

Abstrak

Literasi keuangan di Indonesia saat ini masih berada dibawah 30%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kemampuan individu mengenai pengelolaan keuangan di Indonesia masih sangat rendah sehingga hal tersebut juga mempengaruhi kondisi keuangan negara dimana indonesia saat ini terjebak dalam *middle-income trap*. Generasi milenial yang mendominasi satu pertiga populasi di Indonesia diharapkan dapat membantu indonesia untuk mengeluarkan dari jebakan *middle-income trap* salah satunya dengan pembangunan infrastruktur yang mampu diakomodir oleh program investasi surat berharga negara yang diluncurkan pemerintah melalui kementerian keuangan. Jouska sebuah perusahaan yang cukup masif mengkomunikasikan literasi keuangan salah satunya mengenai informasi investasi surat berharga negara melalui *stories highlights* menjadi salah satu daya tarik peneliti untuk melihat kompetensi komunikasi literasi finansial terkhususnya pada generasi milenial yang berdomisili di DKI Jakarta dan Jawa Barat. Peneliti menganalisis menggunakan teori literasi media dan literasi finansial, penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus untuk yang berfokus pada pengikut akun instagram jouska. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi literasi finansial generasi milenial terbagi menjadi dua kategorisasi yakni *advance well literate* yakni kecakapan dalam menggunakan media, mengkritisi dan mengkomunikasikan literasi finansial mengenai informasi investasi surat berharga negara sehingga individu memiliki serta *intermediate well literate* yakni kemampuan menggunakan media dan mengkritisi media dalam memproses literasi finansial mengenai informasi investasi surat berharga negara

Kata Kunci: Generasi Milenial, Literasi Finansial, Informasi Investasi Surat Berharga Negara, Kompetensi Komunikasi Literasi Finansial

Abstract

Financial literacy in Indonesia is still below 30%. This figure shows that the ability of individuals regarding financial management in Indonesia is still very low so it also affects the financial condition of the country where Indonesia is currently trapped in a middle-income trap. Millennial generation that dominates one-third of the population in Indonesia is expected to help Indonesia to get out of the middle-income trap trap, one of which is by building infrastructure that can be accommodated by government securities investment programs launched by the government through the Ministry of Finance. Jouska, a company that is quite massive in communicating financial literacy, one of which is information on investment in state securities through stories highlights, is one of the attractions of researchers to see the competence of financial literacy communication, especially in millennials domiciled in DKI Jakarta and West Java. Researcher analyzing use of theory media literacy and financial literacy and uses a case study research method for focusing on followers of Instagram jouska accounts. The results of this study show that millennial generation financial literacy communication competence is divided into two categories, namely advance well literate, namely the ability to use media, criticize and communicate financial literacy about investment information of government securities so that individuals have intermediate well literate, namely the ability to use media and criticize the media in processing financial literacy regarding investment information of government securities

Keywords: Millennial Generation, Financial Literacy, Investment Information, Government Securities, Financial Literacy Communication Competencies