

Pemanfaatan Instagram sebagai Media Edukasi Investasi: Analisis Multimodal Akun @AKADEMICRYPTOCOM

Ahmad Vicky Nihalani Bisri^{1*}, Samia Elviria², Yusnaini³

^{1, 2, 3}) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nurdin Hamzah

*Email korespondensi: avnbisri@unh.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the use of Instagram as a medium for cryptocurrency investment education on the account @akademicryptocom through a multimodal content analysis approach. The analytical framework is based on multimodality theory developed by Gunther Kress and Theo van Leeuwen, which emphasizes the integration of various semiotic modes in meaning-making. This research employs a qualitative method using observation and documentation techniques on Feed and Reels content published by the account. The analysis focuses on how textual, visual; audio, movement, and layout elements are constructed to convey educational messages related to cryptocurrency investment. The findings indicate that @akademicryptocom utilizes visual strength, informative design, and relatively simple language to enhance audience understanding. The integration of these multimodal elements contributes to the development of systematic and accessible educational content for social media users. However, the effectiveness of educational communication still faces several challenges, including limited two-way interaction, the use of technical terms that are not fully simplified, and potential distractions inherent in the social media environment. This study highlights that optimizing multimodal strategies is essential for improving the quality and effectiveness of cryptocurrency investment education on Instagram.

Keywords: *cryptocurrency education, digital communication, Instagram, multimodal analysis*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media edukasi investasi kripto pada akun @akademicryptocom melalui pendekatan analisis konten multimodal. Kerangka analisis mengacu pada teori multimodalitas yang dikembangkan oleh Gunther Kress dan Theo van Leeuwen, yang menekankan integrasi berbagai mode semiotik dalam membangun makna. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi dan dokumentasi terhadap konten Feed dan Reels yang dipublikasikan akun tersebut. Analisis difokuskan pada bagaimana elemen teks, visual, audio, gerak, dan tata letak dikonstruksi untuk menyampaikan pesan edukatif terkait investasi kripto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @akademicryptocom memanfaatkan kekuatan visual, desain informatif, serta penggunaan bahasa yang relatif sederhana untuk meningkatkan pemahaman audiens. Integrasi elemen multimodal tersebut berkontribusi dalam membangun pesan yang lebih sistematis dan mudah diakses oleh pengguna media sosial. Namun demikian, efektivitas komunikasi edukatif masih menghadapi beberapa hambatan, antara lain keterbatasan interaksi dua arah, penggunaan istilah teknis yang belum sepenuhnya disederhanakan, serta potensi distraksi yang melekat pada karakteristik platform media sosial. Penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi strategi multimodal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi edukasi investasi kripto di Instagram.

Kata kunci: analisis multimodal, edukasi investasi kripto, Instagram, komunikasi digital

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial mengalami transformasi peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat modern. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi interpersonal, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memfasilitasi pertukaran informasi, pembentukan opini, serta proses pembelajaran informal. Perubahan ini sejalan dengan pergeseran pola konsumsi informasi generasi digital-native yang semakin bergantung pada media sosial sebagai sumber utama informasi sehari-hari, menggantikan peran media konvensional seperti televisi dan surat kabar (We Are Social &

Hootsuite, 2024). Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi medium distribusi pesan, tetapi juga ruang produksi makna yang aktif dan partisipatif.

Perkembangan teknologi digital turut mendorong perubahan model komunikasi dari yang bersifat satu arah menuju komunikasi yang interaktif, partisipatif, dan real-time. Audiens tidak lagi diposisikan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan sebagai subjek yang dapat menafsirkan, merespons, dan memproduksi pesan secara simultan. Fenomena ini berdampak signifikan pada praktik komunikasi massa dan komunikasi edukatif, di mana proses penyampaian pengetahuan tidak lagi terpusat pada institusi formal, melainkan berlangsung dalam ruang digital yang terbuka dan dinamis. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang pembelajaran informal yang memungkinkan terjadinya proses berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) dan pembentukan pemahaman kolektif (Sivakumar et al., 2023; Rahmatia et al., 2025).

Dalam ranah literasi keuangan, media sosial menunjukkan potensi strategis sebagai sarana edukasi yang efektif karena mampu menjangkau audiens luas serta menyajikan informasi dalam format yang ringkas dan mudah diakses. Studi oleh Ayuningtyas, Widati, dan Suparno (2023) menunjukkan bahwa penyampaian konten keuangan melalui media sosial berkontribusi pada peningkatan pemahaman finansial, terutama ketika informasi dikemas dalam bentuk visual seperti video pendek dan infografis. Temuan ini mengindikasikan bahwa karakteristik multimodal media sosial selaras dengan preferensi konsumsi informasi generasi digital yang cenderung cepat, visual, dan interaktif (Nadhifah & Christabella, 2022). Selain itu, media sosial juga dipahami sebagai ruang pembelajaran informal yang memungkinkan terjadinya proses berbagi pengetahuan dan pembentukan makna secara kolaboratif (Fitriani, 2021). Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi informasi, tetapi juga sebagai ekosistem edukatif yang adaptif terhadap kebutuhan literasi keuangan.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan kekuatan visual yang dominan dan jumlah pengguna yang besar di Indonesia. Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite (2024), Indonesia termasuk negara dengan jumlah pengguna Instagram tertinggi di dunia, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–34 tahun. Kelompok usia ini juga merupakan segmen yang paling aktif dalam mengakses informasi keuangan dan investasi digital. Melalui fitur-fitur seperti Feed, Reels, Stories, dan Carousel, Instagram memungkinkan penyampaian pesan secara multimodal melalui kombinasi teks, gambar, video pendek, serta elemen visual lainnya yang dirancang untuk konsumsi informasi yang cepat.

Dalam konteks edukasi keuangan, Instagram memiliki keunggulan dalam menyederhanakan informasi yang kompleks melalui visualisasi dan narasi singkat. Putri dan Hadiyanto (2025) menemukan bahwa kualitas konten Instagram berpengaruh positif terhadap tingkat literasi keuangan generasi Z, terutama ketika konten disajikan secara informatif, konsisten, dan menarik secara visual. Namun, efektivitas penyampaian pesan edukatif di Instagram tidak hanya ditentukan oleh isi informasi, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dikemas dan diorganisasikan secara multimodal. Elviria et al. (2025) menegaskan bahwa integrasi teks, visual, dan narasi dalam konten digital berperan penting dalam membangun makna dan kredibilitas pesan di ruang komunikasi digital. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa konten Feed Instagram memiliki hubungan dengan peningkatan literasi keuangan generasi Z (Nadia & Hadiyanto, 2025).

Permasalahan komunikasi edukatif menjadi semakin kompleks dalam konteks investasi kripto. Investasi kripto merupakan instrumen keuangan yang bersifat teknis, volatil, dan rentan

terhadap misinformasi. Nuroniyah et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi digital dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi kripto. Kurangnya pemahaman yang memadai berpotensi mendorong perilaku investasi yang spekulatif dan berisiko tinggi. Oleh karena itu, kehadiran konten edukatif yang kredibel, terstruktur, dan mudah dipahami di media sosial menjadi kebutuhan yang mendesak.

Di tengah maraknya konten kripto yang bersifat spekulatif dan berorientasi pada keuntungan jangka pendek, akun Instagram @akademicryptocom menarik untuk dikaji karena secara konsisten memproduksi konten edukatif mengenai investasi kripto. Akun ini menyajikan pengetahuan dasar, strategi investasi, serta perkembangan industri aset digital melalui format visual yang disesuaikan dengan karakteristik audiens muda. Pendekatan tersebut menunjukkan adanya upaya adaptif dalam memanfaatkan Instagram sebagai media edukasi investasi kripto yang lebih sistematis dan informatif.

Sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara media sosial dan literasi keuangan, terutama dalam mengukur pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat pemahaman finansial atau keputusan investasi. Namun, pendekatan tersebut umumnya berfokus pada dimensi efek dan perilaku, sehingga literasi keuangan diposisikan sebagai variabel hasil (outcome). Masih terbatas kajian yang menelaah bagaimana pesan edukatif tentang investasi dikonstruksi secara multimodal dalam lingkungan media sosial berbasis visual. Padahal, dalam konteks platform digital seperti Instagram, makna tidak hanya dibentuk oleh isi informasi, tetapi oleh desain visual, tata letak, narasi, dan interaktivitas yang mengikuti logika platform (Walwii et al, 2026).

Untuk memahami bagaimana pesan edukatif investasi kripto disampaikan secara efektif di Instagram, penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Konten Multimodal sebagaimana dikemukakan oleh Kress dan van Leeuwen (2001). Pendekatan ini memandang komunikasi sebagai proses integratif yang melibatkan berbagai mode semiotik, seperti teks, visual, audio, gerakan, tata letak, dan interaktivitas, dalam membangun makna. Dalam konteks Instagram, makna edukatif tidak hanya dibentuk oleh pesan verbal, tetapi juga oleh cara berbagai elemen multimodal tersebut dirancang dan dikombinasikan secara strategis untuk memfasilitasi pemahaman audiens.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab dua rumusan masalah utama, yaitu bagaimana akun Instagram @akademicryptocom memanfaatkan platform Instagram sebagai media edukasi investasi kripto dan faktor-faktor apa saja yang menghambat penyampaian edukasi tersebut. Rumusan masalah pertama berfokus pada strategi komunikasi edukatif yang diterapkan, mencakup penyajian konten, pemanfaatan fitur Instagram, serta integrasi elemen multimodal dalam membangun makna edukatif. Sementara itu, rumusan masalah kedua menitikberatkan pada identifikasi hambatan komunikasi, seperti kompleksitas istilah teknis, perbedaan tingkat literasi audiens, keterbatasan interaktivitas, dan potensi distraksi dalam ekosistem media sosial.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara mendalam pemanfaatan Instagram oleh akun @akademicryptocom sebagai media edukasi investasi kripto serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat efektivitas penyampaian edukasi tersebut. Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya minat terhadap investasi kripto yang tidak selalu diimbangi dengan tingkat literasi keuangan dan literasi digital yang memadai (Rajagukguk & Susanti, 2025). Di tengah arus informasi digital yang padat dan kompetitif, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana literasi, tetapi juga berpotensi menjadi

ruang penyebaran misinformasi apabila tidak dikelola dengan pendekatan komunikasi yang tepat (Firdausiyah et al. 2024)

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan analisis multimodal dalam mengkaji praktik edukasi investasi kripto di Instagram. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dominan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh media sosial terhadap literasi keuangan, studi ini memposisikan literasi sebagai praktik komunikasi yang dibangun melalui orkestrasi elemen visual, linguistik, audio, dan tata letak dalam logika platform digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membahas apa yang disampaikan, tetapi bagaimana makna edukatif dikonstruksi dalam ruang komunikasi berbasis visual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten multimodal dalam paradigma interpretif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan mengukur dampak atau pengaruh media sosial, melainkan memahami bagaimana makna edukatif dikonstruksi melalui integrasi berbagai mode semiotik dalam konten Instagram (Sugiyono, 2019). Penelitian ini mengkaji platform digital, sehingga pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi dari media digital Instagram. Waktu penelitian berlangsung pada Bulan November dan Desember 2025, meliputi tahap observasi awal, persiapan penelitian, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Subjek penelitian adalah akun Instagram @akademicryptocom sebagai produsen konten edukatif investasi kripto. Objek penelitian berupa konten edukatif yang diunggah oleh akun tersebut, khususnya konten yang memuat unsur multimodal, meliputi teks, visual, audio, gerakan, tata letak, dan interaktivitas.

Tabel 1. Rincian Konten @akademicryptocom yang dianalisis

No.	Jenis Konten	Format	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Alasan
1	Unggahan Feed (Infografis) – 17 Desember 2025	Feed / Foto	4808	43	Memadukan grafik analitik, narasi edukatif, dan engagement tinggi yang merepresentasikan fungsi literasi finansial di media sosial.
2	Unggahan Carousel – 30 November 2025	Carousel (multi-slide)	16ribu	67	Menyajikan alur penjelasan bertahap yang mencerminkan strategi penyusunan pesan edukatif
3	Unggahan Reels – 23 Desember 2025	Reels / Video pendek (durasi 0:26)	1033	6	Menggabungkan audio, narasi, subtitle, dan gerakan; representatif untuk analisis mode audio-visual

Sumber: Data peneliti

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital dan observasi non-partisipatif. Dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan konten berupa unggahan Feed, Carousel, dan Reels, termasuk caption dan respons audiens yang relevan. Observasi dilakukan tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam interaksi akun, dengan fokus pada pola penyajian konten, gaya visual, alur penjelasan, dan bentuk interaktivitas.

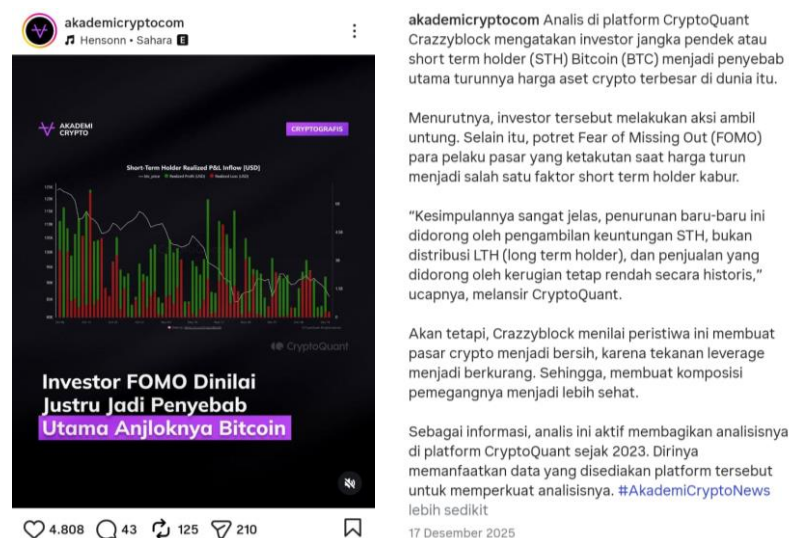
Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri (*human instrument*) yang didukung oleh lembar observasi multimodal, panduan koding berdasarkan teori Kress dan van Leeuwen, serta perangkat pendukung dokumentasi digital. Data dianalisis menggunakan model interaktif

Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penting untuk dipahami bahwa dalam pendekatan Analisis Konten Multimodal (Kress & van Leeuwen, 2001), fungsi edukatif sebuah konten tidak dapat dinilai hanya dari elemen visualnya secara terpisah. Nilai edukatif justru muncul dari *integrasi* seluruh mode semiotik yang hadir secara bersamaan dalam satu unggahan. Dengan demikian, gambar-gambar yang ditampilkan dalam penelitian ini berfungsi sebagai *representasi data*, bukan sekadar ilustrasi dekoratif. Pembacaan atas gambar tersebut harus dilakukan secara multimodal, memperhatikan teks verbal, komposisi visual, hierarki tata letak, dan elemen pendukung lainnya, sebagaimana diuraikan dalam analisis berikut.

Konten 1: Investor FOMO



Gambar 1. Tampilan Infografis, Caption dan Narasi Konten 1
Sumber: akun @akademicryptocom (17 Desember 2025)

Unggahan Instagram dari akun @akademicryptocom menggunakan desain bernuansa gelap dengan dominasi warna hitam dan ungu yang konsisten sebagai identitas visual "Akademi Crypto". Di bagian atas terdapat label "Cryptografis" yang menandakan bahwa konten ini berbasis data dan analisis. Elemen utamanya adalah grafik berjudul *Short-Term Holder Realized P&L Inflow (USD)* dari CryptoQuant. Grafik tersebut menampilkan batang hijau untuk keuntungan (realized profit), merah untuk kerugian (realized loss), serta garis pergerakan harga Bitcoin yang naik turun secara fluktuatif.

Pada bagian bawah visual terdapat judul utama: "Investor FOMO Dinilai Justru Jadi Penyebab Utama Anjloknya Bitcoin." Bagian "Utama Anjloknya Bitcoin" diberi warna ungu agar langsung menarik perhatian. Caption kemudian menjelaskan bahwa penurunan harga lebih dipengaruhi oleh investor jangka pendek (short-term holder/STH) yang melakukan aksi ambil untung atau panik, bukan oleh investor jangka panjang (long-term holder/LTH).

Makna dalam konten ini dibangun melalui perpaduan data visual, teks, dan desain. Grafik berfungsi sebagai bukti kuantitatif yang memberi kesan objektif. Warna hijau dan merah mengikuti konvensi pasar keuangan sehingga mudah dipahami secara cepat. Garis tren harga

yang bergerak turun naik membantu audiens melihat hubungan antara lonjakan realisasi untung/rugi dan perubahan harga Bitcoin.

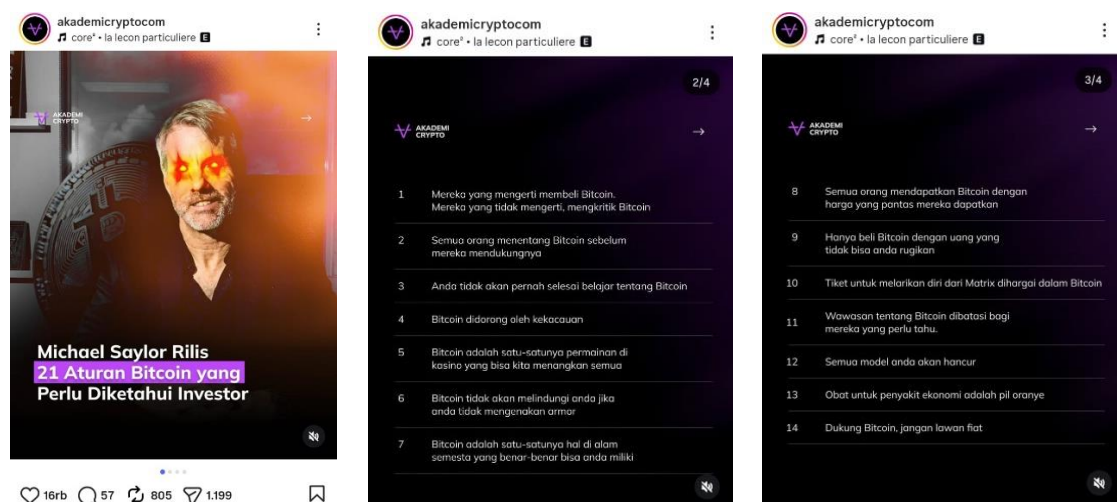
Teks headline dibuat singkat dan langsung pada inti persoalan, yaitu FOMO sebagai faktor pemicu. Caption melengkapi dengan penjelasan yang lebih rinci menggunakan istilah seperti STH, LTH, realized profit, realized loss, dan leverage. Bahasa yang digunakan memang cukup teknis, tetapi tetap komunikatif, sehingga cocok untuk audiens yang ingin memahami pasar kripto secara lebih analitis.

Dari sisi tampilan, penggunaan warna ungu sebagai penekanan membantu pembaca menangkap pesan utama dengan cepat. Latar belakang gelap menciptakan kontras yang membuat grafik dan teks lebih menonjol. Secara keseluruhan, tata letak ini memberi kesan profesional dan berbasis riset. Ketika dilihat sebagai satu kesatuan, grafik menyediakan data, judul merangkum temuan, dan caption memberi konteks. Ketiganya saling mendukung sehingga audiens tidak hanya melihat angka, tetapi juga memahami maknanya.

Fungsi edukatif konten ini terlihat dari cara data disajikan secara sistematis dan mudah dibaca. Grafik membantu menjelaskan konsep yang abstrak seperti realized profit dan realized loss secara visual. Penjelasan tentang perbedaan investor jangka pendek dan panjang memperkenalkan kerangka analisis dalam pasar kripto. Istilah FOMO juga ditempatkan dalam konteks perilaku pasar, sehingga audiens memahami kaitan antara faktor psikologis dan pergerakan harga.

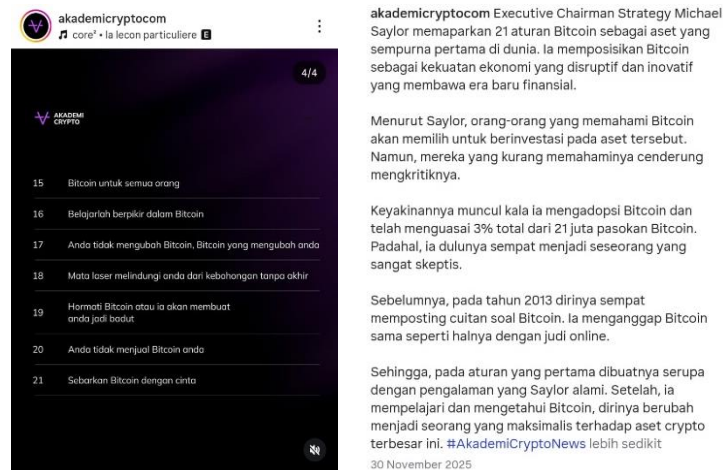
Dari sisi interaksi, unggahan ini memperoleh 4.808 likes, 43 komentar, 125 kali dibagikan, dan 210 kali disimpan. Jumlah simpan dan bagikan menunjukkan bahwa konten ini dianggap cukup bernilai untuk dijadikan referensi atau dibagikan kepada orang lain. Artinya, selain informatif, unggahan ini berfungsi sebagai materi pembelajaran yang dapat diakses kembali. Melalui kombinasi grafik data, penjelasan analitis, desain visual yang jelas, serta respons audiens, konten ini menghadirkan praktik literasi finansial digital yang berbasis pemahaman, bukan sekadar opini.

Konten 2: Michael Saylor Rilis 21 Aturan Bitcoin yang Perlu Diketahui Investor



Gambar 2. Integrasi teks dan visual dalam konten edukasi kripto

Sumber: akun @akademicryptocom (30 November 2025)



Gambar 3. Integrasi teks dan visual dalam konten edukasi kripto
Sumber: akun @akademicryptocom (30 November 2025)

Gambar 2 dan gambar 3 menunjukkan bagaimana teks dan visual saling melengkapi dalam format carousel. Pertama, teks pada setiap slide menyampaikan konsep secara runtut dan bertahap. Kedua, elemen visual seperti ikon, diagram, dan ilustrasi membantu audiens membayangkan konsep yang abstrak, misalnya blockchain atau volatilitas. Ketiga, perpindahan antar-slide membentuk alur penjelasan yang terarah, sehingga audiens bergerak dari pemahaman dasar menuju gagasan yang lebih kompleks. Dengan demikian, fungsi edukatif tidak terletak pada satu gambar saja, melainkan pada keseluruhan rangkaian tanda yang bekerja sebagai satu kesatuan.

Konten carousel Instagram yang diunggah akun @akademicryptocom berjudul “Michael Saylor Rilis 21 Aturan Bitcoin yang Perlu Diketahui Investor” membangun makna melalui perpaduan teks, visual, dan desain. Figur Michael Saylor dihadirkan sebagai sumber otoritatif, sehingga sejak awal pesan memperoleh legitimasi. Identitasnya sebagai tokoh berpengaruh di dunia Bitcoin, ditambah narasi peralihannya dari skeptis menjadi pendukung kuat, memperkuat kredibilitas sekaligus daya tarik pesan.

Pada slide pembuka, Michael Saylor ditampilkan dengan efek “mata laser” dan latar koin Bitcoin berukuran besar. Simbol ini populer di komunitas kripto dan identik dengan optimisme terhadap masa depan Bitcoin. Dominasi warna hitam dan ungu menciptakan kontras yang tegas dengan teks putih, sehingga informasi mudah dibaca dan perhatian audiens terfokus.

Slide berikutnya memuat 21 pernyataan yang disusun secara numerik. Format ini memberi kesan terstruktur dan sistematis, menyerupai kumpulan prinsip atau pedoman. Model carousel memungkinkan informasi dipecah menjadi bagian-bagian singkat sehingga lebih mudah dipahami. Penanda urutan slide (2/4, 3/4, 4/4) juga membantu audiens mengikuti alur pembahasan hingga selesai.

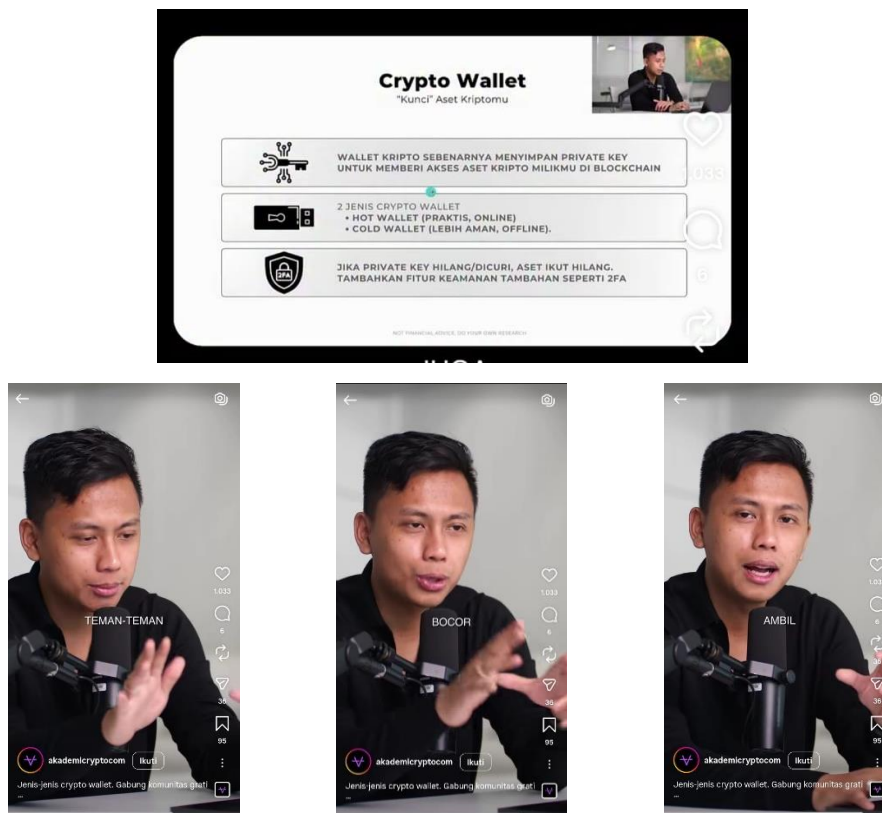
Dari sisi bahasa, kalimat yang digunakan cenderung tegas dan langsung, seperti “Belajarlah berpikir dalam Bitcoin” atau “Anda tidak menjual Bitcoin anda.” Gaya ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang tertentu. Pilihan kata yang ringkas dan mudah diingat membuat pesan lebih mudah tersebar dan diingat kembali oleh audiens. Data interaksi menunjukkan 16 ribu likes, 57 komentar, 805 kali dibagikan, dan 1.199 kali disimpan. Angka “save” yang tinggi mengindikasikan bahwa konten dianggap bernilai untuk dirujuk kembali, sementara jumlah “share” menunjukkan adanya penyebaran ulang pengetahuan

dalam jaringan digital. Dengan demikian, *engagement* menjadi bagian penting dalam melihat bagaimana pesan edukatif diterima dan dimanfaatkan oleh audiens.

Secara edukatif, carousel ini berfungsi membangun pola pikir tertentu tentang Bitcoin. Alih-alih menyajikan analisis teknis mendalam, konten ini menawarkan seperangkat prinsip yang membingkai Bitcoin sebagai sistem nilai dan paradigma ekonomi alternatif. Penyusunan dalam bentuk 21 aturan memperkuat kesan bahwa ada kerangka berpikir yang bisa dipelajari dan diterapkan.

Narasi transformasi pribadi Michael Saylor turut memperkuat dimensi pembelajaran. Perubahan sikapnya menjadi contoh implisit bahwa pemahaman yang lebih mendalam dapat mengubah perspektif seseorang. Karena itu, fungsi edukatif tidak hanya hadir pada isi teks, tetapi juga pada figur yang dijadikan rujukan. Secara keseluruhan, carousel ini memperlihatkan bagaimana konten media sosial dapat menjadi media pembelajaran yang efektif melalui kombinasi visual, bahasa, desain, dan partisipasi audiens. Bitcoin diposisikan bukan sekadar sebagai instrumen investasi, melainkan sebagai cara berpikir yang sistematis dan dapat dipelajari dalam konteks literasi finansial digital.

Konten 3: Jenis-jenis Crypto Wallet



Gambar 4. Format video Reels sebagai media edukasi investasi kripto
Sumber: akun @akademicryptocom (23 Desember 2025)

Pada level representasional, konten merekonstruksi kripto sebagai sistem terstruktur yang memiliki mekanisme penyimpanan dan risiko keamanan. Penggunaan istilah teknis seperti *private key*, *hot wallet*, dan *cold wallet*, serta visual klasifikasi wallet, membentuk representasi konseptual yang menempatkan kripto sebagai ekosistem teknis, bukan sekadar instrumen spekulatif. Penekanan pada potensi kebocoran *private key* memperkuat konstruksi kripto sebagai ruang yang menuntut kesadaran dan tanggung jawab individu.

Secara interpersonal, relasi antara pembuat konten dan audiens dibangun melalui format *talking head* dengan tatapan langsung (*demand gaze*), yang menurut Kress dan van Leeuwen menciptakan keterlibatan personal. Sapaan informal, intonasi tegas, serta gestur tangan memperkuat posisi narator sebagai figur yang kredibel sekaligus dekat dengan audiens. Subtitle kapital berfungsi sebagai penekanan visual yang mengarahkan perhatian dan memperkuat intensitas pesan.

Pada aspek komposisional, hierarki visual yang jelas, kontras kategori wallet, serta penggunaan ruang kosong menciptakan tata letak yang mendukung keterbacaan dan mengurangi beban kognitif. Integrasi antara slide visual dan narasi verbal menghasilkan format hibrida yang mengoptimalkan transfer pengetahuan melalui jalur visual dan auditori secara simultan. Dalam perspektif literasi digital dan finansial, konten ini berfungsi sebagai medium pembelajaran mengenai keamanan aset digital dan manajemen risiko investasi. Edukasi yang disampaikan menekankan pemahaman mekanisme serta kesadaran risiko, bukan sekadar potensi keuntungan. Tingginya angka *save* (95) menunjukkan bahwa audiens memosisikan konten sebagai referensi pembelajaran, sehingga mempertegas fungsi edukatifnya.

Secara keseluruhan, Reels ini menunjukkan bahwa strategi multimodal memungkinkan media sosial berfungsi sebagai ruang pedagogis digital yang efektif dalam membangun literasi finansial berbasis kesadaran risiko.

Implikasi Temuan dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi finansial di media sosial tidak semata ditentukan oleh isi informasi, melainkan oleh desain multimodal yang mengikuti logika visual, kecepatan, dan interaktivitas platform. Hal ini memperlihatkan bahwa praktik literasi digital merupakan hasil konstruksi komunikasi yang melibatkan representasi risiko, produksi otoritas, serta pembentukan kredibilitas dalam ruang digital yang kompetitif.

Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual terhadap kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi digital dan komunikasi edukatif, dengan menempatkan literasi keuangan sebagai praktik representasional, bukan sekadar hasil pengukuran tingkat pengetahuan. Temuan menunjukkan bahwa pendekatan analisis multimodal efektif untuk memahami bagaimana makna edukatif dibangun dalam platform berbasis visual seperti Instagram. Integrasi mode visual, linguistik, audio, dan gestural pada konten akun @akademicroptocom memperlihatkan bahwa pesan edukatif digital merupakan hasil orkestrasi tanda yang dirancang secara strategis untuk memfasilitasi pemahaman audiens.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan analisis multimodal dalam konteks literasi finansial digital yang selama ini lebih banyak dikaji dari perspektif ekonomi atau pendidikan. Studi ini menegaskan bahwa literasi keuangan di media sosial merupakan praktik komunikasi yang tunduk pada logika platform, di mana visualitas, engagement, dan desain pesan menjadi bagian integral dari konstruksi makna.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas komunikasi edukatif di media sosial tidak hanya bergantung pada akurasi informasi, tetapi pada kemampuan komunikator merancang pesan yang selaras dengan karakter multimodal platform digital. Dengan demikian, desain pesan yang sistematis, kredibel, dan adaptif menjadi prasyarat penting dalam membangun keberlanjutan literasi finansial di ruang media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @akademicryptocom membangun fungsi edukatif melalui format feed, carousel, dan Reels. Berdasarkan analisis multimodal, ditemukan bahwa ketiga format tersebut membentuk strategi komunikasi yang saling melengkapi. Feed berperan sebagai pemantik perhatian, carousel sebagai media elaborasi konseptual, dan Reels sebagai penguatan interaktif melalui integrasi narasi verbal dan visual dinamis. Makna dalam konten dikonstruksi melalui kombinasi mode visual, linguistik, audio, gestural, dan tipografis yang bekerja secara simultan. Representasi kripto dibingkai sebagai sistem yang memiliki mekanisme dan risiko, bukan semata-mata sebagai instrumen spekulatif. Relasi interpersonal yang dibangun melalui narasi langsung dan gaya penyampaian yang kredibel turut memperkuat fungsi edukatif konten.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi multimodal pada media sosial mampu mendukung proses literasi finansial digital secara bertahap dan adaptif. Instagram, dalam konteks ini, tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran digital yang memungkinkan konstruksi pengetahuan melalui desain komunikasi yang terencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, A., Widati, S. T., & Suparno. (2023). The effectiveness of social media in increasing financial literacy among MSME actors in Indonesia. *ISC-BEAM Journal*. 3(2) 46-55 <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.013.01>
- Elviria, S., Mairita, D., & Arzeti, D. (2025). Analisis Linguistik Multimodal dalam Komunikasi Digital Universitas Nurdin Hamzah Jambi: Strategi Pembentukan Brand Identity. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 9(3), 15-28. <https://doi.org/10.31604/jim.v9i3.2025.1559-1569>
- Firdausiyah, H., Meilia Syahreni, J., & Kolin, R. R. (2024). Kampanye anti-bullying pada konten Instagram @peacegenid: Analisis semiotika multimodal Kress dan van Leeuwen. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(2) 51-67. <https://doi.org/10.24235/orasi.v15i2.18293>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013. doi:10.52362/jisamar.v5i4.609
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold.
- Nadhifah, N. B. U., & Christabella, F. (2022). Analisis wacana multimodal pada akun Instagram @elly.risman dan @ajobendri. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 4(3), 178-196. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v4i3.24709>
- Nadia, P., & Hadiyanto, H. (2025). Hubungan antara konten Feed Instagram @lps_idic dengan literasi keuangan Gen Z terkait program penjaminan simpanan. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(3) 79-91. <https://doi.org/10.53682/edutik.v5i3.11845>
- Nuroniayah, L., Junaidi, Rini, MM. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dengan Aktivitas Media Sosial terhadap Kebiasaan Investasi Instrumen Keuangan Syariah pada Generasi Muda. *Jurnal Media Akademik (JMA)*. 6(2) 50-62. <https://doi.org/10.62281/v2i6.581>

- Putri, A. E. S., & Purnomo, A. S. D. (2025). *Pengaruh FoMO dan financial influencer di media sosial terhadap keputusan investasi cryptocurrency generasi Z dengan literasi kripto sebagai variabel moderasi*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 10(4), 2338–2351. <https://doi.org/10.34125/jmp.v10i4.1144>
- Rahmatia, A., Awang, H. S., & Bura, A. Y. (2025). *Peran media sosial dalam meningkatkan literasi digital: Kajian literatur dan studi kasus*. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 8(1), 61–70. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/12738>
- Rajagukguk, R. J., & Susanti, E. (2025). Peranan sosial media dalam mengedukasi generasi muda mengenai literasi keuangan untuk membangun kebiasaan menabung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 10(2), 1717. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i2.1717>
- Sivakumar, A., Jayasingh, S., & Shaik, S. (2023). *Social media influence on students' knowledge sharing and learning: An empirical study*. Education Sciences, 13(2), 74–88. <https://doi.org/10.3390/edsci13070745>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Walwii A, K., Hapsari, T., & Pratiwi, R. (2026). Peran Literasi Keuangan Digital dan Tren Investasi Digital terhadap Investasi Cryptocurrency pada Generasi Muda. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 9(2), 343–351. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2.5538>
- We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social.