

ABSTRAK

Belakangan konten bertema keuangan mulai menjamur di media sosial. Konten tersebut dibuat oleh pemerintah, lembaga terkait, dan *influencer* yang mendapatkan antusiasme paling tinggi. Pasalnya *influencer* dapat membingkai informasi keuangan dengan cara yang kreatif, kontekstual dan unik sehingga informasi keuangan menjadi lebih mudah dipahami. Salah satu *influencer* tersebut adalah Annisa Steviani. Annisa aktif menyebarkan informasi keuangannya melalui akun Instagramnya yang bernama @annisast. Dalam akunnya, Annisa menggunakan pendekatan yang relatif unik karena tak segan memojokkan audiensnya dan memiliki keberpihakan yang jelas terhadap kesetaraan dalam pengelolaan keuangan keluarga sehingga membuat audiens merasa “tertampar” dan aktif berinteraksi disana. Sehubungan dengan hal ini, bagaimana Annisa Steviani membingkai pesan keuangan menjadi menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini akan berusaha melihat bagaimana Annisa melakukan pembingkai terhadap pesan keuangan dengan berlandaskan teori *personal finance planning* dari Ernst & Young (2004) lalu dilakukan dengan metode analisis framing dari Robert N. Entman. Pada akhirnya konstruksi pesan yang digunakan untuk membahas aspek perencanaan keuangan adalah pemberian langkah dan tahapan praktis sehingga individu dapat langsung menyelesaikan masalahnya. Sedangkan untuk masalah dalam aspek investasi, komunikator menerapkan strategi komunikasi yang berbasis penilaian seputar apa yang benar dan salah secara informal dan menggunakan contoh yang dekat dengan kehidupan audiens sehingga dapat lebih mudah memahami pesan yang disampaikan.

Kata kunci: *influencer*, *personal finance planning*, analisis framing Robert N. Entman

ABSTRACT

Lately finance themed content started to grow in social media. This content was made by government, related institutions, and influencer whose made it very popular. This is because influencers are able to frame financial information in creative, contextual, and unique way so that it becomes easier to understand. One of these influencers is Annisa Steviani. Annisa actively disseminates financial information through her Instagram account called @annisast. In her account, Annisa uses a relatively unique approach since she doesn't hesitate to corner her audience and has a clear support for equality in terms of household financial planning. In connection with this, how Annisa Steviani frames financial messages became interesting to research. Therefore, this research will try to uncover how Annisa frames financial messages based on personal finance planning theory from Ernst & Young (2004) and uses framing analysis from Robert N. Entman. In the end, the message construction used to discuss financial planning aspect is to provide practical steps and stages so that individuals can immediately solve their financial problems. Meanwhile, for problems in the investment aspect, communicators apply communication strategies that are based on judgments about what is right and wrong informally, and use example that are relatable to audiens so that it will be easier for them to understand.

Keywords: influencer ; personal finance planning ; Entman framing analysis