

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“Analisis Peran Media Sosial Dan Literasi Keuangan Syariah Pada Minat Investasi Reksadana BSI Oleh Generasi Z Di Kota Bukittinggi”**. yang disusun oleh M Ibra Alkarim Nim 3321226, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) uin Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z Kota Bukittinggi, meskipun kelompok ini memiliki aktivitas tinggi di media sosial dan berpotensi menjadi pasar strategis bagi produk investasi syariah, khususnya reksadana Bank Syariah Indonesia (BSI). Media sosial diyakini mampu menjadi jembatan edukasi yang efektif, namun pemanfaatannya oleh lembaga keuangan syariah masih belum optimal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada dua kelompok narasumber, yaitu Generasi Z yang telah atau berminat berinvestasi reksadana syariah BSI, perwakilan BSI. Data primer diperoleh dari wawancara, sedangkan data sekunder berasal dari literatur, laporan tahunan, dan sumber resmi terkait. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan minat Generasi Z terhadap investasi reksadana syariah BSI. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube efektif menyampaikan informasi melalui konten visual, testimoni, dan edukasi singkat yang relevan dengan gaya belajar generasi digital. Tingkat literasi keuangan syariah Generasi Z bervariasi; literasi yang tinggi meningkatkan rasa percaya diri dan kenyamanan dalam memilih produk syariah, sedangkan literasi rendah membatasi pemahaman mereka terhadap mekanisme dan risiko investasi. Konten digital yang edukatif terbukti mendorong minat konkret seperti pembukaan rekening reksadana, top-up rutin, dan perencanaan investasi jangka panjang. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi edukasi dan promosi investasi syariah yang lebih efektif dan tepat sasaran bagi generasi muda.

Kata Kunci: Media Sosial, Literasi Keuangan Syariah, Minat Investasi, Reksadana BSI, Generasi Z.