



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI LITERASI KEUANGAN DAN
PEMASARAN REKSADANA PT GENERASI PAHAM
INVESTASI (AYOVEST) MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

LAPORAN SKRIPSI

MARIA SUNINGRAT

NIM 44319120054

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Suningrat

NIM : 44319120054

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Judul Laporan Skripsi (Tugas Akhir) : **Strategi Komunikasi Literasi Keuangan dan Pemasaran Reksadana PT Generasi Pahami Investasi (Ayovest) Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness**

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi (Tugas Akhir) ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi (Tugas Akhir) saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Januari 2025



Maria Suningrat

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi (Tugas Akhir) ini diajukan oleh:

Nama : Maria Suningrat

NIM 44319120054

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi (Tugas Akhir) : **Strategi Komunikasi Literasi Keuangan dan Pemasaran Reksadana PT Generasi Pahami Investasi (Ayovest) Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Bidang Studi Marketing Communication & Advertising , Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Riki Arswendi, M.Ikom

NIDN : 031608853

Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A, MBA

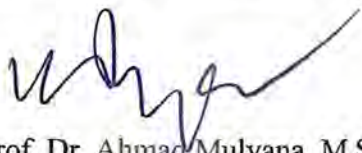
NIDN : 030369401

Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

NIDN : 0326089202

Jakarta, 25 Januari 2025

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civias akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Suningrat

NIM 44319120054

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Judul Laporan Skripsi (Tugas Akhir) : **Strategi Komunikasi Literasi Keuangan dan Pemasaran Reksadana PT Generasi Pahami Investasi (Ayovest) Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness**

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalimmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 13 Januari 2025



Maria Suningrat

ABSTRAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Suningrat

NIM 44319120054

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Judul Laporan Skripsi (Tugas Akhir) : **Strategi Komunikasi Literasi Keuangan dan Pemasaran Reksadana PT Generasi Pahami Investasi (Ayovest) Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness**

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat, termasuk investasi. Namun Indonesia belum sepenuhnya sadar akan pentingnya literasi keuangan. Reksa dana menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai platform untuk mengedukasi masyarakat mengenai literasi keuangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Ayovest dalam meningkatkan literasi keuangan dan efektivitasnya dalam mempromosikan reksa dana.

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, analisis konten Instagram, dan observasi interaksi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ayovest menggunakan Instagram dengan membuat konten edukatif, transparansi informasi, dan interaksi aktif untuk membangun brand awareness. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi keuangan dan risiko misinformasi tetap ada.

Strategi pemasaran berbasis edukasi terbukti meningkatkan minat dan kepercayaan terhadap produk reksa dana. Penelitian ini merekomendasikan kolaborasi antara penyedia layanan keuangan, influencer, dan regulator untuk menciptakan ekosistem investasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Reksa Dana, Media Sosial, Instagram, Pemasaran Digital

ABSTRACT

I am the undersigned:

Name : Maria Suningrat

NIM 44319120054

Field of Study : Marketing Communication & Advertising

Title of Thesis Report (Final Project): **Communication Strategies for Financial Literacy and Mutual Fund Marketing by PT Generasi Paham Investasi (Ayovest) Through Instagram to Build Brand Awareness**

Financial literacy is an individual's ability to understand, manage and make appropriate financial decisions, including investments. However, Indonesia is not yet fully aware of the importance of financial literacy. Mutual funds use social media such as Instagram as a platform to educate the public about financial literacy. This research aims to analyse Ayovest's communication strategy in improving financial literacy and its effectiveness in promoting mutual funds.

A descriptive qualitative approach was used in this study, with data collection methods in the form of in-depth interviews, Instagram content analysis, and user interaction observation. The results showed that Ayovest uses Instagram to create educational content, information transparency, and active interaction to build brand awareness. However, challenges such as low financial literacy and the risk of misinformation remain.

Education-based marketing strategies are proven to increase interest and trust in mutual fund products. This research recommends collaboration between financial service providers, influencers, and regulators to create an inclusive and sustainable digital investment ecosystem.

Keywords: Financial Literacy, Mutual Funds, Social Media, Instagram, Digital Marketing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia- Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Literasi Keuangan dan Pemasaran Reksadana PT Generasi Paham Investasi (Ayovest) Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness” dapat selesai pada waktunya. Adapun penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr/i:

1. Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang terus menerus membantu peneliti dan membimbing peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Engga Probi Endri, S.I.Kom.,M.A, selaku Pembimbing Akademik
6. Sonny Afriansyah, S.Si, M.M CFP® CSA® CIB® CRP® PFM™ AAIIJ selaku Direktur PT Generasi Paham Investasi (Ayovest) beserta jajaran manajemen Perusahaan yang telah bersedia membantu peneliti dalam proses wawancara dan pengambilan data penelitian.
7. Saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada keluarga saya atas cinta, doa, dan

dukungan yang tiada henti selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian adalah sumber kekuatan dan semangat bagi saya untuk terus melangkah dan menyelesaikan tugas ini. Semoga karya ini dapat menjadi bentuk kecil dari rasa syukur saya kepada kalian. (Syahira Ratu Humaira dan Syarif Amar Gathan Afriansyah)

Penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini masih belum sempurna, maka saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan Tugas Akhir Skripsi selanjutnya. Akhir kata penulis berharap agar Tugas Akhir Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya mahasiswa/i

Jakarta, 13 Januari 2025



Maria Suningrat



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teoritis.....	11
2.2.1 Komunikasi	11
2.2.2 Tujuan Komunikasi.....	11
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran	13
2.2.5 Strategi Komunikasi.....	17
2.2.6 Tujuan Strategi Komunikasi	18
2.2.7 Strategi Pemasaran Digital.....	19
2.2.8 Tahapan Strategi Komunikasi.....	20
2.2.9 New Media	21
2.2.10 Media Sosial Instagram	21
2.2.11 Computer Mediated Communication (CMC).....	24

2.2.12	Literasi Keuangan.....	28
2.2.13	Edukasi Pasar Modal	30
2.2.14	Brand Awareness	31
2.2.15	Reksa Dana.....	33
2.2.16	Manfaat Reksa Dana	35
2.2.17	Resiko Reksa Dana.....	35
BAB III.....		37
METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Paradigma Penelitian.....	37
3.2	Metodologi Penelitian	38
3.3	Subjek Penelitian.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Data Primer	43
3.4.2	Data Sekunder	43
3.5	Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1	Reduksi Data	45
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV		47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	PT Generasi Paham Investasi (Ayovest).....	47
4.1.2	Grand Launching Ayovest	49
4.2.	Hasil Penelitian	51
4.2.1.	Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Literasi Keuangan	52
4.3	Pembahasan.....	62
4.3.1	Strategi Komunikasi melalui Instagram dalam Meningkatkan Literasi Keuangan.....	65
4.3.2	Penyederhanaan Konten Keuangan yang Kompleks.....	65
BAB V.....		67
KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
5.2.1	Saran Akademis	67
5.2.2	Saran Praktis.....	67

DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Website Resmi Reksa dana	3
Gambar 1. 2 Akun Media Sosial Resmi Reksa dana (Instagram dan Facebook)	4
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness	33
Gambar 4. 1 Logo PT Generasi Paham Investasi (Ayovest)	48
Gambar 4. 2 Grand Launching Event Ayovest	50
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Ayovest	51
Gambar 4. 4 Meeting Internal Ayovest.....	55
Gambar 4. 5 Penandatanganan Ayovest & Eastspring Investments	58
Gambar 4. 6 Kuliah Umum Ayovest x Himakupa UI.....	57
Gambar 4. 7 Ayovest & Eastspring dalam Career Insight 2024.....	58
Gambar 4. 8 Promosi Produk Ayovest di Media Sosial Instagram	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1 Key Informan PT Generasi Pahan Investasi (Ayovest).....	39

