

Kampanye Digital Literasi Keuangan *#PlanNowLiveBetter* melalui Media Sosial Panin Dai-ichi Life



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Jocelyn Janice

00000069318

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2026

Kampanye Digital Literasi Keuangan #PlanNowLiveBetter melalui Media Sosial Panin Dai-ichi Life



SKRIPSI BERBASIS KARYA

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Jocelyn Janice
00000069318**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jocelyn Janice
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069318
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

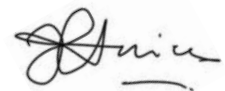
Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

Kampanye Digital Literasi Keuangan #PlanNowLiveBetter melalui Media Sosial Panin Dai-ichi Life

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Jakarta, 15 Januari 2026



(Jocelyn Janice)

HALAMAN PENGESAHAN
Skripsi Berbasis Karya dengan judul

Kampanye Digital Literasi Keuangan #PlanNowLiveBetter melalui Media Sosial
Panin Dai-ichi Life

Oleh

Nama : Jocelyn Janice
NIM : 00000069318
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 14 Januari 2026
Pukul 11.30 s.d 13.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I.Kom.,
NIDN 0320077803

Penguji



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Pembimbing



Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom.,
M.Comm.,
NIDN 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos.,
M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jocelyn Janice

NIM : 00000069318

Program Studi : Ilmu Komunikasi

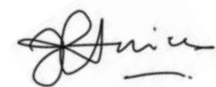
Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Kampanye Digital Literasi Keuangan
#PlanNowLiveBetter melalui Media Sosial Panin Dai-ichi Life

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* **(pilih salah satu):**

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Jakarta, 15 Januari 2026



Jocelyn Janice

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

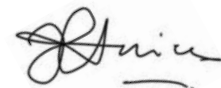
KATA PENGANTAR

(Kata Pengantar dapat dikembangkan dan harus meliputi ucapan rasa syukur, tujuan pembuatan tugas akhir, ucapan terima kasih, dan harapan pada hasil Tugas Akhir ini.)

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Henilia Yulita, sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
5. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si., sebagai Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 15 Januari 2026



Jocelyn Janice

Kampanye Digital Literasi Keuangan #PlanNowLiveBetter melalui Media Sosial Panin Dai-ichi Life

(Jocelyn Janice)

ABSTRAK

Penelitian karya ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat literasi keuangan dan pemahaman masyarakat terhadap asuransi, khususnya pada generasi Y dan Z, serta belum optimalnya konten edukatif pada media sosial Panin Dai-ichi Life. Penelitian ini bertujuan merancang dan mengimplementasikan kampanye digital literasi keuangan #PlanNowLiveBetter melalui Instagram Panin Dai-ichi Life dengan mengacu pada konsep 12 Steps of Campaign Planning oleh Gregory, yang meliputi *analysis, aims, objectives, publics, content, strategy, tactics, time scales, resources, monitoring, evaluation, dan review*. Metode yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil perancangan kampanye diwujudkan dalam 6 konten *Feed*, 18 konten *Reels*, dan 35 *Story* yang disusun berdasarkan tiga pilar utama, yaitu edukasi, hiburan, dan interaksi, serta dipublikasikan secara langsung melalui akun resmi perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan kampanye digital #PlanNowLiveBetter berhasil memenuhi tujuan utama dengan meningkatkan awareness dan literasi keuangan audiens muda melalui pendekatan konten yang terstruktur, relevan, dan adaptif terhadap perilaku konsumsi media generasi Y dan Z.

Kata kunci: Kampanye, Kampanye Digital, Komunikasi Visual, Media Sosial

Digital Campaign for Financial Literacy #PlanNowLiveBetter through Panin Dai-ichi Life Social Media

(Jocelyn Janice)

ABSTRACT

This project-based research is motivated by the low level of financial literacy and public understanding of insurance, particularly among Generation Y and Generation Z, as well as the suboptimal use of educational content on Panin Dai-ichi Life's social media. This study aims to design and implement the digital financial literacy campaign #PlanNowLiveBetter through Panin Dai-ichi Life's Instagram by referring to Gregory's 12 Steps of Campaign Planning, which include analysis, aims, objectives, publics, content, strategy, tactics, time scales, resources, monitoring, evaluation, and review. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques consisting of observation, interviews, and literature studies. The campaign design resulted in 6 Feed contents, 18 Reels contents, and 35 Stories, which were structured based on three main pillars education, entertainment, and interaction and published directly through the company's official account. The conclusion of this study indicates that the design of the #PlanNowLiveBetter digital campaign successfully achieved its primary objectives by increasing awareness and financial literacy among young audiences through a structured, relevant, and adaptive content approach aligned with the media consumption behavior of Generation Y and Generation Z.

Keywords: Campaign, Digital Campaign, Visual Communication, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	13
1.1. Latar Belakang Penelitian	13
1.2. Tujuan Karya	20
1.3. Kegunaan Karya	21
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1. Referensi Karya	22
2.2. Landasan Konsep	30
BAB III	
METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	36
3.1. Tahapan Pembuatan	36
3.2. Rencana Anggaran	47
3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI	48
BAB IV	
STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	49
4.1. Strategi Perancangan	49
4.2. Implmentasi Karya	58
4.3. Evaluasi	86
BAB V	
KESIMPULAN SARAN	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	96
LAMPIRAN	102
Lampiran A. Surat Izin Penggunaan Nama Perusahaan	102
Lampiran B. Turnitin	103

Lampiran C. CV Jocelyn Janice	110
Lampiran D. Lampiran Pengecekan Hasil AI Writing	112
Lampiran E. Konsultasi Form	114
Lampiran F. Verification Form	117



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Referensi Karya.....	25
Tabel 3.1. Rencana Anggaran.....	50
Tabel 4.1. Instagram Reels.....	72
Tabel 4.2. Instagram Story.....	74
Tabel 4.3 TikTok.....	80
Tabel 4.4 Tabel Resources.....	86
Tabel 4.5 Realisasi Anggaran Kampanye.....	87
Tabel 4.6 Perbandingan sebelum dan setelah kampanye.....	92
Tabel 4.7 Kesimpulan dari kampanye.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Literasi & Inklusi Keuangan di Indonesia.....	13
Gambar 1.2 Most Used Social Media Platforms.....	17
Gambar 1.3 Media Use.....	18
Gambar 1.4 Akun Instagram Panin Dai-ichi Life.....	19
Gambar 4.1 Insight Views Sebelum Kampanye.....	58
Gambar 4.2 Tipografi Feeds.....	61
Gambar 4.3 Tipografi Story.....	61
Gambar 4.4 Tipografi Reels.....	62
Gambar 4.5 Warna Merk.....	62
Gambar 4.6 Feed 1.....	65
Gambar 4.7 Feed 2.....	66
Gambar 4.8 Feed 3.....	67
Gambar 4.9 Feed 4.....	68
Gambar 4.10 Feed 5.....	69
Gambar 4.11 Feed 6.....	70
Gambar 4.12 Highlight Story.....	78
Gambar 4.13 Content Brief Story.....	83
Gambar 4.14 Content Brief Reels & Feeds.....	83
Gambar 4.15 Content Plan.....	85
Gambar 4.16 Insight Views Setelah Kampanye.....	89
Gambar 4.17 Insight Followers Setelah Kampanye.....	90
Gambar 4.18 Perbandingan Insight Followers.....	94
Gambar 4.19 Perbandingan Insight Interactions.....	95

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Izin Penggunaan Nama Perusahaan.....	104
Lampiran B. Turnitin.....	105
Lampiran C. CV Jocelyn Janice.....	112
Lampiran D. Lampiran Pengecekan Hasil AI Writing.....	114
Lampiran E. Konsultasi Form.....	116
Lampiran F. Verification Form.....	119

