

LAPORAN AKHIR
TUGAS AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
(PERANCANGAN)
PERIODE XIV

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI PERENCANAAN
KEUANGAN MAHASISWA OLEH OTORITAS JASA KEUANGAN**



Dikerjakan oleh
MICHAEL BIMA RADHITIA
15.L1.0067

Pembimbing :

Peter Ardhianto, S.Sn., M.Sn.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI PERENCANAAN
KEUANGAN MAHASISWA OLEH OTORITAS JASA KEUANGAN

Nama : Michael Bima Radhitia

NIM : 15.L1.0067

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, Juli 2019

Menyetujui,

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Ag. Dicky Prastomo, S.IP., M.A.
NPP. 058.1.2013.283

Koordinator Proyek Akhir
Desain Komunikasi Visual

Ir. Ign. Dono Sayoso, M.SR.
NIDN. 0608075601

Dekan

Fakultas Arsitektur dan Desain



Dra. B. Tyas Susanti, M.A, Ph.D.

NIDN. 0626076501

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI PERENCANAAN
KEUANGAN MAHASISWA OLEH OTORITAS JASA KEUANGAN**

Nama : Michael Bima Radhitia

NIM : 15.L1.0067

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

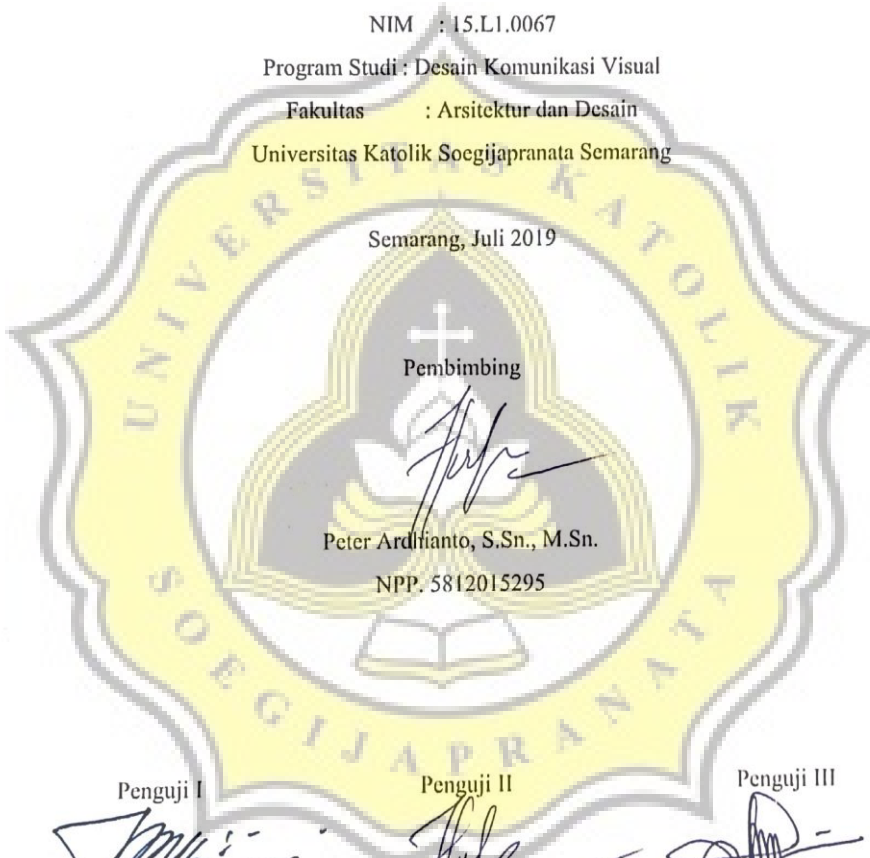
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, Juli 2019

Pembimbing

Peter Ardianto, S.Sn., M.Sn.

NPP. 5812015295



Penguji I

Bayu Widiyanto, S.T., M.Sn.

NPP. 5812008275

Penguji II

Peter Ardianto, S.Sn., M.Sn.

NPP. 5812015295

Penguji III

Maya Putri Utami, S.Sn., M.Sn.

NPP. 5812010278

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Michael Bima Radhitia

NIM : 15.L1.0067

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Judul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI PERENCANAAN
KEUANGAN MAHASISWA OLEH OTORITAS JASA KEUANGAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan karya ilmiah proyek akhir ini dibuat oleh saya sendiri sesuai dengan ketentuan program studi dan akademis yang telah dinyatakan bebas plagiasi. Apabila ditemukan bukti plagiasi pada laporan ilmiah ini, saya akan menerima sanksi dari program studi Desain Komunikasi Visual, Unika Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, Juli 2019



Michael Bima Radhitia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan penyertaan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan perancangan Proyek Akhir dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Sosialisasi Perencanaan Keuangan Mahasiswa oleh Otoritas Jasa Keuangan”.

Perancangan ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses pengerjaan Proyek Akhir ini dari awal hingga akhir.
2. Orang Tua penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini.
3. Teman – teman seperjuangan telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses pengerjaan Proyek Akhir ini.
4. Semua orang yang ikut ambil bagian dalam proses perancangan yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa perancangan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi sempurnanya perancangan ini. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Semarang,

Penulis

DAFTAR ISI

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI PERENCANAAN KEUANGAN MAHASISWA OLEH OTORITAS JASA KEUANGAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR ISI GAMBAR	iv
DAFTAR ISI BAGAN.....	v
ABSTRAK	1
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.3.1 Tujuan.....	3
1.3.2 Manfaat.....	3
1.4 Identifikasi Masalah.....	4
1.5 Metodologi Perancangan	4
1.5.1 User Research	4
1.5.2 Insight.....	4
1.5.3 Background Research	4
1.5.4 Initial Concepts.....	5
1.5.5 Dokumentasi Target.....	6
1.6 Skema Perancangan	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Karakter Generasi Milenial.....	8
2.2 Perencanaan Keuangan	9
2.2.1 Penentuan Tujuan Keuangan	10
2.2.2 Konsep Nilai Uang Masa Depan	11
2.2.3 Kondisi Keuangan	12
2.2.4 Kekayaan Bersih.....	13
2.3 Desain Komunikasi Visual	16

2.4	Desain User Interface	16
2.5	Teori Logo	22
2.6	Tinjauan Pustaka	22
2.6.1	Buku Seri Literasi Keuangan - Perencanaan Keuangan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016.....	22
2.6.2	Buku Millennials oleh MIX MarComm tahun 2018.....	23
2.6.3	Jurnal Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Pasar Online Pasar Kampus oleh Handiman, dkk tahun 2016	23
2.6.4	E-Book Timeless Mobile Design Trends: Flat Mobile Design Evolved oleh UXpin.Inc tahun 2015.....	23
2.6.5	Website Material.io	24
BAB III		25
STRATEGI KOMUNIKASI		25
3.1	Metode Penelitian.....	25
3.1.1	Studi Pustaka	25
3.1.2	Wawancara Mendalam	26
3.1.3	Kuesioner	27
3.1.4	Obserfasi Offline.....	27
3.1.5	Hasil Analisis Data	28
3.2	Strategi Komunikasi	29
3.2.1	Target Audiens	29
3.2.2	Creative Brief	30
3.2.3	Penyampaian Pesan.....	31
3.3	Strategi Visual dan Verbal.....	32
3.4	Strategi Media	34
3.5	Rencana Anggaran.....	37
BAB IV		39
STRATEGI KREATIF		39
4.1	Konsep Visual.....	39
4.1.1	Konsep Logo	39
4.1.2	Konsep Warna	40
4.1.3	Konsep Typography	40
4.1.4	Konsep Ilustrasi.....	41
4.2	Visualisasi Desain	43
4.2.1	User Interface Desain	43
4.2.2	Instagram.....	45
4.2.3	Billboard	47

4.2.4	Merchandise	48
4.2.5	Tent Holder.....	49
4.2.6	Poster	50
4.2.7	X Banner.....	50
4.2.8	Iklan Youtube	51
BAB V.....		52
KESIMPULAN DAN SARAN		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	52
Daftar Pustaka.....		53



DAFTAR ISI GAMBAR

Gambar 1.1 Dokumentasi Target.....	6
Gambar 1.2 Dokumentasi Target.....	6
Gambar 1.3 Dokumentasi Target	6
Gambar 2.1 Tipografi UI.....	18
Gambar 2.2 Contoh Skala Tipografi	19
Gambar 2.3 Icon	19
Gambar 2.4 Layout UI.....	20
Gambar 2.5 Kolom	20
Gambar 2.6 Gutters.....	21
Gambar 2.7 Margin.....	21
Gambar 3.1 Logo	32
Gambar 3.2 Tipografi	32
Gambar 3.3 Ilustrasi	33
Gambar 3.4 Ilustrasi 2	33
Gambar 3.5 Foto	33
Gambar 3.6 Foto 2	33
Gambar 3.7 Palet Warna.....	33
Gambar 4.1 Logo Savecash.....	39
Gambar 4.2 Palet Warna 1.....	40
Gambar 4.3 Palet Warna 2.....	40
Gambar 4.4 Ilustrasi	41
Gambar 4.5 Foto	42
Gambar 4.6 UI Desain.....	44
Gambar 4.7 Instagram.....	46
Gambar 4.8 Billboard	47
Gambar 4.9 Totebag.....	48
Gambar 4.10 Kaos	48
Gambar 4.11 Sticker	49
Gambar 4.12 Tent Holder	49
Gambar 4.13 Poster	50
Gambar 4.14 X Banner	50
Gambar 4.15 Iklan Youtube	51

DAFTAR ISI BAGAN

Bagan 1.1 Skema Perancangan	7
Bagan 2.1 Nilai Inflasi	12
Bagan 2.2 Kondisi Keuangan.....	13
Bagan 2.3 Kekayaan Bersih	14
Bagan 2.4 Hasil Instrumen	15
Bagan 3.1 Anggaran	37



ABSTRAK

Literasi Keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan dalam merencanakan keuangan. Namun masih banyak mahasiswa yang belum sadar pentingnya hal ini. Dengan meningkatnya literasi keuangan, maka roda perekonomian negara juga semakin cepat. Bagi mahasiswa sendiri, kemampuan untuk merencanakan keuangan dapat membentuk gaya hidup sesuai dengan kondisi, menekan tingkat konsumsi yang berlebihan dan memiliki tujuan masa depan yang jelas. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan menyusun buku seri literasi keuangan tingkat perguruan tinggi yaitu 'Perencanaan Keuangan'. Namun diperlukan pendekatan dengan media lain yang lebih dekat dengan mahasiswa jaman sekarang yang termasuk dalam generasi milenial, yaitu media digital. Media digital seperti aplikasi smartphone dapat menjadi media edukasi sekaligus dapat mempraktekkan perencanaan keuangan.

Kata Kunci: Perencanaan keuangan, Mahasiswa, Media Digital

ABSTRACT

Financial Literacy is knowledge and ability in financial planning. But there are still many students who have not yet realized the importance of this. With increasing financial literacy, the wheels of the country's economy are also getting faster. For students themselves, the ability to plan finances can make lifestyles according to conditions, reduce excessive consumption levels and have clear future goals. Therefore, Otoritas Jasa Keuangan compiled a book on the level of college-level financial literacy namely 'Perencanaan Keuangan'. However, an approach with other media that is closer to today's students is included in the millennial generation, namely digital media. Digital media such as smartphone applications can be an educational medium while being able to practice financial planning.

Keywords: Financial Planning, Students, Digital Media