



Pemanfaatan Video Edukatif untuk Memahami Uang dan Transaksi Digital: Studi Literatur

Widia Gultom¹, Primawati Sinaga², Depina Tumangger³

¹⁻³ Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email : widiagultom.7233141019@mhs.unimed.ac.id

Abstract:

The rapid advancement of financial technology has accelerated the transition of payment systems from cash-based transactions to a digital ecosystem involving e-wallets, QRIS, and mobile banking services. Although this transformation offers greater convenience and economic efficiency, it simultaneously creates critical challenges regarding low digital financial literacy, particularly among the younger generation. This study aims to analyze the effectiveness of utilizing educational videos to improve public conceptual understanding of money and digital transactions. The research employed a literature review method with an integrative qualitative approach to synthesize prior studies on digital financial literacy, audiovisual learning media, and digital transaction behavior. The findings indicate that audiovisual educational videos, particularly in short-form or micro-learning formats, are highly effective in enhancing public understanding of digital transaction concepts compared to conventional learning methods. This approach is considered highly compatible with the learning characteristics of the digital generation, which are inherently interactive, visually engaging, and dependent on social media platforms such as YouTube and TikTok. However, its effectiveness is still contingent upon the quality of instructional design, information validity, and users' basic digital literacy levels. Consequently, educational videos can be optimized as a strategic instrument to accelerate digital financial literacy in the era of modern economic transformation.

Keyword: Educational Videos, Digital Money, Digital Transactions, Digital Financial Literacy, Learning Media

Abstrak:

Perkembangan teknologi finansial mendorong transformasi sistem pembayaran masyarakat dari transaksi berbasis tunai menuju ekosistem digital (*e-wallet*, QRIS, dan *mobile banking*). Perubahan ini menawarkan efisiensi aktivitas ekonomi, namun sekaligus memicu tantangan berupa rendahnya literasi keuangan digital masyarakat, khususnya generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pemanfaatan video edukatif dalam meningkatkan pemahaman konseptual mengenai uang dan transaksi digital. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif integratif untuk menyintesis berbagai hasil riset terdahulu mengenai literasi keuangan, media audiovisual, dan perilaku konsumen digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa video edukatif berbasis audiovisual, terutama dalam format video pendek (*micro-learning*), mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap mekanisme transaksi digital secara lebih efektif dibandingkan metode konvensional. Pendekatan ini dinilai paling relevan dengan karakteristik belajar generasi digital yang interaktif, visual, dan bergantung pada platform media sosial seperti *YouTube* dan *TikTok*. Namun, efektivitasnya tetap disyaratkan oleh mutu desain konten, validitas informasi, dan basis literasi digital pengguna. Dengan demikian, video edukatif dapat dioptimalkan sebagai instrumen strategis dalam akselerasi literasi keuangan digital di era transformasi ekonomi modern.

Kata Kunci: Video Edukatif, Uang Digital, Transaksi Digital, Literasi Keuangan Digital, Media Pembelajaran

PENDAHULUAN

Perkembangan sistem pembayaran dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan transformasi yang signifikan, di mana masyarakat secara eksponensial meninggalkan transaksi berbasis tunai dan beralih ke ekosistem keuangan digital. Akselerasi ini didorong oleh penetrasi instrumen keuangan berbasis teknologi seperti uang elektronik, dompet digital (*e-wallet*), *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), serta layanan *mobile banking* yang kini menggeser orientasi aktivitas ekonomi harian. Namun, transformasi menuju masyarakat non-tunai (*cashless society*) ini tidak terjadi secara instan, mengingat adanya tantangan struktural berupa kesiapan infrastruktur dan adaptabilitas masyarakat. Sejumlah kajian empiris mengonfirmasi bahwa digitalisasi instrumen pembayaran membawa dampak masif terhadap pola perputaran uang serta mendorong pembentukan ekosistem ekonomi yang lebih efisien, transparan, dan responsif (Angriani & Fitriati, 2026; Faiq et al., 2024; Hendrawan et al., 2023; Rangkuti & Nasution, 2024)

Akan tetapi, pesatnya adopsi teknologi finansial (*fintech*) ini memicu fenomena paradoks, di mana pertumbuhan akses layanan tidak berjalan linear dengan tingkat pemahaman masyarakat mengenai risiko finansial yang menyertainya. Banyak individu, khususnya generasi muda, telah menggunakan layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari tetapi belum memiliki kompetensi literasi keuangan digital yang memadai. Ketimpangan ini tecermin dari rendahnya kontrol pengelolaan keuangan, kecenderungan terjebak dalam pengeluaran impulsif, serta kerentanan terhadap ancaman keamanan siber. Beberapa penelitian terdahulu menegaskan bahwa rendahnya kapasitas literasi finansial di era digital mendegradasi rasionalitas perilaku ekonomi, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif yang destruktif (Fauziah, 2026; Mardini et al., 2026; Sihotang & Nasution, 2025).

Menyikapi urgensi tersebut, kebutuhan akan rekonstruksi media pembelajaran yang adaptif dengan karakteristik masyarakat informasi menjadi krusial. Pendekatan edukasi konvensional dinilai kurang optimal dalam menjangkau generasi baru yang tumbuh dalam lingkungan visual dan berbasis teknologi interaktif. Dalam lanskap ini, media audiovisual seperti video edukatif hadir sebagai alternatif strategis karena kemampuannya dalam mentransformasikan informasi yang bersifat abstrak menjadi stimulus visual yang konkret, ringkas, dan persuasif. Berbagai studi membuktikan bahwa pemanfaatan video dalam proses edukasi mampu mengeliminasi kejenuhan kognitif, memperkuat retensi memori, serta meningkatkan keterlibatan aktif peserta didik (Al-Shami et al., 2024; Choung et al., 2023; Fadli et al., 2024; Putri et al., 2025).

Meskipun literatur terdahulu telah banyak mengulas topik literasi keuangan maupun efektivitas media audiovisual secara terpisah, kajian yang secara spesifik mengintegrasikan keduanya dalam koridor psikologi ekonomi perilaku masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada aspek teknis adopsi teknologi pembayaran atau efektivitas video dalam ruang kelas formal tanpa mengaitkannya dengan distorsi perilaku belanja daring masyarakat urban (Abdulrahman et al., 2020; Damayanti & Lestari, 2024; Nugroho et al., 2024). Akibatnya, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang nyata mengenai bagaimana media digital dirancang untuk mengintervensi kebiasaan finansial yang serba instan.

Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) utama penelitian ini terletak pada fokus analisisnya yang secara spesifik mengkaji efektivitas format *micro-learning* (video pendek) dalam memitigasi penurunan hambatan psikologis bertransaksi (*the pain of paying*) serta

mengendalikan perilaku finansial impulsif pada Generasi Z. Melalui pendekatan sintesis kualitatif-integratif, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan konseptualisasi baru mengenai optimalisasi desain instruksional video pendek sebagai instrumen intervensi literasi keuangan digital. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi perkembangan pendidikan ekonomi modern serta menjadi panduan praktis dalam merancang strategi edukasi finansial yang adaptif di era transformasi digital..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pemanfaatan video edukatif dalam meningkatkan pemahaman mengenai uang dan transaksi digital. Data penelitian diperoleh dari berbagai artikel ilmiah yang dipublikasikan pada rentang tahun 2020–2026 dan diakses melalui beberapa basis data akademik, yaitu Google Scholar, Garuda (Garba Rujukan Digital), Scopus, dan ScienceDirect. Proses penelusuran literatur dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci seperti *digital financial literacy*, *educational video*, *digital transaction*, *QRIS*, *e-wallet*, dan *micro-learning*.

Pada tahap awal, peneliti mengidentifikasi sejumlah artikel yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian berdasarkan judul, abstrak, dan kata kunci. Selanjutnya dilakukan proses penyaringan dengan mempertimbangkan relevansi isi artikel terhadap fokus kajian. Kriteria inklusi mencakup artikel yang membahas literasi keuangan digital, transaksi digital, media audiovisual, serta penggunaan video edukatif sebagai sarana pembelajaran. Sementara itu, artikel yang tidak melalui proses *peer review*, tidak memiliki metodologi penelitian yang jelas, serta dokumen nonilmiah seperti berita, opini, dan artikel populer dikeluarkan dari proses seleksi. Berdasarkan tahapan tersebut, diperoleh 30 artikel yang dinilai paling relevan untuk dianalisis lebih lanjut.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi literatur, reduksi data, pengelompokan tema, dan analisis isi (*content analysis*). Selanjutnya, dilakukan sintesis komparatif terhadap hasil penelitian terdahulu untuk menemukan pola-pola temuan yang bersifat konvergen maupun divergen. Proses tersebut bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas, tantangan, dan peluang pemanfaatan video edukatif dalam meningkatkan literasi keuangan digital pada masyarakat di era transformasi digital. Hasil sintesis kemudian diinterpretasikan secara kritis guna menghasilkan pemahaman konseptual yang dapat menjadi dasar pengembangan strategi edukasi keuangan yang lebih adaptif dan relevan dengan kebutuhan generasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lanskap Transaksi Digital dan Dampaknya terhadap Perilaku Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai penelitian yang dihimpun, ditemukan bahwa perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) di Indonesia telah mengubah orientasi bertransaksi masyarakat secara drastis. Penggunaan instrumen pembayaran non-tunai seperti QRIS, dompet digital (*e-wallet*), dan *mobile banking* saat ini telah bergeser dari sekadar alat bantu transaksi menjadi bagian integral dari determinan gaya hidup sehari-hari Masyarakat (Anwar et al., 2024). Transformasi ini terbukti memberikan efisiensi yang masif bagi aktivitas konsumsi maupun optimalisasi pencatatan finansial pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Aji et al., 2020; Anwar et al., 2024). Namun, di balik kemudahan tersebut, digitalisasi sistem pembayaran memicu disintegrasi psikologis dalam kontrol pengeluaran karena hilangnya sentuhan fisik dengan uang tunai.

Perubahan perilaku finansial yang tidak terkendali ini paling destruktif terjadi pada generasi muda, khususnya kelompok mahasiswa yang berada pada fase transisi kemandirian ekonomi. Jika membandingkan temuan (Angriani & Fitriati, 2026; Fauziah, 2026), terlihat pola yang konvergen bahwa rendahnya pemahaman mengenai keuangan digital berkorelasi linear dengan tingginya intensitas pemborosan atau pembelian impulsif (*impulsive buying*). Secara teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui lensa ekonomi perilaku (*behavioral economics*), di mana sifat transaksi digital yang serba instan dan tak kasat mata (*invisible*) berhasil mereduksi konsep psikologis yang dikenal sebagai *the pain of paying*.

(Prelec & Loewenstein, 1998) dalam konsep dasar *the pain of paying* menjelaskan bahwa pelepasan sumber daya finansial secara fisik (seperti menyerahkan uang kertas) secara alamiah memicu respons emosional negatif atau penderitaan psikologis ringan yang berfungsi sebagai alarm bagi otak untuk membatasi pengeluaran. Sebaliknya, transaksi digital menciptakan jarak temporal dan fisik (*physical decoupling*) yang mengaburkan nilai riil dari uang tersebut (Prelec & Loewenstein, 1998). Akibatnya, hambatan psikologis untuk membelanjakan uang menjadi runtuh, menghilangkan rasa "sakit" saat membayar, dan memicu individu untuk bertindak tidak rasional.

Dampak penurunan *the pain of paying* ini sejalan dengan *Stimulus-Organism-Response* (SOR) Theory, di mana kemudahan teknologi bertindak sebagai stimulus eksternal yang memanipulasi kondisi organisme (psikologis) pengguna sehingga menghasilkan respons berupa konsumsi berlebih. Konfirmasi empiris dari (Fadli et al., 2024) dan (Putri et al., 2025) menegaskan bahwa meskipun Generasi Z memiliki keahlian teknis yang tinggi dalam mengoperasikan gawai, indeks literasi keuangan digital mereka masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Tingginya intensitas penggunaan *e-wallet* harian tidak diimbangi dengan kesadaran melakukan evaluasi kognitif seperti mencatat arus kas, sehingga saldo digital kerap habis tanpa perencanaan yang matang.

Kondisi tersebut diperparah oleh penetrasi fitur belanja sekarang bayar nanti (*buy now pay later* / BNPL) pada berbagai platform niaga elektronik (*e-commerce*). Penelitian (Sihotang & Nasution, 2025) membuktikan bahwa layanan *paylater* menjadi katalis utama dalam meningkatkan fenomena pembelian impulsif di kalangan mahasiswa. Karena pembayaran ditangguhkan ke masa depan, *temporal separation* ini semakin memperlemah sensasi *the pain of paying*, membuat mahasiswa abai terhadap kapasitas anggaran riil mereka. Fenomena paradoks ini sesuai dengan analisis statistik (Mardini et al., 2026) yang menyatakan bahwa akselerasi teknologi keuangan bergerak secara eksponensial, sementara edukasi risiko bergerak lambat. Akibatnya, masyarakat yang sekadar cakap secara digital tanpa literasi finansial yang kokoh menjadi kelompok yang paling rentan terhadap risiko penipuan siber, kebocoran data pribadi, dan jeratan utang akibat salah urus keuangan (*financial mismanagement*).

Analisis Pola dan Model Video Edukatif di Platform YouTube dan TikTok

Berdasarkan hasil sintesis dari berbagai literatur, perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh informasi secara signifikan, khususnya dalam memahami konsep keuangan dan transaksi digital. Platform berbasis video seperti YouTube dan TikTok kini telah bertransformasi menjadi sarana edukasi audiovisual yang sangat efektif bagi generasi muda. Kehadiran konten multimedia terbukti mampu membantu dalam menyederhanakan materi yang terlalu abstrak, seperti pengelolaan uang, mekanisme QRIS, hingga mitigasi risiko siber menjadi informasi yang sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari (Abdulrahman et al., 2020). Dalam konteks ini, (Damayanti & Lestari, 2024)

menjelaskan bahwa *YouTube* memiliki keunggulan besar sebagai media edukasi keuangan masyarakat urban karena karakteristiknya yang komunikatif, memiliki durasi yang lebih longgar untuk penjelasan mendalam, serta mampu menyajikan visualisasi simulasi transaksi secara utuh.

Di sisi lain, *TikTok* melengkapi lanskap edukasi ini melalui pendekatan *micro-learning* atau pembelajaran berbasis video pendek (*short video learning*). Tren ini berkembang pesat pada Generasi Z karena format penyampaian yang ringkas dianggap jauh lebih adaptif dan mudah dipahami dibandingkan metode pembelajaran konvensional yang cenderung panjang dan monoton (Nugroho et al., 2024). Namun, intensitas paparan konten yang sangat tinggi di *TikTok* ini membawa dampak psikologis yang dua arah. (Ervianti et al., 2025) menemukan bahwa model *micro-learning* pada video pendek tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi secara nyata mampu membentuk pola pikir dan kebiasaan baru mahasiswa dalam menggunakan layanan transaksi digital sehari-hari.

Keberhasilan adopsi video edukatif ini sangat dipengaruhi oleh aspek psikologi belajar audiens modern, terutama terkait batas daya fokus (*attention span*). Penelitian (Prabowo et al., 2025) menunjukkan bahwa desain visual yang terlalu padat, bertele-tele, dan durasi video yang terlalu panjang justru akan menurunkan minat belajar pengguna media sosial secara drastis. Oleh karena itu, para kreator konten edukasi keuangan dituntut untuk menyusun materi yang ringkas, langsung pada inti pembahasan, serta didukung oleh ilustrasi animasi yang sederhana.

Hal ini sejalan dengan pandangan (Koskelainen et al., 2023) yang menegaskan bahwa lingkungan belajar digital di era modern harus dirancang secara interaktif dan adaptif agar mampu mempertahankan keterlibatan (*engagement*) pengguna. Konten edukatif yang memuat simulasi nyata, seperti animasi interaktif penggunaan fitur keamanan digital atau konsekuensi logis dari jeratan *paylater*, terbukti mengurangi anggapan bahwa literasi keuangan merupakan materi yang sulit untuk dipahami. Dengan demikian, hasil pembahasan ini menegaskan bahwa efektivitas video edukatif tidak hanya bersandar pada kebenaran materi akademis yang disampaikan, melainkan pada keandalan strategi desain konten dan pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik psikologis audiens sarannya.

Sintesis Kritis: Efektivitas, Tantangan, dan Peluang Video Edukatif

Berdasarkan hasil analisis menyeluruh terhadap berbagai penelitian, ditemukan bahwa video edukatif memiliki efektivitas yang tinggi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai uang dan transaksi digital. Pola temuan yang bersifat konvergen (saling mendukung) menunjukkan bahwa media audiovisual mampu membantu pengguna memahami konsep keuangan digital jauh lebih efektif dibandingkan dengan metode pembelajaran konvensional. (Herianto & Jumaenia., 2026) menjelaskan bahwa penggunaan video pendek edukatif terbukti meningkatkan pemahaman peserta didik secara nyata terhadap mekanisme transaksi non-tunai karena materi disampaikan secara visual dan kontekstual.

Temuan serupa juga ditunjukkan oleh (Sabrina et al., 2025) yang menemukan bahwa optimalisasi video pembelajaran membuat siswa lebih mudah memahami konsep uang digital karena proses belajar terasa lebih interaktif. Dalam corak yang lebih praktis, (Gusti et al., 2022; Septianto et al., 2023) menambahkan bahwa video berbentuk tutorial atau panduan langsung terbukti memberikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang baik, sehingga

konsep akuntansi sederhana dan pengoperasian aplikasi niaga elektronik (*e-commerce*) dapat ditiru dengan mudah oleh pemula.

Dalam konteks yang lebih luas, eksperimen pembelajaran yang dilakukan oleh (Nicolini & Haupt, 2025) membuktikan bahwa video edukatif berdurasi singkat mampu meningkatkan literasi keuangan digital secara signifikan, terutama pada kelompok usia muda. Hal ini terjadi karena format visual sangat sesuai dengan karakteristik belajar generasi digital yang menyukai informasi cepat, konkret, dan interaktif. Model pembelajaran berbasis multimedia ini terbukti sukses memotong kesan bahwa materi keuangan adalah hal yang rumit dan membosankan (Mutia et al., 2020). Dengan demikian, video edukatif memiliki peluang besar sebagai inovasi pembelajaran yang paling relevan untuk mendukung adaptasi masyarakat terhadap sistem transaksi modern yang terus berkembang.

Meskipun memiliki peluang besar, efektivitas video edukatif ini tidak bersifat mutlak melainkan memiliki pola yang divergen (bersyarat). Keberhasilan media ini sangat bergantung pada kualitas desain konten yang digunakan. (Izmagambetova et al., 2025) mengingatkan bahwa struktur visual, alur penyampaian, dan beban informasi di dalam video sangat menentukan daya fokus penonton. Video yang terlalu panjang dan dipenuhi teks atau angka secara berlebihan justru menimbulkan kelelahan kognitif, sehingga menurunkan konsentrasi dan membuat pesan edukasi gagal tersampaikan.

Hal ini diperkuat oleh (Menberu, 2024) yang menyatakan bahwa potensi besar video digital tetap bersandar pada kemampuan kreator dalam menyederhanakan bahasa teknis keuangan agar sesuai dengan karakteristik penonton. Oleh karena itu, seperti yang dikonfirmasi oleh (Prabowo et al., 2025), kreator harus pintar menyiasati batas fokus (*attention span*) penonton muda yang pendek dengan cara membuat konten yang langsung pada inti pembahasan dan kaya akan ilustrasi menarik.

Tantangan nyata lainnya dalam pemanfaatan video edukatif ini adalah masalah infrastruktur digital dan validitas informasi. (Al-Shami et al., 2024) menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan digital masyarakat tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menyaring informasi teknologi keuangan di media sosial. Rendahnya kemampuan menyaring ini memicu risiko baru yang cukup mengkhawatirkan. Farida et al. (2024) menyoroti bahwa maraknya konten finansial di platform digital saat ini tidak selalu disertai dengan kebenaran data yang memadai. Banyak pengguna yang menerima informasi keuangan tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut dari konten kreator yang sebenarnya tidak memiliki kompetensi atau latar belakang pendidikan ekonomi, sehingga memicu salah urus keuangan atau investasi keliru.

Terakhir, (Pakkawaru et al., 2025) mengingatkan bahwa video edukasi di masa depan tidak boleh hanya fokus pada cara memakai aplikasi untung-rugi saja penggunaan aplikasi transaksi digital semata, melainkan wajib memasukkan materi keamanan data pribadi dan mitigasi risiko kejahatan siber (*cyber fraud*). Kesimpulan dari sintesis kritis ini menunjukkan bahwa video edukatif adalah alat yang sangat potensial dan efektif, namun kesuksesannya di lapangan tetap ditentukan oleh tiga faktor utama, yakni kualitas desain konten yang menarik, kebenaran isi informasi yang disampaikan, serta kesiapan literasi digital dari masyarakat itu sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil sintesis literatur, dapat disimpulkan bahwa dinamika transaksi digital telah menggeser pola aktivitas ekonomi masyarakat menjadi lebih praktis, cepat, dan

terintegrasi dengan teknologi finansial. Adopsi QRIS, *e-wallet*, dan platform pembayaran digital lainnya terbukti memberikan efisiensi tinggi, namun di sisi lain memicu kerentanan baru berupa perilaku konsumtif, penurunan kontrol pengelolaan keuangan, serta peningkatan risiko keamanan siber akibat rendahnya literasi keuangan digital masyarakat. Dalam lanskap tersebut, video edukatif memegang peran krusial sebagai media intervensi pembelajaran yang mampu mendistribusikan konsep uang dan transaksi digital secara lebih sederhana, interaktif, dan kontekstual.

Hasil pembahasan menegaskan bahwa format video pendek berbasis audiovisual (*micro-learning*) memiliki tingkat efektivitas paling tinggi bagi generasi digital karena adaptif dengan karakteristik belajar mereka yang cenderung visual dan bergerak cepat. Meskipun demikian, efektivitas media ini tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh kualitas desain instruksional, simplifikasi bahasa, validitas informasi, serta kesiapan infrastruktur digital pengguna.

Oleh karena itu, pengembangan media edukasi keuangan ke depan harus diarahkan pada standardisasi konten yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga memuat materi mitigasi risiko keamanan data secara komprehensif. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian empiris mengenai dampak langsung video edukatif terhadap perubahan perilaku finansial nyata masyarakat, sementara para praktisi pendidikan disarankan untuk mulai mengintegrasikan media audiovisual ini ke dalam kurikulum literasi keuangan secara inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, M., Faruk, N., Oloyede, A., Surajudeen-Bakinde, N., Olawoyin, L., Mejabi, O., Imam-Fulani, Y., Fahm, A., & Azeez, A. (2020). Multimedia tools in the teaching and learning processes: A systematic review. *Heliyon*, 6(11), e05312. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05312>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Al-Shami, S., Damayanti, R., Adil, H., Farhi, F., & Mamun, A. (2024). Financial and digital financial literacy through social media use towards financial inclusion among batik small enterprises in Indonesia. *Heliyon*, 10, e34902. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34902>
- Angriani, O., & Fitriati, I. R. (2026). Analisis pengaruh intensitas transaksi digital, gaya hidup digital, dan kepercayaan terhadap literasi keuangan pengguna E-wallet. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(2), 204–215. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/76376>
- Anwar, A., Rahmadhani, F., Mainake, M. T., & Assegaff, S. S. (2024). Pemanfaatan E-Money dalam transaksi jual beli online di era digital bagi siswa SMA Negeri 6 Ambon. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 4(2), 229–239. <https://ejournalnew.methodist.ac.id/index.php/methabdi/article/view/3592>
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58(b), 104438. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Damayanti, S. M., & Lestari, D. (2024). Unveiling the power of YouTube in digital financial

- literacy. *Journal of Accounting and Investment*, 25(2), 692–710. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i2.20677>
- Ervianti, Z., Qurrota'Ayun, T., Salsabillah, N., & Aziz, V. (2025). Analisis isi konten YouTube “7 Aturan Uang” dan relevansinya terhadap literasi keuangan remaja. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*, 4(1), 491–503. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/7214>
- Fadli, J. A., Indradewa, R., & Yudistria, Y. (2024). Measuring the level of digital financial literacy among Generation Y and Z in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1911–1918. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/2813>
- Faiq, M., Hakim, L., & Setiawan, B. (2024). Tantangan transformasi pembayaran digital di negara berkembang. *Jurnal Inovasi Keuangan*, 6(3), 175–190.
- Fauziah, F. R. (2026). Pengaruh sistem pembayaran digital terhadap stabilitas moneter di Indonesia: Perspektif ekonomi dan keuangan Islam. *Jurnal Media Akademik*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/e0fwat74>
- Gusti, G., Agustira, Y., Zaini, M., & Yulianto, R. (2022). The influence of video tutorial learning media on improving financial literacy knowledge: A study for e-commerce user students. *Malaysian E Commerce Journal*, 6(2), 72–75. <https://doi.org/10.26480/mecj.02.2022.72.75>
- Hendrawan, M. R. N. A., Marits, S. A., & Herman, S. (2023). Development of digital payment systems in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 1335–1344. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/2328>
- Herianto, A., & Jumaenia. (2026). Digital financial literacy learning in shaping non-cash transaction behavior of upper secondary school students. *Global Education Journal*, 4(1), 221–228. <https://www.journal.civiliza.org/index.php/gej/article/view/1389>
- Izmagambetova, R., Zharikbaeva, D., Baikulova, A., & Aitzhanova, E. (2025). Formation of financial literacy of primary school students based on digital content. *Gumilyov Journal of Pedagogy*, 153(4), 298–310. <https://doi.org/10.32523/3080-1710-2025-153-4-298-310>
- Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age – A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), 507–528. <https://doi.org/10.1111/joca.12510>
- Mardini, Y., Muyasarah, I., Riskiani, H. A., & Arie, M. (2026). Digitalisasi keuangan syariah: Uang dan bank digital sebagai alat tukar modern yang halal dan inovatif. *Jurnal Muria Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/JMPM/article/view/16475>
- Menberu, A. (2024). Technology-mediated financial education in developing countries: A systematic literature review. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2294879>
- Mutia, L., Gimin, G., & Mahdum, M. (2020). Development of blog-based audio visual learning media to improve student learning interests in money and banking topic. *Journal of Educational Sciences*, 4(2), 436–448. <https://doi.org/10.31258/jes.4.2.p.436-448>

- Nicolini, G., & Haupt, M. (2025). Do teaching media matter? A comparative study of finance education via classroom, livestream, video, and educational games. *Education Sciences*, 15(8), 1053. <https://doi.org/10.3390/educsci15081053>
- Nugroho, M. R. P., Haerunisa, H., Izati, M. P., Ramadhanty, S., & Firmansyah, B. (2024). Analisis pembelajaran literasi keuangan melalui konten video: Tinjauan pada short video TikTok. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 21(1), 14–19. <https://doi.org/10.21831/jep.v21i1.72851>
- Pakkawaru, I., Jalil, A., Amalia, R., Pratamasyari, D., Hidayah, N., & Herdian, F. (2025). Educating consumers on transaction security and data privacy in digital marketing. *Journal of Community Service: In Economics, Bussiness, and Islamic Finance*, 2(2), 46–52. <https://doi.org/10.24239/jcsebif.v2i2.4169>
- Prabowo, P., Chairunissa, A., & Hiola, Y. (2025). The application of financial technology and digital education to improve financial literacy among Indonesian millennials. *Journal of the American Institute*. <https://doi.org/10.71364/pmy5ht37>
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing Science*, 17(1), 4–28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>
- Putri, M. C., Hasanah, U., & Rialita, A. J. (2025). The impact of digital literacy on the use of cashless transactions among Generation Z. *Journal of Social Science and Economics*, 4(2), 237–246. <https://jurnal.istaz.ac.id/index.php/josse/article/view/2176>
- Rangkuti, N. R., & Nasution, M. I. P. (2024). Peran Bank Indonesia dalam pengembangan transaksi uang digital. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 09–17. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3108>
- Sabrina, R., Ruhiyat, Y., & Atikah, C. (2025). The use of Genially-based web learning media in enhancing high school students' understanding of payment system and tools concepts. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 17(4), 7745–7753. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v17i4.7877>
- Septianto, T., Wibawa, K., & Lisdiyanto, A. (2023). Perception of user experience: Cash and bank learning video in introductory accounting course at Diploma 4 level. *NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applications)*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.36564/njca.v8i1.294>
- Sihotang, H. T. M., & Nasution, M. I. P. (2025). Perbandingan efisiensi transaksi uang digital dan uang tunai di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 245–252. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i1.3496>