

Social Media and Digital Literacy on Cryptocurrency Trust: The Moderating Role of Financial Literacy

Clairine Cardin Tobing¹

Maria Asumpta Evi Marlina²

^{1,2}School of Business and Management, Universitas Ciputra, Indonesia

*Correspondences: ccardintobing@student.ciputra.ac.id

ABSTRACT

The development of digital assets has driven an increase in interest among the younger generation to invest in cryptocurrency, but their level of trust varies and is influenced by the quality of information and digital literacy skills. This study aims to analyze the influence of social media and digital literacy on cryptocurrency investment trust, with financial literacy as a moderating variable. Data was collected through a Google Form questionnaire distributed to members of the Telegram group "INDODAX- Indonesia Bitcoin & Crypto Exchange Official Group" with a population of 46,302 members, and analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The results show that social media does not have a significant effect on investment confidence, while digital literacy has a positive and significant effect. Financial literacy acts as a moderating variable that weakens the influence of social media but strengthens the influence of digital literacy on cryptocurrency investment confidence. The implications of this study emphasize the importance of strengthening digital and financial literacy for young investors to build rational trust, as well as for regulators and crypto platforms to improve transparency and financial education in the digital space.

Keywords: Cryptocurrency; Investment Trust; Social Media; Digital Literacy; Financial Literacy

Pengaruh Media Sosial dan Literasi Digital terhadap Cryptocurrency Investment Trust dengan Moderasi Literasi Keuangan

ABSTRAK

Perkembangan aset digital mendorong meningkatnya minat generasi muda untuk berinvestasi pada cryptocurrency, namun tingkat kepercayaannya beragam dan dipengaruhi oleh kualitas informasi serta kemampuan literasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan literasi digital terhadap kepercayaan investasi cryptocurrency dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Data dikumpulkan melalui angket Google Form yang disebar kepada anggota grup Telegram "INDODAX-Indonesia Bitcoin & Crypto Exchange Official Group" dengan populasi 46.302 anggota, dan dianalisis menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan investasi, sementara literasi digital berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, literasi keuangan berfungsi sebagai variabel moderasi yang melemahkan pengaruh media sosial, tetapi memperkuat pengaruh literasi digital terhadap kepercayaan investasi kripto. Implikasi penelitian menegaskan pentingnya penguatan literasi digital dan keuangan bagi investor muda untuk membangun kepercayaan yang rasional, serta bagi regulator dan platform kripto untuk meningkatkan transparansi dan edukasi keuangan di ruang digital.

Kata Kunci: Cryptocurrency; Kepercayaan Investasi; Media Sosial; Literasi Digital; Literasi Keuangan

Artikel dapat diakses : <https://ejournal1.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 36 No. 1

Denpasar, 31 Januari 2026

Hal. 239-252

DOI:

10.24843/EJA.2026.v36.i01.p18

PENGUTIPAN:

Tobing, C. C., & Marlina, M. A. E. (2025). Social Media and Digital Literacy on Cryptocurrency Trust: The Moderating Role of Financial Literacy. *E-Jurnal Akuntansi*, 36(1), 239-252

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:

12 Oktober 2025

Artikel Diterima:

2 Januari 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan *Cryptocurrency* sebagai mata uang virtual dengan sistem *blockchain* telah mengubah dunia investasi. Penggunaan *Cryptocurrency* sebagai media pertukaran nilai digital yang berbasis teknologi terdesentralisasi, "*offers enhanced business opportunities... and has seen a market value increase from zero to over \$1 trillion*" (Ratnawati et al., 2024). Fenomena berkembangnya *Cryptocurrency* yang berdampak pada global juga tercermin di Indonesia, hal ini ditunjukkan dengan pengguna kripto yang melonjak dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Retno Purwani Setyaningrum & Wiyatur (2025) menunjukkan bahwa pengguna kripto di Indonesia meningkat dari 7,4 juta pada tahun 2021 menjadi lebih dari 16 juta pada tahun 2023.

Peningkatan pengguna *Cryptocurrency* di Indonesia yang signifikan menunjukkan semakin besarnya pula minat masyarakat terhadap aset digital ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z tertarik pada *Cryptocurrency* karena potensi keuntungan yang besar dari peningkatan nilai aset dengan peluang investasi yang bagus dan dianggap dapat mensejahterakan kehidupannya di masa yang akan datang (Perayunda & Mahyuni, 2022).

Akses informasi yang lebih mudah dengan media sosial menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya minat investasi pada *Cryptocurrency*, terkhusus pada kalangan generasi muda. Hal ini selaras dengan literatur yang menyatakan bahwa pengaruh media sosial terhadap adanya adopsi teknologi menjadi faktor penting dalam mempercepat penyebaran dan penerimaan teknologi baru (Abbasi et al., 2021). Dalam penelitian oleh (Ratnawati et al., 2024) juga menemukan bahwa "*social media plays a role as a channel that strengthens the relationship between financial value perception and the intention to use cryptocurrency*". Kemudahan media sosial dapat mempercepat penyebaran informasi dan mendorong peningkatan jumlah pengguna *Cryptocurrency*, muncul pula sisi lain yang perlu diwaspadai. Pratama (2022) menemukan bahwa investasi *cryptocurrency* memiliki karakteristik layaknya pedang bermata dua, karena di satu sisi berpotensi menghasilkan keuntungan tinggi, namun di sisi lain juga dapat dengan cepat menimbulkan kerugian serta dampak psikologis, seperti kecanduan dan *fear of missing out* (FOMO). Pernyataan tersebut selaras dengan laporan Cointelegraph yang menunjukkan bahwa jumlah investor yang memperoleh keuntungan dari investasi kripto mengalami penurunan (Rahmawati, 2023). Berdasarkan kondisi tersebut menegaskan perlunya pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan investasi *Cryptocurrency*.

Literasi digital merupakan kapasitas individu dalam mengakses, memahami, serta mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui media digital secara kritis untuk mendukung pengambilan keputusan yang rasional. Dalam konteks investasi *cryptocurrency*, literasi digital mencakup pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital, serta kesadaran terhadap risiko misinformasi di media sosial. Kemampuan ini memungkinkan investor menyaring informasi investasi secara objektif sebelum mengambil keputusan (Zaky Muhamad Hikam et al., 2023), sehingga dapat mengurangi kecenderungan terhadap keputusan investasi yang spekulatif atau menyesatkan (Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka, 2025).

Literasi keuangan diposisikan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi cara individu menanggapi informasi dan mengambil keputusan investasi *cryptocurrency*. Literasi keuangan menunjukkan kemampuan individu dalam memahami serta mengelola keuangan secara rasional, sehingga keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh tren jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan risiko dan strategi pengelolaan keuangan yang tepat (Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka, 2025). Tingkat literasi keuangan yang memadai memungkinkan investor bersikap lebih selektif dan berhati-hati dalam menghadapi volatilitas pasar *cryptocurrency* (Ratnawati et al., 2024).

Hubungan antara media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam terbentuknya kepercayaan investor pada Cryptocurrency. Sejumlah penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara literasi keuangan dan literasi digital terhadap keputusan investasi kripto, namun masih terdapat ruang untuk pengembangan terutama dalam aspek kepercayaan investasi dan konteks komunitas media sosial yang spesifik. Studi terdahulu (Ratnawati et al., 2024) menekankan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap niat individu menggunakan *Cryptocurrency*, namun tidak memasukkan variabel literasi digital. Sedangkan, (Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka, 2025) membahas peran penting literasi digital dalam membantu investor mengevaluasi informasi keuangan daring. Di sisi lain, (Rijanto & Utami, 2024) menegaskan bahwa literasi keuangan tidak memoderasi hubungan adopsi *fintech* dengan keputusan investasi, sementara menurut (Retno Purwani Setyaningrum & Wiyatur, 2025) menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dan motivasi pada generasi Z sangat dibutuhkan untuk pengambilan keputusan investasi *Cryptocurrency* yang bijak. Inkonsistensi hasil penelitian ini menegaskan bahwa peran literasi keuangan dalam konteks investasi Kripto masih membutuhkan pengujian lebih lanjut.

Penelitian terdahulu menemukan risiko yang dapat berdampak negatif untuk optimisme dan kepercayaan pada Cryptocurrency, sedangkan literasi keuangan berperan menekan risiko tersebut dan meningkatkan optimisme serta persepsi nilai Cryptocurrency (Shuhaiber et al., 2023). Penelitian (Alomari & Abdullah, 2023) menegaskan bahwa literasi keuangan berperan sebagai moderator penting dalam penggunaan kripto. Di sisi lain, studi (Hayashi & Routh, 2025) menemukan bahwa pemilik kripto dengan tujuan investasi memiliki literasi keuangan dan toleransi risiko yang lebih tinggi dibanding non-pemilik. Penelitian pada milenial Filipina ((Magbitang et al., 2023)) serta di Indonesia ((Tubastuvi et al., 2024)) juga menegaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, namun studi ini tidak memasukkan peran literasi digital dan media sosial dalam membentuk kepercayaan investasi. Sementara itu, studi lain lebih menyoroti penipuan dan fraud yang terjadi di pasar Cryptocurrency (Chergarova et al., 2022; Kutera, 2022; Zheng et al., 2024) sehingga lebih menegaskan pentingnya literasi digital dalam membantu investor menghindari misinformasi dan kerentanan terhadap praktik investasi yang menyesatkan.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan literasi digital terhadap keputusan investasi pada Cryptocurrency Investment Trust (CIT), dengan mempertimbangkan peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menawarkan kebaruan

dari berbagai aspek. Pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif dengan menguji pengaruh media sosial dan literasi digital terhadap kepercayaan investasi *Cryptocurrency*, serta menambahkan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian ini berfokus pada objek penelitian komunitas pengguna Telegram, dikarenakan merupakan platform yang populer, interaktif, dan *real-time* namun jarang dieksplorasi secara akademis. Maka dari itu, penelitian ini tidak hanya melengkapi kesenjangan literatur, tetapi juga menghadirkan model penelitian yang lebih aplikatif dalam memahami perilaku investasi *Cryptocurrency* generasi muda.

Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris sebelumnya, penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut. Media sosial berperan sebagai sarana utama penyebaran informasi dan interaksi dalam komunitas investasi *cryptocurrency*. Paparan informasi yang mudah dijangkau melalui media sosial dapat memengaruhi persepsi dan keyakinan investor terhadap aset kripto. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial berpotensi membentuk kepercayaan dan sikap individu terhadap penggunaan *cryptocurrency* (Abbasi et al., 2021; Ratnawati et al., 2024). Hipotesis pertama (H_1) dirumuskan sebagai media sosial (X_1) berpengaruh positif terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT).

Investor dengan tingkat literasi digital yang lebih tinggi cenderung mampu mengevaluasi informasi investasi secara kritis dan mengambil keputusan yang lebih rasional. Temuan empiris menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan dan keputusan investasi *cryptocurrency* (Retno Purwani Setyaningrum & Wiyatur, 2025; Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka, 2025). Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) dirumuskan sebagai literasi digital (X_2) berpengaruh positif terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT).

Literasi keuangan sebagai variabel moderasi mampu memengaruhi bagaimana individu memproses informasi yang diperoleh dari media sosial. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih selektif dan rasional dalam menanggapi informasi investasi, sehingga tidak mudah dipengaruhi sentimen pasar (Alomari & Abdullah, 2023; Ratnawati et al., 2024). Hipotesis ketiga (H_3) dirumuskan sebagai literasi keuangan (M) memoderasi pengaruh media sosial (X_1) terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT).

Literasi keuangan juga mampu memengaruhi hubungan antara literasi digital dan kepercayaan investasi *cryptocurrency*, karena pemahaman keuangan yang memadai dapat mendukung cara individu memanfaatkan kemampuan digital dalam menilai risiko investasi (Ratnawati et al., 2024; Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka, 2025). Oleh karena itu, hipotesis keempat (H_4) dirumuskan sebagai literasi keuangan (M) memoderasi pengaruh literasi digital (X_2) terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan uji interaksi moderasi dalam pendekatan metode korelasional kuantitatif non-eksperimen yang ditujukan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan memasukkan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Pengambilan data penelitian dikumpulkan melalui angket yang disebarkan dalam bentuk tautan *Google Form* kepada responden pada anggota grup Telegram *Cryptocurrency* yakni "INDODAX-Indonesia Bitcoin & Crypto

Exchange Official Group". Pengumpulan data dilaksanakan mulai periode tanggal 13 Desember 2024 hingga 6 Januari 2025. Populasi pada penelitian ini terdiri atas 46.302 anggota.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk melakukan estimasi parameter populasi yang akurat. Rumus Slovin digunakan untuk memperhitungkan populasi terbatas, sedangkan rumus Bernoulli digunakan untuk populasi yang tidak terbatas (Majdina et al., 2024). Populasi penelitian sebanyak 46.302 anggota dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, karena mempertimbangkan anonimitas anggota grup serta potensi rendahnya partisipasi. Dengan berdasarkan pada perhitungan tersebut, dari total 145 responden yang telah mengisi kuesioner maka sebanyak 100 data dinyatakan valid sementara, 45 data dikeluarkan sebagai *outlier*. Jumlah sampel akhir yang dianalisis adalah 100 responden yang mampu dinilai representatif untuk penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mewakili masing-masing variabel adalah empat skala utama, yakni *Social media use integration*, *Digital Literacy*, *Cryptocurrency Investment Trust Scale*, dan *Financial Literacy*. Pertama, *Social media use integration* yang digunakan dari peneliti terdahulu menurut Apandi et al. (2023), menggunakan skala untuk menjelaskan hubungan antara jejak digital dengan resiliensi atlet muda. Pertanyaan disajikan sebanyak 10 butir dengan menggunakan Skala Likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 6 (sangat setuju).

Digital Literacy yang diukur dengan instrumen penelitian dari Hwang et al. (2023) yang terdiri dari 19 pertanyaan dengan skala Likert dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 6 (Sangat setuju). Instrumen ini digunakan berfokus untuk mengukur kemampuan pemikiran kritis, dampak sosial dari adanya *artificial intelligence*, kemampuan menggunakan teknologi, serta kemampuan untuk berperilaku etis.

Cryptocurrency Investment Trust Scale diukur dengan menggunakan instrumen yang dibuat oleh Özyeşil dan Tembelo (2023) (Özyeşil & Tembelo, 2023) yang terdiri atas 21 pertanyaan dengan skala Likert dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 6 (sangat setuju). Instrumen penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perspektif investor terhadap risiko *Cryptocurrency* di masa depan (Özyeşil & Tembelo, 2023). Skala ini memiliki tingkat reliabilitas yang menggunakan Cronbach's alpha yang berada pada kisaran 0.792 hingga 0.825.

Financial Literacy yang berfungsi sebagai variabel moderasi menggunakan pertanyaan sebanyak 3 butir. Pertanyaan sederhana digunakan berdasarkan skala yang telah digunakan oleh Yang et al. (2023) dalam meneliti literasi keuangan pada keluarga Tionghoa. Pada instrumen ini berfokus untuk mengukur pemahaman individu dalam kolaborasi antar minat, inflasi, dan diversifikasi risiko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data demografis yang telah diolah menyajikan profil karakteristik subjek penelitian yang dikumpulkan dari responden dalam grup Telegram. Karakteristik ini meliputi tahun kelahiran (*Year of Birth*) dan lama keterlibatan dalam dunia *cryptocurrency* (*Involved in the crypto world*). Data demografi responden penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

	Valid	Median	Mean	Std. Deviation	Min.	Max.
Literasi Keuangan	100	2.000	1.890	1.145	0.000	3.000
Literasi Digital	100	4.571	4.589	0.920	1.000	6.000
Cryptocurrency Investment Trust	100	5.053	5.033	0.723	1.000	6.000
Media Sosial	100	2.250	2.713	1.661	1.000	6.000

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel dianalisis menggunakan 100 responden. Literasi keuangan memiliki nilai rata-rata 1.890 pada rentang skor 0-3, yang menunjukkan tingkat pemahaman responden berada pada kategori pertengahan. Literasi digital dan *cryptocurrency investment trust* menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi, masing-masing sebesar 4.589 dan 5.033 pada skala 1-6, yang mengindikasikan kemampuan digital serta tingkat kepercayaan investasi kripto yang baik. Sementara itu, variabel media sosial memiliki rata-rata 2.713 dengan variasi data yang lebih besar menunjukkan perbedaan intensitas pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi investasi di antara responden.

Tabel 2. Data Demografis

Karakteristik	n	%
<i>Year of Birth</i>		
1946 - 1964	2	2
1965-1980	3	3
1981-1996	25	25
1997-2012	58	58
2013 and above	12	12
<i>Involved in the crypto world</i>		
<1 year	42	42
1 year	16	16
>1 year	42	42

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 2, segmen demografis responden yang paling dominan dalam studi ini adalah individu dengan kelahiran tahun 1997-2012, mencakup 58 subjek yang mempresentasikan 58% dari total sampel. Kelompok generasi yang lahir pada periode 1981-1996 menempati posisi kedua dengan 25 partisipan, atau 25% dari keseluruhan. Dominasi generasi muda ini relevan dengan konteks penelitian *cryptocurrency investment trust* yakni kelompok usia tersebut memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap teknologi digital, media sosial, serta komunitas daring yang berperan dalam pembentukan kepercayaan investasi kripto. Fenomena tersebut selaras dengan laporan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI, 2024) yang menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok terbesar pengguna aset kripto di Indonesia, dengan proporsi sebesar 28,2% pada rentang usia 18-24 tahun dan 28,5% individu berusia 25-30 tahun.

Analisis terhadap pengalaman responden dalam dunia *cryptocurrency* menunjukkan bahwa 42 subjek, setara dengan 42% telah berpartisipasi selama

lebih dari satu tahun, sama dengan responden yang telah terlibat kurang dari satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sampel mencerminkan karakteristik investor kripto aktual dengan tingkat pengalaman yang beragam, sehingga mendukung validitas dan relevansi hasil penelitian. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Danurwenda & Suhartini (2024) yang menemukan bahwa keterbukaan akses informasi di *platform* digital meningkatkan minat investasi kripto di kalangan usia muda, terutama karena adanya komunitas aktif seperti grup Telegram yang menyediakan ruang diskusi dan berbagi informasi.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi antara Media Sosial (X_1) dan Literasi Digital (X_2) terhadap *Cryptocurrency Investment Trust*

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	-18.029	-1.248	0.215
Media Sosial (X_1)	0.473	0.623	0.535
Literasi Digital (X_2)	1.162	7.802	0.000
R	0.749		
R ²	0.630		
Adjusted R Square	0.619		
F	54.507		
Sig. F	0.000		

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan peneliti, diperoleh kesimpulan pengujian hipotesis adalah sebagai H_1 ditolak dikarenakan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT) (sig. 0,535 > 0,05). Sedangkan, H_2 sesuai dikarenakan literasi digital berpengaruh positif terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT) (sig. 0,000 < 0,05).

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 3, secara simultan variabel media sosial (X_1) dan literasi digital (X_2) menunjukkan hubungan yang kuat dengan *cryptocurrency investment trust* (Y) yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar $R = 0.749$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.630 menunjukkan bahwa 63% variasi kepercayaan terhadap investasi kripto dapat dijelaskan oleh kombinasi media sosial dan literasi digital, sedangkan 37% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.619 mengindikasikan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dalam model penelitian, media sosial dan literasi digital tetap memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan investasi *cryptocurrency*.

Hasil pengujian F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X_1) dan literasi digital (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan investasi *cryptocurrency*. Namun secara parsial, hanya variabel literasi digital yang berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0.000 < 0.05, sedangkan media sosial menunjukkan nilai signifikansi 0.535 > 0.05, yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan investasi kripto.

Hasil yang tidak signifikan pada variabel media sosial sejalan dengan temuan Abbasi et al., (2021) yang menjelaskan bahwa pengaruh sosial melalui media digital hanya berperan pada tahap awal adopsi *cryptocurrency*, yakni ketika informasi tentang aset digital masih terbatas. Namun, pengaruh tersebut

cenderung melemah seiring meningkatnya pengalaman dan pemahaman individu terhadap *financial technology*. Pandangan ini juga diperkuat oleh Albayati et al., (2020) yang menegaskan bahwa faktor media sosial dapat meningkatkan persepsi kegunaan teknologi dan mendorong kolaborasi, tetapi tidak secara langsung menentukan tingkat kepercayaan individu terhadap aset digital. Dengan demikian, media sosial lebih berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi awal, sedangkan pembentukan kepercayaan investor kripto lebih ditentukan oleh faktor internal seperti kemampuan digital dan literasi keuangan yang memungkinkan individu menilai informasi secara kritis dan membuat keputusan investasi yang rasional.

Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam memahami teknologi, keamanan digital, dan pengelolaan informasi secara daring menjadi faktor yang lebih dominan dalam membentuk kepercayaan terhadap investasi *cryptocurrency* dibandingkan dengan keterlibatan media sosial. Literasi digital yang tinggi memungkinkan investor untuk memilah informasi yang valid serta memahami risiko transaksi digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Retno Purwani Setyaningrum & Wiyatur (2025) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh langsung dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi di kalangan generasi muda. Dalam konteks serupa, Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka (2025) menegaskan bahwa pemahaman digital yang baik memungkinkan investor untuk menilai informasi secara kritis dan mengurangi kerentanan terhadap penipuan daring.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa meskipun media sosial dapat meningkatkan penyebaran informasi aset kripto, keputusan investasi tetap lebih banyak dipengaruhi oleh tingkat pemahaman digital individu. Literasi digital menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan dan partisipasi terhadap *cryptocurrency investment trust*, karena kemampuan digital yang baik memungkinkan investor mengidentifikasi risiko, mengevaluasi kredibilitas informasi, serta memanfaatkan teknologi finansial secara optimal. Sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1998), literasi digital meningkatkan persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan teknologi finansial digital (*perceived ease of use and perceived usefulness*), sehingga memperkuat kepercayaan serta mendorong adopsi *cryptocurrency*, terutama di kalangan generasi muda.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi antara Media Sosial (X_1), Literasi Digital (X_2), dan Literasi Keuangan (M) terhadap *Cryptocurrency Investment Trust*

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	37.228	1.318	0.191
Literasi Keuangan (M)	-40.448	-1.923	0.058
Media Sosial (X_1)	-1.055	-0.785	0.434
Literasi Digital (X_2)	0.759	2.642	0.010
Total ($M+X_1$)	1.151	1.329	0.187
Total ($M+X_2$)	0.342	1.583	0.117
Total (X_1+X_2)	0.009	0.675	0.501
Total ($M+X_1+X_2$)	-0.011	-1.208	0.230
R	0.834		
R ²	0.711		
Adjusted R Square	0.689		
F	32.289		
Sig. F	0.000		

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan peneliti, diperoleh kesimpulan pengujian hipotesis adalah sebagai H_3 ditolak dikarenakan literasi keuangan tidak memoderasi pengaruh media sosial terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT) (sig. 0,117 > 0,05). Hasil uji untuk H_4 juga ditolak dikarenakan literasi keuangan tidak memoderasi pengaruh literasi digital terhadap *cryptocurrency investment trust* (CIT) (sig. 0,187 > 0,05).

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 4, diperoleh nilai signifikansi uji F sebesar $0.000 < 0.05$, yang menunjukkan bahwa variabel media sosial (X_1), literasi digital (X_2), dan literasi keuangan (M) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *cryptocurrency investment trust*. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.834 menandakan hubungan yang sangat kuat antara ketiga variabel terhadap kepercayaan investasi kripto, sedangkan nilai $R^2 = 0.711$ menunjukkan bahwa 71.1% variasi dalam *cryptocurrency investment trust* dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, dan sisanya sebesar 28.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Uji interaksi moderasi menunjukkan bahwa kombinasi antara literasi keuangan dengan media sosial ($M \times X_1$) dan literasi keuangan dengan literasi digital ($M \times X_2$) memiliki nilai signifikansi masing-masing 0.117 dan 0.187, yang berarti literasi keuangan tidak memoderasi hubungan antara media sosial maupun literasi digital terhadap *cryptocurrency investment trust*. Nilai signifikansi gabungan ketiganya ($M \times X_1 \times X_2$) sebesar 0.230 juga mengindikasikan bahwa efek moderasi secara keseluruhan tidak signifikan.

Literasi digital (X_2) secara parsial tetap menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi $0.010 < 0.05$, sedangkan media sosial (X_1) dan literasi keuangan (M) memiliki nilai signifikansi masing-masing 0.434 dan 0.058, yang berarti keduanya tidak berpengaruh secara langsung terhadap *cryptocurrency investment trust*. Hasil ini mempertegas bahwa literasi digital masih menjadi faktor kunci yang membentuk kepercayaan terhadap aset kripto. Investor dengan literasi digital tinggi lebih mampu menilai kredibilitas informasi, memahami mekanisme aset *cryptocurrency*, dan mengelola risiko transaksi digital. Temuan ini konsisten

dengan Retno Purwani Setyaningrum & Wiyatur (2025) serta Yusuf Hendri Gunawan & Khresna Bayu Sangka (2025)(2025), dan diperkuat oleh studi Fadli (2025) yang menemukan bahwa literasi finansial digital berpengaruh positif melalui *trust* terhadap pengalaman investasi kripto. Penelitian di Jordan oleh (Shuhaiber et al., 2023) juga menunjukkan bahwa literasi *FinTech* dapat mengurangi persepsi risiko dan meningkatkan kepercayaan terhadap nilai kripto sebagai aset yang sah. Dengan demikian, literasi digital tetap menjadi faktor kunci dalam membentuk kepercayaan terhadap aset kripto di era keuangan digital.

Hasil analisis pada Tabel 4 menunjukkan bahwa literasi keuangan sebagai variabel moderasi belum terbukti berpengaruh signifikan secara statistik terhadap *cryptocurrency investment trust*. Meskipun demikian, koefisien regresi literasi keuangan menunjukkan pengaruh negatif ($B = -40.448$), dengan tingkat signifikansi sebesar 0.058 yang bersifat marginal dan mendekati batas signifikansi konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan tingkat kepercayaan yang lebih rendah terhadap investasi *cryptocurrency*. Pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan volatilitas aset digital membuat mereka menilai *cryptocurrency* sebagai instrumen yang spekulatif dan berisiko tinggi. Temuan ini sejalan dengan Khalik et al. (2024) yang menjelaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menurunkan kepercayaan terhadap *cryptocurrency* karena meningkatnya kesadaran risiko, sehingga literasi keuangan berfungsi sebagai faktor pengendali perilaku investasi, bukan sebagai penguat hubungan digital *trust*.

Literasi keuangan sebagai pengendali perilaku investasi ini juga sejalan dengan hasil penelitian Hayashi & Routh (2025) yang menunjukkan bahwa pemilik kripto dengan literasi keuangan dan toleransi risiko yang memadai mampu menghindari dampak negatif dari volatilitas pasar dan kekurangan perlindungan konsumen di pasar aset digital. *Cryptocurrency owners with sufficient financial literacy and appropriate risk tolerance may be able to avoid or mitigate the potential harms of cryptocurrency, while those lacking sufficient financial literacy may not be equipped to weather the risks involved* (Hayashi & Routh, 2025). Hasil ini memperkuat pandangan bahwa literasi keuangan berperan bukan hanya sebagai variabel kognitif, tetapi juga sebagai mekanisme pengendali perilaku (behavioral control) yang menahan kecenderungan impulsif akibat paparan media sosial dan tren pasar digital.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa dengan literasi keuangan berperan penting dalam membentuk kewaspadaan terhadap risiko investasi, dan media sosial mampu meningkatkan eksposur serta penyebaran informasi terkait aset kripto, literasi digital tetap menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan terhadap investasi *cryptocurrency*. Keterampilan digital memungkinkan investor untuk memahami teknologi, menilai kredibilitas informasi yang beredar di media sosial, serta mengelola risiko secara lebih rasional. Dengan demikian, kemampuan digital berperan sebagai faktor pendorong yang memperkuat kepercayaan dan kesiapan investor dalam beradaptasi dengan perkembangan aset kripto di era keuangan digital.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, menunjukkan bahwa literasi digital menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dalam menumbuhkan kepercayaan terhadap aktivitas investasi *cryptocurrency* di kalangan pengguna Telegram, terutama pada komunitas “INDODAX – Indonesia Bitcoin & Crypto Exchange Official Group” yang memiliki jumlah anggota sebanyak 46.302 orang. Literasi digital berperan penting karena kemampuan memahami sistem digital, keamanan data, serta kredibilitas informasi memungkinkan investor untuk menilai risiko dan mengambil keputusan investasi secara lebih rasional. Media sosial berperan sebagai sarana penyebaran dan pertukaran informasi, namun tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepercayaan investasi, karena informasi yang tersebar sering kali tidak diverifikasi. Literasi keuangan, di sisi lain, menunjukkan pengaruh negatif terhadap kepercayaan investasi kripto, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin berhati-hati dan skeptis ia terhadap aset kripto yang bersifat volatil dan spekulatif. Selain itu, literasi keuangan tidak memoderasi hubungan antara media sosial maupun literasi digital terhadap *cryptocurrency investment trust*, sehingga tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh keduanya. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa literasi digital menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan investor, sedangkan literasi keuangan berperan sebagai faktor pengendali kewaspadaan terhadap risiko aset digital.

Penelitian ini dilakukan dalam konteks komunitas digital tertentu, sehingga hasil yang diperoleh merefleksikan kondisi dan persepsi responden pada periode pengumpulan data. Penggunaan satu *platform* komunitas yaitu grup Telegram *cryptocurrency*, menyebabkan temuan penelitian ini terbatas lebih merepresentasikan karakteristik investor kripto yang aktif dalam komunitas tersebut dan belum sepenuhnya mencerminkan populasi investor kripto secara umum. Selain itu, pengumpulan data berbasis kuesioner berpotensi dipengaruhi subjektivitas responden dalam menilai tingkat kepercayaan dan literasi yang dimiliki. Penelitian ini membuka peluang bagi kajian lanjutan untuk mengeksplorasi peran berbagai jenis media sosial dan komunitas digital lainnya, seperti Discord, Reddit, dan X (Twitter), yang memiliki karakteristik interaksi dan penyebaran informasi berbeda dengan Telegram. Selain itu, penelitian berikutnya dapat memperluas model dengan menambahkan variabel-variabel seperti *perceived risk*, *trust in technology*, *crypto literacy*, *financial self-efficacy*, dan lainnya guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pembentukan kepercayaan dan perilaku investasi kripto. Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara literasi digital dan literasi keuangan agar masyarakat mampu memanfaatkan peluang investasi kripto secara cerdas, aman, dan berkelanjutan di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin dinamis.

REFERENSI

Abbasi, G. A., Tiew, L. Y., Tang, J., Goh, Y. N., & Thurasamy, R. (2021). The adoption of cryptocurrency as a disruptive force: Deep learning-based

- dual stage structural equation modelling and artificial neural network analysis. *PLoS ONE*, 16(3 March 2021), 1–26. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247582>
- Albayati, H., Kim, S. K., & Rho, J. J. (2020). Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society*, 62, 101320. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101320>
- Alomari, A. S. A., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Apandi, N., Sazali, R., & Mohamad, W. (2023). *Digital Footprints and Mental Resilience : A Study of Social Media ' s Influence on Student Athletes Digital Footprints and Mental Resilience : A Study of Social Media ' s Influence on Student Athletes Faculty of Sports Science and Recreation , Universiti*. 12(January). <https://doi.org/10.37134/jsspj.vol12.2.3.2023>
- BAPPEBTI. (2024). *Bappebti Catat Transaksi Aset Kripto di Indonesia Tembus Rp475,13 Triliun pada Januari – Oktober 2024*. 21, November 2024, Jakarta, Indonesia.
- Chergarova, V., Arcanjo, V., Tomeo, M., Bezerra, J., Vera, L. M., & Uloa, A. (2022). Cryptocurrency fraud: A study on the characteristics of criminals who are using fake profiles on a social media platform to persuade individuals to invest into cryptocurrency. *Issues in Information Systems*, 23(3), 242–252. https://doi.org/10.48009/3_iis_2022_120
- Danurwenda, R., & Suhartini, D. (2024). Pengambilan Keputusan Investasi Cryptocurrency pada Generasi Z. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 573–583. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1792>
- Davis, F. D. (1998). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *JSTOR*. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fadli, J. A. (2025). The Impact of Security, Digital Financial Literacy, and Trust on Cryptocurrency Investment Experiences. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(2), 1075–1082. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.3163>
- Hayashi, F., & Routh, A. (2025). *Financial literacy, risk tolerance, and cryptocurrency ownership in the United States*. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2025.101060>
- Hwang, H. S., Zhu, L. C., & Cui, Q. (2023). Development and Validation of a Digital Literacy Scale in the Artificial Intelligence Era for College Students. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 17(8), 2241–2258. <https://doi.org/10.3837/tiis.2023.08.016>
- Khalik, A., Salim Sultan, M., & Hamzah, M. (2024). *Pengaruh Literasi*

- Keuangan, Toleransi Resiko Dan persepsi Resiko Terhadap keputusan Investasi*. 21(1), 104–116. <https://doi.org/10.37476/akmen.v21i1.4830>
- Kutera, M. (2022). Cryptocurrencies as a subject of financial fraud. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 18(4), 45–77. <https://doi.org/10.7341/20221842>
- Magbitang, J. P., Caballero, M., & Bool, N. (2023). Evaluating the Impact of Financial Literacy and Awareness to Acceptance and Attitude Towards Cryptocurrency of Filipino Millennials Workforce in the City of Makati. *American Journal of Economics and Business Innovation*, 2(1), 39–51. <https://doi.org/10.54536/ajebi.v2i1.1213>
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). 4. Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73.
- Özyeşil, M., & Tembelo, H. (2023). *Developing a Cryptocurrency Investment Trust Scale: An Application on Istanbul Provincial Health Directorate Employees*. 8(1), 122–128.
- Perayunda, I. G. A. D., & Mahyuni, L. P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Cryptocurrency Pada Kaum Milenial. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 351–372. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>
- Pratama, M. A. (2022). Investasi Kripto: Antara Untung, Buntung dan Depresi. *BI Institute*. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Investasi-Kripto-Antara-Untung,-Buntung-dan-Depresi.aspx>
- Rahmawati, F. (2023). *Studi: Mayoritas Orang yang Investasi Kripto Ternyata Rugi, Ini Penyebabnya*. <https://www.kompas.tv/ekonomi/432473/studi-mayoritas-orang-yang-investasi-kripto-ternyata-rugi-ini-penyebabnya>
- Ratnawati, K., Fakhri, E. A., & Handrito, R. P. (2024). *Exploring the Impact of Financial and Emotional Values on Investment Decisions: a Mediation Model of Intention To Use Cryptocurrency and the Moderating Role of Social Media Influence*. 431–448.
- Retno Purwani Setyaningrum, & Wiyatur. (2025). The Decision Making of Cryptocurrency Investment in Digital Literacy and Motivation Among Generation Z Through Investment Interest in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 101–115. <https://doi.org/10.33096/jmb.v12i1.984>
- Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(2), 201–216. <https://doi.org/10.28932/jmm.v23i2.8717>
- Shuhaiber, A., Al-Omoush, K. S., & Alsmadi, A. A. (2023). Investigating trust and perceived value in cryptocurrencies: do optimism, FinTech

- literacy and perceived financial and security risks matter? *Emerald*.
<https://doi.org/10.1108/K-03-2023-0435>
- Tubastuvi, N., Azaria, M. J. F., Purwidiyanti, W., & Aryoko, Y. P. (2024). Gen Z Investment Decision: Role of Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Experience and Risk Tolerance. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(4), 721–739. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i4.61315>
- Yang, J., Wu, Y., & Huang, B. (2023). Digital finance and financial literacy: Evidence from Chinese households. *Journal of Banking and Finance*, 156(February 2021). <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.107005>
- Yusuf Hendri Gunawan, & Khresna Bayu Sangka. (2025). The Influence of Financial Literacy and Digital Literacy on Crypto Investment Decisions with FOMO as a Moderating Variable. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(2), 386–393. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i2.375>
- Zaky Muhamad Hikam, Ach. Badrus Soleh, & Fahrudin Rasta Hidayat. (2023). Digital Literacy Education to Increase Sukuk Investment in Indonesia. *Journal of Islamic Economy and Community Engagement*, 4(1), 10–16. <https://doi.org/10.14421/jiecem.2023.4.1.1914>
- Zheng, H., Li, Q., & Xia, C. (2024). Does financial literacy contribute to facilitating residents in safeguarding their rights as financial consumers? A three-stage study based on the perspective of “fraud” phenomenon. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2024.03.053>