

ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial seperti layanan *PayLater* semakin diminati oleh remaja karena kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran. Namun, penggunaan *PayLater* tanpa pemahaman yang baik berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang merugikan, terutama di kalangan remaja yang belum memiliki penghasilan tetap. Fenomena ini juga terjadi di wilayah Purwokerto. Minimnya edukasi keuangan menjadi salah satu faktor yang memperburuk kondisi ini. Oleh karena itu, perancangan Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk video *motion graphic* ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran remaja mengenai risiko *PayLater*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menghasilkan karya utama berupa video *motion graphic*, serta didukung oleh media pendukung seperti x-banner, poster, kaos, totebag, stiker, *thumbnail* instagram. Media ini diharapkan dapat menjangkau target audiens berusia 18–24 tahun secara efektif dan mampu mendorong perubahan perilaku keuangan yang lebih bijak di kalangan remaja di Purwokerto.

Kata Kunci: *PayLater*, *Motion Graphic*, Perilaku Konsumtif, Remaja, Literasi Keuangan