

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI KOMUNIKASI EXPANDANA DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN GENERASI MUDA (Studi Kualitatif Pada Expandana)**

**Oleh**

**R ARIWIJAYA**

Penelitian ini berawal dari latar belakang terbentuknya Expandana yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap literasi keuangannya. Literasi keuangan merupakan suatu proses dari rangkaian atau kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan baik konsumen maupun masyarakat luas sehingga masyarakat memiliki kemampuan mengelola keuangan secara maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Expandana dalam meningkatkan literasi keuangan generasi muda berdasarkan teori Effendy yaitu terdiri dari Stimulus (Pesan), Organism (Respon), Response (Efek). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan menyimpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat dalam keberhasilan strategi komunikasi Expandana, faktor pendukung yaitu kegiatan *online* Expandana yang berlangsung selama pandemi dapat menjangkau masyarakat diberbagai daerah di Indonesia serta pandemi menyadarkan masyarakat betapa pentingnya menyiapkan tabungan atau dana darurat, serta faktor penghambatnya adalah munculnya platform yang serupa dengan Expandana. Strategi komunikasi yang digunakan Expandana dalam meningkatkan literasi keuangan generasi muda terdiri dari melakukan promosi melalui media sosial expandana sendiri, melakukan kolaborasi dengan partner dari komunitas, lembaga jasa keuangan dan individu yang memiliki kesamaan visi dan misi dengan Expandana.

**Kata Kunci :** Literasi keuangan, strategi komunikasi, expandana

## **ABSTRACT**

### **EXPANDANA'S COMMUNICATION STRATEGY IN IMPROVING FINANCIAL LITERACY OF THE YOUNG GENERATION (Qualitative Study on Expandana)**

*By*

**R ARIWIJAYA**

*This research started from the background of the formation of expandana, where expandana was established so that more and more people are able to manage their personal finances better, especially the younger generation. The objectives of research were to figure out whether the communication strategy carried out by Expandana improve the financial literacy of the young generation in relation to the theory of Effendy S-O-R consisting of Stimulus (Message), Organism (Communicant), Responsee (Effect). The method used in this research is descriptive qualitative. Data and information collection techniques were obtained by conducting interviews with key informants and additional informants then conducting observations and documentation. The data is then analyzed by doing data reduction, presenting data and concluding the data. The results show that the communication strategy used by Expandana in improving the financial literacy of the younger generation is by promoting through Expandana's own social media, collaborating with partners from the community, financial service institutions and individuals who have the same vision and mission with Expandana.*

*Keywords : Financial literacy, communication strategy, expandana*