

# **ABSTRAK**

Verry Andriady (625170054)

## **PERANCANGAN KAMPANYE “ BIBITIN DULUAH ” TERHADAP GENERASI Z MELALUI APLIKASI BIBIT.ID**

Generasi Z lahir pada tahun 1995 hingga 2005, generasi Z sendiri lahir beriringan dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Oleh karena perkembangan teknologi tanpa disadari generasi ini memiliki gaya hidup yang bersifat YOLO dan FOMO, berdasarkan penelitian IDN Research Insitute tahun 2019 hanya sekitar 10,17% generasi Z yang menyisihkan pendapatan mereka di usia muda. Menurut Wharton Pension Research Council menyarankan sebaiknya menyisihkan 40% dari penghasilan yang didapatkan untuk masa depan agar dapat menikmati standar hidup dimasa pensiun yang layak, dikalangan generasi Z menabung sangat sering mereka lakukan namun menabung tidaklah cukup dalam menyiapkan kebebasan finansial, berbeda dengan investasi.

Investasi sendiri sangat dikenal pada generasi ini, akan tetapi generasi ini cenderung mengabaikan investasi dengan berbagai macam alasan. Oleh karena itu, penulis tertarik mengangkat fenomena investasi terhadap generasi Z serta merancang sebuah kampanye guna mengajak para generasi ini untuk berinvestasi di usia muda ini.

**Kata kunci: Investasi, Kebebasan Finansial, ReksaDana**

# ABSTRAK

Verry Andriady (625170054)

## PERANCANGAN KAMPANYE “BIBITIN DULUAH” TERHADAP GENERASI Z MELALUI APLIKASI BIBIT.ID.

*Generation Z was born from 1995 to 2005, generation Z itself was born along with the rapid development of technology. Because of the development of technology without realizing it, this generation has a lifestyle that is YOLO and FOMO, based on the IDN Research Institute's research in 2019, only about 10.17% of generation Z set aside their income at a young age. According to the Wharton Pension Research Council, it is advisable to set aside 40% of the income earned for the future so that they can enjoy a decent standard of living in retirement, among Generation Z they save very often but saving, is not enough to prepare financial freedom, it is different from investing.*

*Investment itself is very well known in this generation, but this generation tends to ignore investment for various reasons. Therefore, the authors are interested in raising the investment phenomenon in generation Z and designing a campaign to invite these generations to invest at this young age.*

***Keywords: Investment, Financial Freedom, Mutual Funds***