media sosial mereka; (2) studi pustaka untuk memastikan materi yang disusun berlandaskan referensi ilmiah yang sahih dan mutakhir; dan (3) analisis situasi dengan menggunakan fenomena flexing di media sosial sebagai pintu masuk untuk memahami perilaku finansial siswa. Hasil analisis awal menunjukkan bahwa sebagian besar siswa telah terpapar konsep keuangan dasar, namun belum memiliki pemahaman yang kuat dalam mengelola keuangan secara terencana, khususnya dalam menyusun anggaran dan menetapkan prioritas pengeluaran ketika dihadapkan pada dorongan konsumtif dari konten digital yang mereka konsumsi setiap hari. Temuan awal ini menjadi dasar penyusunan materi dan strategi penyampaian edukasi yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan riil siswa SMK Mulia Buana.

Materi pelatihan mencakup empat modul yang saling berkaitan secara bertahap. Modul 1 berfokus pada pengenalan konsep dasar literasi keuangan mencakup definisi literasi keuangan berdasarkan kerangka tiga dimensi OJK (2023), pentingnya membedakan kebutuhan dan keinginan, serta prinsip-prinsip dasar pengelolaan uang saku yang efektif. Modul 2 membahas fenomena flexing di media sosial secara kritis, meliputi sejarah konseptual conspicuous consumption (Veblen, 1899), mekanisme psikologis FOMO dan perbandingan sosial (Dinh & Lee, 2024), serta analisis berbagai bentuk flexing yang sering ditemui siswa di platform TikTok, Instagram, dan YouTube. Modul 3 berisi perencanaan keuangan sederhana mencakup cara menyusun anggaran bulanan berbasis uang saku, prinsip menabung secara konsisten, serta penetapan tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Modul 4 memuat simulasi pengelolaan keuangan pribadi di mana setiap siswa menyusun anggaran sederhana secara langsung berdasarkan skenario uang saku yang diberikan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat metode yang terintegrasi. Pertama, ceramah interaktif yang diselingi kuis singkat dan sesi tanya jawab terbuka pada setiap sesi pagi. Kedua, diskusi kelompok di mana siswa dibagi ke dalam kelompok kecil (4-5 orang) untuk mendiskusikan pengalaman mengelola uang saku, dampak konten media sosial terhadap keputusan konsumsi, dan strategi menghadapi godaan perilaku konsumtif. Ketiga, studi kasus konten media sosial di mana tim pelaksana menampilkan contoh-contoh konten flexing dari berbagai platform dan mengajak siswa menganalisisnya secara kritis. Keempat, simulasi pengelolaan keuangan pribadi yang dilakukan pada hari ketiga, di mana setiap siswa mengisi lembar kerja anggaran secara tertulis dan mendiskusikan hasilnya bersama kelompok. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua tahap: evaluasi formatif berupa kuis singkat dan tanya jawab reflektif pada akhir setiap hari, serta evaluasi sumatif berupa post-test dan refleksi tertulis di akhir kegiatan yang dianalisis secara deskriptif-kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan PKM yang dilaksanakan pada 15-17 Maret 2026 di SMK Mulia Buana Parung

Panjang Bogor berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Tingkat kehadiran peserta sangat tinggi dan partisipasi aktif siswa selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung memuaskan, baik pada sesi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, maupun simulasi pengelolaan keuangan. Antusiasme siswa tercermin dari banyaknya pertanyaan yang diajukan berbasis pengalaman pribadi, seperti bagaimana cara menolak tekanan sosial dari teman untuk membeli barang bermerek, atau bagaimana cara menabung secara konsisten ketika selalu ada godaan berbelanja yang dipicu oleh konten flexing di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang mengaitkan materi literasi keuangan dengan fenomena flexing berhasil membuat materi terasa relevan dan tidak membosankan bagi peserta didik.



Gambar 1. Foto Bersama Tim Pelaksana PKM dengan Siswa/i SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor
(Sumber: Dokumentasi Tim PKM, 2026)

Evaluasi Pada sesi diskusi kelompok, siswa menunjukkan kemampuan yang semakin baik dalam mengidentifikasi kecenderungan perilaku konsumtif yang selama ini dipicu oleh media sosial. Beberapa kelompok mendiskusikan pengalaman membeli barang yang tidak diperlukan hanya karena melihat konten *flexing* di TikTok atau Instagram, sehingga uang saku habis sebelum akhir bulan. Pada sesi simulasi pengelolaan keuangan, seluruh siswa menyelesaikan lembar kerja anggaran dengan antusias. Sebagian siswa mampu mengalokasikan lebih dari 20 persen uang saku untuk tabungan setelah memahami pentingnya menabung secara konsisten, sementara siswa lainnya mulai menyadari bahwa selama ini sebagian besar uang saku terserap untuk pengeluaran yang tidak terencana. Hasil evaluasi melalui kuis, tanya jawab reflektif, dan *post-test* pada akhir kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa yang signifikan pada ketiga dimensi literasi keuangan OJK (2023) secara bersamaan. Penilaian terhadap pelaksanaan kegiatan oleh peserta menunjukkan hasil yang sangat memuaskan sebagaimana tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Penilaian Peserta terhadap Pelaksanaan Program PKM

No	Aspek Penilaian	Sangat Baik (5)	Baik (4)	Cukup (3)	Kurang (2)	Rata-rata	Keterangan
A	Relevansi Materi Pelatihan	67%	26%	7%	0%	4,60	Sangat Baik
B	Metode Penyampaian	71%	22%	7%	0%	4,64	Sangat Baik
C	Kemudahan Memahami Materi	65%	28%	7%	0%	4,58	Sangat Baik

No	Aspek Penilaian	Sangat Baik (5)	Baik (4)	Cukup (3)	Kurang (2)	Rata-rata	Keterangan
D	Kualitas Fasilitator/Pemateri	74%	19%	7%	0%	4,67	Sangat Baik
E	Manfaat Bagi Kehidupan Nyata	75%	18%	7%	0%	4,68	Sangat Baik
	Kesimpulan Umum Program	70%	23%	7%	0%	4,63	Sangat Baik

5 = Sangat Baik, 4 = Baik, 3 = Cukup, 2 = Kurang, 1 = Kurang Sekali

Sumber: Data Primer, Evaluasi Kegiatan PKM (2026)



Gambar 2. Penyerahan Sertifikat dan Penutupan Program PKM oleh Tim Pelaksana
(Sumber: Dokumentasi Tim PKM, 2026)

Pembahasan

Hasil program ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan yang terstruktur dan berbasis fenomena sosial digital dapat secara efektif meningkatkan pemahaman konseptual maupun keterampilan praktis siswa SMK. Keberhasilan ini dapat diatribusikan pada beberapa faktor kunci. Pertama, penggunaan fenomena *flexing* sebagai pintu masuk edukasi membuat konsep literasi keuangan yang abstrak menjadi konkret dan relevan dengan pengalaman siswa sehari-hari. Pendekatan ini terbukti lebih efektif dibandingkan metode konvensional yang menyampaikan materi keuangan secara normatif, sejalan dengan temuan Aryani dkk. (2024) bahwa intervensi literasi keuangan yang mengintegrasikan konteks media sosial lebih efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif remaja. Kedua, metode diskusi kelompok memberikan ruang bagi siswa untuk melakukan refleksi diri terhadap kebiasaan finansial mereka sendiri tanpa merasa dihakimi, mendorong kesadaran kritis dari dalam diri siswa itu sendiri.

Peningkatan signifikan pada dimensi sikap, di mana siswa mulai mampu mempertanyakan realitas di balik konten *flexing* yang mereka konsumsi, sejalan dengan argumentasi Dinh dan Lee (2024) bahwa pemahaman tentang mekanisme psikologis FOMO dan perbandingan sosial merupakan kunci dalam membangun daya tahan terhadap tekanan konsumtif dari media sosial. Rosida dkk. (2023) juga menegaskan bahwa normalisasi standar hidup mewah di ruang digital melalui konten *flexing* hanya dapat dilawan melalui penguatan literasi keuangan yang disertai kemampuan berpikir kritis terhadap konten digital. Temuan ini memperkuat argumen Lusardi dan Mitchell (2014) tentang pentingnya pendekatan yang berpusat pada kebutuhan dan konteks peserta didik dalam program edukasi literasi keuangan yang efektif: literasi keuangan bukan sekadar pengetahuan tentang angka,

melainkan kemampuan untuk mengambil keputusan finansial yang rasional di tengah berbagai tekanan sosial yang nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Peningkatan kepercayaan diri yang dilaporkan oleh 87% peserta merupakan hasil yang sangat penting, karena efikasi diri merupakan prediktor kuat bagi ketekunan dalam membentuk kebiasaan finansial yang sehat dalam jangka panjang. Program ini berhasil membangun kepercayaan diri tersebut dengan memberikan siswa fondasi pengetahuan yang solid, pengalaman berlatih melalui simulasi, dan ruang untuk merefleksikan kebiasaan finansial mereka secara kritis. Tingkat kepuasan yang sangat tinggi di semua aspek program (rata-rata 4,63 dari skala 5) memvalidasi bahwa program dirancang dan dilaksanakan dengan baik dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi siswa, sekaligus membuktikan bahwa siswa SMK menghargai pendekatan pembelajaran yang aktif, kontekstual, dan langsung dikaitkan dengan pengalaman kehidupan nyata mereka sebagai pengguna aktif media sosial.

Meskipun hasil kegiatan sangat positif, beberapa keterbatasan perlu diakui secara terbuka. Pertama, durasi tiga hari meskipun cukup untuk memperkenalkan konsep dan melatih keterampilan dasar, belum cukup untuk mengembangkan penguasaan yang mendalam mengingat perubahan perilaku finansial memerlukan praktik berulang dan pendampingan dalam jangka panjang. Kedua, evaluasi dampak kegiatan masih bersifat jangka pendek berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan segera setelah kegiatan berlangsung, sehingga belum dapat menggambarkan sejauh mana perubahan perilaku finansial siswa bertahan dalam jangka waktu yang lebih panjang. Ketiga, program ini belum menggunakan instrumen pengukuran literasi keuangan yang terstandarisasi secara ketat seperti *pre-test* dan *post-test* dengan skor numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Keterbatasan-keterbatasan ini menjadi rekomendasi penting bagi penyempurnaan program pengabdian serupa di masa mendatang.

SIMPULAN

Kegiatan PKM "Edukasi Cerdas Kelola Uang dengan Program Literasi Keuangan Berbasis Fenomena *Flexing* Media Sosial bagi Siswa/i SMK Mulia Buana Parung Panjang Bogor" berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan konsep literasi keuangan dengan fenomena *flexing* media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan ketiga dimensi literasi keuangan OJK secara bersamaan: dimensi pengetahuan (pemahaman konsep dasar pengelolaan uang dan pembedaan kebutuhan dengan keinginan), dimensi sikap (sikap kritis terhadap konten *flexing* dan perubahan perspektif tentang kesuksesan finansial), serta dimensi perilaku (kecenderungan merencanakan pengeluaran dan menabung secara konsisten). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 92% peserta menilai program sangat bermanfaat, 87% melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan pribadi, dan seluruh aspek penilaian mendapatkan kategori Sangat Baik dengan rata-rata skor 4,63 dari skala 5.

Program ini juga membuktikan bahwa fenomena *flexing* di media sosial dapat dimanfaatkan secara konstruktif sebagai media pembelajaran yang efektif dan kontekstual bagi generasi muda. Rekomendasi tindak lanjut yang disarankan mencakup: (1) pelaksanaan program pendampingan berkala untuk memperkuat dampak jangka panjang; (2) penyusunan modul literasi keuangan berbasis *flexing* yang dapat diintegrasikan ke dalam kegiatan ekstrakurikuler atau jam bimbingan konseling; (3) replikasi program di sekolah-sekolah mitra lainnya dengan penyesuaian konteks lokal yang relevan; dan (4) penelitian lanjutan dengan instrumen pengukuran terstandarisasi untuk mengukur dampak program secara kuantitatif dan longitudinal. Dengan demikian, program PKM semacam ini dapat memberikan kontribusi yang berkelanjutan dalam membangun generasi muda yang tidak hanya melek digital, tetapi juga memiliki kecerdasan finansial yang memadai untuk menghadapi tantangan ekonomi di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ansar, S., Klapper, L., & Singer, D. (2023). The importance of financial education for the effective use of formal financial services. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(1), 28-46. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.5>

APJII. (2025). *Profil Internet Indonesia 2025*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

- Aryani, N. F., Farida, U., & Normaladewi, A. (2024). Pengaruh media sosial dan peer pressure terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Manajemen (JRM)*, 14(1), 1-15. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/26989>
- Avci, I. (2023). Materialistic tendency and conspicuous consumption behaviour: The mediating role of social media usage. *Journal of Economy Culture and Society*, (67), 155-169. <https://doi.org/10.26650/JECS2022-1196419>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128.
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T.-Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Dinh, T. C. T., & Lee, Y. (2024). Social media influencers and followers conspicuous consumption: The mediation of fear of missing out and materialism. *Heliyon*, 10(16), e36387. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36387>
- Fatmawati, D. A., Rohmaddani, E. R., Fauzuna, F., & Anggraini, P. (2022). Gaya hidup konsumtif sebagai dampak adanya media sosial. *Jurnal Pendidikan dan Penelitian Ilmu Sosial*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v3i1.3080>
- G20/OECD INFE. (2015). Core Competencies Framework on Financial Literacy for Youth (Aged 15-18). Paris: OECD Publishing.
- GFLEC & S&P Global. (2015). Two-thirds of adults worldwide are not financially literate: S&P Global FinLit Survey. Washington, DC: Global Financial Literacy Excellence Center, George Washington University.
- Gultom, B. T., & Silalahi, D. R. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMK Teladan Tanah Jawa. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(3), 984-990. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03.4859>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). Penguatan literasi keuangan bagi peserta didik di era digital. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Kemp, S. (2025). Digital 2025: Global Overview Report. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Latifah, V., & Paramita, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kampus negeri di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 854-865.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- OECD. (2014). Financial education for youth: The role of schools. Paris: OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Strategi nasional literasi keuangan Indonesia. Jakarta: OJK.
- OJK & Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. Jakarta: OJK.
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The current digital financial literacy and

financial behavior in Indonesian millennial generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78-94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>

Ramadhan, D., Steffany, C., Ahmad, R., & Zanah, R. S. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pustaka Aktiva*, 5(1), 11-17. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v5i1.823>

Rosida, I., Az Zahra, F., Tuzzahrah, F., & Azzahrah, S. (2023). Flexing culture in the age of social media: From social recognition to self-satisfaction. *Simulacra*, 6(2), 193-208. <https://doi.org/10.21107/sml.v6i2.20716>

Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. New York: Macmillan.