

**PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK
EDUKASI FINANSIAL PADA MAHASISWA
DKV ISI YK**



**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2026**

**PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK
EDUKASI FINANSIAL PADA MAHASISWA
DKV ISI YK**



Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2026

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan berjudul :

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK EDUKASI FINANSIAL PADA MAHASISWA DKV ISI YK diajukan oleh Tristan Rayhan Irsyad Secandri, NIM 2112779024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 18 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP 198211132014041001/ NIDN 0013118201

Pembimbing II / Anggota

Mochamad Faizal Rochman, S.Sn., M.T.

NIP 197802212005011002/ NIDN 0021027802

Cognate / Anggota

Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP 198409092014041001/ NIDN 0009098410

Koordinator Program Studi/Ketua/Anggota

Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 199002152019032018/ NIDN 0015029006

Ketua Jurusan Desain / Ketua

Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001/ NIDN 0029017304



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tristan Rayhan Irsyad Secandri

NIM : 2112779024

Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan bahwa karya Tugas Akhir perancang yang berjudul

PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK EDUKASI FINANSIAL PADA MAHASISWA DKV ISI YK yang dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan hasil penelitian, pemikiran dan karya asli yang dibuat oleh perancang sendiri. Kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka perancang bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Yogyakarta, 12 Desember 2025



Tristan Rayhan Irsyad Secandri

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA

Melalui surat pernyataan ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tristan Rayhan Irsyad Secandri

NIM : 2112779024

Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Maka, dengan ini menyatakan bahwa laporan karya Tugas Akhir perancang yang berjudul **PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK EDUKASI FINANSIAL PADA MAHASISWA DKV ISI YK** secara resmi dan tertulis saya serahkan kepada pihak UPT Perpustakaan agar dapat dikelola dalam pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, serta dipublikasikan di internet untuk kepentingan pembelajaran dan akademis tanpa perlu meminta izin kepada perancang selama mencantumkan nama perancang. Pernyataan ini dibuat dengan rasa penuh tanggung jawab dan dalam kondisi kesadaran penuh, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 12 Desember 2025



Tristan Rayhan Irsyad Secandri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir perancangan dengan judul “Perancangan Animasi Motion Graphic untuk Edukasi Finansial pada Mahasiswa DKV ISI YK” dengan baik. Perancangan ini bertujuan untuk menghadirkan sebuah media edukatif berbasis visual yang mampu mengenalkan serta menanamkan kesadaran akan pentingnya *mindset budgeting* di kalangan mahasiswa. Literasi finansial seringkali dianggap sebagai topik yang kaku, rumit, dan membosankan, sehingga kerap diabaikan dalam kehidupan perkuliahan sehari-hari. Oleh karena itu, kehadiran animasi *motion graphic* ini diharapkan mampu menjadi jembatan informasi yang relevan bagi Generasi Z yang hidup di tengah dinamisnya era digital. Karya ini dirancang dengan pendekatan visual yang adaptif dan gaya bahasa yang santai agar materi pengelolaan keuangan dapat diterima dengan mudah, khususnya oleh mahasiswa desain yang memiliki karakteristik visual yang kuat. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses perancangan dan penyusunan laporan ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga perancangan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan literasi finansial mahasiswa serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi civitas akademika dan pembaca sekalian.

Yogyakarta, 12 Desember 2025



Tristan Rayhan Irsyad Secandri

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama, penulis ingin memanjatkan puji syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya di setiap langkah, sehingga penulis dapat merampungkan Tugas Akhir ini. Perjalanan dalam merancang animasi *motion graphic* ini memberikan banyak pelajaran berharga, tidak hanya dari sisi akademis dan teknis desain, tetapi juga pendewasaan diri dalam waktu dan pikiran. Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan moral dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta.
3. Bapak Setya Budi Astanto, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta.
4. Ibu Francisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn. selaku Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Ibu Alit Ayu Dewantari, M.Sn. selaku Dosen Wali yang telah memantau perkembangan akademik penulis.
6. Bapak Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih banyak atas kesabaran, waktu, serta bimbingan visual dan konsep yang mendalam, sehingga arah perancangan ini menjadi lebih matang dan terarah.
7. Bapak Mochamad Faizal Rochman, S.Sn., M.T. selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas setiap masukan kritis, arahan teknik, dan diskusi solutif yang sangat membantu penulis dalam menyempurnakan detail karya dan laporan ini.
8. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar saya. Terima kasih tak terhingga atas doa yang tiada henti, kasih sayang, serta dukungan material

dan moral yang menjadi sumber kekuatan utama penulis untuk terus melangkah.

9. Rekan-rekan mahasiswa DKV ISI Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden.
10. Aulya Rahmawati, orang terdekat yang senantiasa menemani perjalanan studi saya. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, memberikan semangat tanpa henti, serta pelukan hangat dan dukungan emosional di saat-saat tersulit selama penggeraan tugas akhir ini my love.
11. Teman-teman seperjuangan di DKV ISI Yogyakarta angkatan 2021. Terima kasih atas kebersamaan, diskusi, dan saling dukung selama masa perkuliahan hingga titik akhir ini.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangsih kecil dalam edukasi finansial pada lingkup mahasiswa DKV ISI YK. Serta terimakasih atas kebaikan dan dukungan yang telah diberikan, semoga rekan-rekan seperjuangan mendapatkan balasan yang dari Tuhan Yang Maha Esa.

ABSTRAK

Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) ISI Yogyakarta sering dihadapkan pada tantangan finansial yang kompleks, yang menuntut kemandirian dalam pengelolaan keuangan di tengah kebutuhan kreatif dan gaya hidup. Berdasarkan survei terhadap 56 responden, teridentifikasi tiga masalah utama: pengeluaran tak terduga kurangnya kesadaran mengelola keuangan, dan belanja impulsif. Akar permasalahan tersebut adalah sikap menyepelekan anggaran, di mana mayoritas mahasiswa tidak membuat anggaran bulanan dan memiliki pola pikir reaktif, yakni hanya mengevaluasi keuangan ketika masalah sudah terjadi. Perancangan ini bertujuan untuk membuka kesadaran (*awareness*) dan mengubah pola pikir mahasiswa dari reaktif menjadi proaktif melalui edukasi "*Mindset Budgeting*". Metode perancangan yang digunakan adalah *Design Thinking* oleh Tim Brown, didukung dengan pengumpulan data *mixed methods* (kualitatif dan kuantitatif) yang dianalisis menggunakan teknik 5W+1H. Pendekatan ini dipilih untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam dan merumuskan solusi yang relevan bagi target audiens. Luaran perancangan ini berupa media utama Animasi *Motion Graphic* berdurasi 1-2 menit dengan format vertikal (9:16) untuk media sosial, yang disesuaikan dengan karakteristik visual Generasi Z. Konten animasi memvisualisasikan solusi praktis seperti hierarki kebutuhan Maslow dan metode "Sistem 3 Rekening" (*Living, Saving, Playing*) yang diadaptasi dari literatur finansial. Selain itu, dirancang pula media pendukung berupa stiker sebagai pengingat visual untuk *aware* dengan *budgeting*.

Kata Kunci: *Motion Graphic*, Edukasi Finansial, *Mindset Budgeting*, Mahasiswa DKV, *Design Thinking*.

ABSTRAK

Visual Communication Design (VCD) students at ISI Yogyakarta often face complex financial challenges, demanding independence in financial management amidst creative needs and lifestyle demands. Based on a survey of 56 respondents, three main problems were identified: unexpected expenses, lack of financial management awareness, and impulsive spending. The root cause of these issues is the dismissive attitude towards budgeting, where of students do not create a monthly budget and have a reactive mindset, only evaluating their finances when a problem has already occurred. This design project aims to raise awareness and shift the student mindset from reactive to proactive through "Budgeting Mindset" education. The chosen design method is Design Thinking by Tim Brown, supported by a mixed methods data collection (qualitative and quantitative) analyzed using the 5W+1H technique. This approach was selected to deeply understand user needs and formulate relevant solutions for the target audience. The output of this design is a primary medium: a 1-2 minute Motion Graphic Animation in a vertical (9:16) format for social media, tailored to the visual characteristics of Generation Z. The animation content visualizes practical solutions such as Maslow's hierarchy of needs and the "3-Account System" (Living, Saving, Playing) adapted from financial literature. Furthermore, supporting media, including a Zine and stickers, are also designed as visual reminders to build financial discipline.

Keywords: Motion Graphic, Financial Education, Budgeting Mindset, VCD Students, Design Thinking.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	iii
HALAMAN PUBLIKASI KARYA.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan MasalahBatasan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan4.....	4
D. Manfaat Perancangan.....	4
E. Definisi Operasional	5
F. Metode Perancangan.....	7
G. Metode Analisis Data.....	8
H. Skematik Perancangan	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	10
A. Data Objek Perancangan	10
B. Studi Pustaka	11
1. Kajian Literatur.....	12
2. Landasan Teori	16
C. Identifikasi Problematika Perancangan	19
D. Upaya Pemecahan Masalah Terdahulu.....	35
E. Analisis Data.....	41
F. Kesimpula.....	54
G. Usulan Pemecahan Masalah	55
BAB III KONSEP PERANCANGAN	56
A. Konsep Kreatif.....	56
1. Tujuan Kreatif.....	56
2. Strategi Kreatif	56
3. Program Kreatif	60
B. Konsep Media	75

1. Tujuan Media.....	75
2. Strategi Media.....	76
BAB IV VISUALISASI	79
A. Penjaringan Ide Visual.....	79
1. Studi Referensi Objek Finansial	79
2. Studi Referensi Visual Aktivitas Konsumtif	84
B. Pra Produksi Motion Graphic	89
1. Sketsa karakter.....	89
2. Sketsa background.....	96
3. Visualisasi aset	96
C. Produksi Motion Graphic	110
D. Pasca Produksi Motion Graphic	111
E. Produksi Media Pendukung.....	112
1. Merancang Media Pendukung Sticker.....	112
2. Visual Media Poster Pameran Tugas Akhir	114
3. Visual Katalog Pameran Tugas Akhir	115
4. Visual Media Pendukung GSM	116
BAB V PENUTUP	123
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Cover Buku Make It Happen! (sumber: www.google.com)	35
Gambar 2.2 Cover Buku Rich Dad Poor Dad! (sumber: www.google.com).....	38
Gambar 2.3 Teori Hierarki Abraham Maslow (Sumber: www.google.com)	16
Gambar 2.4 Preferensi Karya Mahasiswa DKV ISI YK@webe_nyunyu	50
Gambar 2.5 Preferensi Karya Mahasiswa DKV ISI YK@iniujon.....	50
Gambar 2. 6 Preferensi Karya Mahasiswa DKV ISI YK@dips.artwork.....	51
Gambar 2. 7 Preferensi Visual Mahasiswa DKV ISI YK@bmo_99	51
Gambar 2.8 Preeferensi Visual Mahasiswa DKV ISI YK@zeniu.art.....	51
Gambar 2. 9 Preferensi Visual Karya Mahasiswa DKV ISI YK@dkvisiyk2021.	52
Gambar 2. 10 Preferensi Visual Karya Mahasiswa DKV ISI YK @dkvisiyk2023	52
Gambar 2. 11 Preferensi Visual Mahasiswa DKV ISI YK@dkvisiyk2025	52

Gambar 4.1 Referensi Dompet Kulit (Sumber: www.pinterest.com).....	79
Gambar 4.2 Referensi Dompet Utility Puch (Sumber: www.pinterest.com).....	79
Gambar 4.3 Referensi Celengan Kaca (Sumber: www.pinterest.com).....	80
Gambar 4. 4 Referensi Dompet Playing Lucu (Sumber: www.pinterest.com)....	80
Gambar 4.5 Referensi Uang Rp1.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	81
Gambar 4.6 Referensi Uang Rp2.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	81
Gambar 4.7 Referensi Uang Rp5.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	82
Gambar 4.8 Referensi Uang Rp10.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	82
Gambar 4.9 Referensi Uang Rp20.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	83
Gambar 4. 10 Referensi Uang Rp50.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	83
Gambar 4. 11 Referensi Uang Rp100.000 (Sumber: www.pinterest.com).....	84
Gambar 4.12 Referensi Aktivitas Jajan Pernak Pernik (Sumber: Kamera Mandiri)	84
Gambar 4.13 Referensi Aktivitas Jajan Makanan di Kafe (Sumber: Kamera Hp Teman)	85
Gambar 4. 14 Referensi Aktivitas Beli Barang Limited (Sumber: kamera hp teman).....	85

Gambar 4.15 Potret Plaza FSR ISI YK (Sumber: Kamera Mandiri)	86
Gambar 4. 16 Potret Jalan Parangtritis (Sumber: www.google.com)	87
Gambar 4. 17 Booth (Sumber: www.Instagram.com)	87
Gambar 4.18 Evangelion Base (sumber : www.Pinterest.com).....	88
Gambar 4.19 Piramida Giza (sumber: www.Pinterest.com).....	88
Gambar 4.20 sketsa keseluruhan karakter (sumber: www.pinterest.com).....	89
Gambar 4.21 Sketsa Krakter Openg (sumber : hasil karya mandiri)	90
Gambar 4.22 Sketsa Konsep Karakter Cefi (sumber : Karya Mandiri)	91
Gambar 4.23 Sketsa Konsep Karakter Mr. Must (sumber : Karya Mandiri).....	92
Gambar 4.24 Sketsa Konsep Karakter Mr. Wise (sumber : Karya Mandiri).....	93
Gambar 4.25 Sketsa Konsep Karakter Miss Hepi (sumber : Karya Mandiri)	94
Gambar 4.26 Sketsa Konsep Storyboard (sumber : Karya Mandiri)	96
Gambar 4.27 Logo Motion Grahic (sumber: Karya Mandiri).....	96
Gambar 4.28 Cefi (sumber : Karya Mandiri).....	97
Gambar 4. 29 Mr. Must (sumber: Karya Mandiri).....	97
Gambar 4.30 Mr. Wise (sumber : Karya Mandiri).....	98
Gambar 4.31 Miss Hepi (Sumber: Karya Mandiri)	98
Gambar 4.32 Openg (sumber : Karya Mandiri)	99
Gambar 4.33 Lyra (sumber: Karya Mandiri)	99
Gambar 4.34 Aan (sumber : Karya Mandiri)	100
Gambar 4.35 Ujoon (sumber: Karya Mandiri).....	100
Gambar 4. 36 Intro Episode Satu(sumber: Karya Mandiri)	101
Gambar 4. 37 Plaza Episode Satu(sumber: Karya mandiri)	101
Gambar 4. 38 Cover Episode Satu(sumber: Karya Mandiri).....	102
Gambar 4. 39 Parkiran Episode Satu (sumber; Karya Mandiri)	102
Gambar 4. 40 Sress-Release (sumber; Karya Mandiri)	103
Gambar 4.41 Episode 1 Impulsif (sumber: Karya Mandiri)	103
Gambar 4.42 Episode 1 Pengeluaran Tak Terduga (sumber: Karya Mandiri) ..	104
Gambar 4.43 Episode 1 Pengeluaran Tak Terduga (sumber: Karya Mandiri) ..	104
Gambar 4.44 Pesawat Otak Cefi Mindset Budgeting (sumber: Karya Mandiri)	105
Gambar 4.45 Penjelasan The Rat Race (sumber: Karya Mandiri).....	105
Gambar 4.46 Bersambung (sumber: Karya Mandiri)	106

Gambar 4.47 Pesawat Mindset Terbang	106
Gambar 4.48 Segitiga Teori Hierarki Maslow (sumber: Karya Mandiri).....	107
Gambar 4.49 Persiapan Pengenalan Metode CTA.....	107
Gambar 4. 50 Budgeting Sederhana Mr.Must	108
Gambar 4. 51 Budgeting Sederhana Mr.Must	108
Gambar 4.52 Episode 2 tiga sub amplop (sumber: Karya Mandiri)	109
Gambar 4. 53 Mengajak Untuk Menerapkan Budgeting	109
Gambar 4.54 Reference johan Liebert(sumber: www.google.com)	112
Gambar 4.55 Cefi Meme (sumber: Karya Mandiri).....	112
Gambar 4.56 Reference (sumber: www.google.com).....	113
Gambar 4.57 Openg Meme Sticker (sumber: Karya Mandiri)	113
Gambar 4.58 Katalog Halaman Depan (sumber: Karya Mandiri)	114
Gambar 4.59 Katalog Halaman Belakang (sumber: Karya Mandiri)	114
Gambar 4. 60 Poster Pameran (sumber: Karya Mandiri).....	115
Gambar 4. 61 GSM Jajan Puas! Tabungan Aman! (sumber : Karya Mandiri)...	122



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan sebagai mahasiswa memiliki berbagai kesibukan dalam realita yang menuntut mereka pada kemandirian dalam mengelola keuangan. Untuk mengetahui karakteristik pengelolaan finansial yang dilakukan pada Mahasiswa DKV ISI Yogyakarta, maka dilakukan survei *g-form* pada sejumlah 56 orang, oleh perancang. Berdasarkan observasi awal dan pengumpulan data melalui kuesioner yang melibatkan 56 mahasiswa DKV ISI Yogyakarta, teridentifikasi pola perilaku finansial audiens cenderung reaktif. Data menunjukkan bahwa mayoritas responden menghadapi tiga permasalahan utama, yaitu: masalah pengeluaran tak terduga, kurangnya kesadaran dalam mengelola keuangan, serta perilaku belanja impulsif (*impulsive buying*). Hal ini diperkuat dengan temuan bahwa 35 mahasiswa mengaku tidak memiliki perencanaan anggaran (*budgeting*) bulanan.

Absennya perencanaan anggaran tersebut membuka celah bagi ketidakstabilan ekonomi pribadi. Lebih lanjut, hasil data evaluasi anggaran pada mahasiswa bahwa 33 audiens hanya tergerak melakukan evaluasi keuangan ketika sudah mengalami masalah, hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan anggaran tidak dipandang sebagai kebiasaan untuk mengatur keuangan, melainkan sebagai tindakan reaktif yang hanya dilakukan saat mengalami darurat, ini membuktikan sebagian mayoritas mahasiswa belum memiliki kesadaran seberapa pentingnya mengelola anggaran bulanannya.

Pentingnya mengelola anggaran ini sejalan dengan pandangan Margaretha dan Pambudhi (2015) yang mendefinisikan literasi keuangan sebagai kapasitas individu dalam membaca, menganalisis, serta mengelola dan mengkomunikasikan kondisi keuangannya demi kesejahteraan finansial. Dalam studinya terhadap mahasiswa, mereka menekankan bahwa pemahaman literasi keuangan yang baik merupakan fondasi krusial agar seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang tepat dan terhindar dari masalah ekonomi. Ketiadaan kapasitas ini pada akhirnya membuat mahasiswa rentan terjebak dalam perilaku keuangan yang reaktif dan kurang terencana.

Berdasarkan observasi audiens kondisi ini juga didukung oleh kurangnya referensi ilmu budgeting yang relevan tentang bagaimana pentingnya menerapkannya dalam kehidupan keseharian dengan alasan ribet dan malas bagi mahasiswa untuk mencari tahu, serta adanya perasaan “aman” akan pemasukan bulanan yang diterima dari orang tua. membuat sebagian mahasiswa merasa “mengelola anggaran tidak terlalu penting” sehingga timbul akar masalah “sikap menyepelekan untuk mengatur anggarannya”. Akibatnya hal ini bisa berpotensi menjadi suatu kebiasaan buruk yang dinormalisasikan ke jangka panjang.

Pengeluaran bulanan mahasiswa juga bervariasi, berdasarkan hasil observasi mahasiswa melakukan pengeluaran baik untuk kebutuhan makan sehari-hari, kebutuhan kreatif, serta pengeluaran untuk *Stress-Release* seperti nonton konser, belanja pernak-pernik dsb. Dengan pengeluaran yang kompleks tersebut apabila secara anggaran tidak diterapkan, maka bisa menimbulkan kebiasaan menyepelekan anggaran yang terbawa di masa mendatang.

Sikap menyepelekan anggaran pada mahasiswa dapat dikaitkan dengan faktor-faktor penentu literasi finansial. Penelitian Widayati (2012) di lingkungan perguruan tinggi menunjukkan bahwa pendidikan pengelolaan keuangan keluarga dan proses pembelajaran di perguruan tinggi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat literasi finansial mahasiswa, baik pada aspek kognitif maupun sikap (attitude). Temuan ini menegaskan bahwa intervensi edukasi, termasuk melalui media pembelajaran yang dirancang secara efektif, memegang peranan krusial dalam membentuk pengetahuan dan mengubah perilaku mahasiswa agar mampu membuat keputusan finansial yang lebih bijak. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang adaptif untuk menjembatani kurangnya pengetahuan serta memperbaiki sikap negatif mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Urgensi untuk membangun kesadaran finansial ini sejalan dengan penelitian Amanita Novi Yushita (2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan bukan sekadar pengetahuan, melainkan kebutuhan mendasar bagi setiap individu agar tidak salah langkah dalam mengambil keputusan finansial. Yushita menegaskan bahwa ketidaktahuan dalam pengelolaan keuangan pribadi

akan berdampak pada perilaku konsumtif yang tidak terkendali dan ketiadaan perencanaan masa depan, yang pada akhirnya dapat menjerumuskan individu pada masalah ekonomi yang serius. Oleh karena itu, penguasaan literasi keuangan menjadi kunci vital untuk mengubah perilaku pengelolaan keuangan dari yang semula impulsif menjadi lebih terencana demi kesejahteraan jangka panjang.

Berdasarkan observasi lebih lanjut soal penyampaian edukasi pada audiens, mahasiswa cendrung memilih penyampaian yang bervisual menarik. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi yang relevan dengan karakteristik target audiens, yakni media yang menonjolkan aspek visual, naratif, dan kedekatan emosional.

Motion Graphic dipilih sebagai solusi media utama karena kemampuannya dalam menyederhanakan informasi kompleks menjadi sajian visual yang dinamis dan mudah dicerna. Melalui pendekatan visual yang sesuai dengan preferensi estetika mahasiswa DKV, diharapkan pesan mengenai literasi finansial dapat tersampaikan secara efektif tanpa terkesan menggurui. Perancangan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara kebutuhan literasi finansial dengan preferensi konsumsi media target audiens, guna mengubah pola pikir (*mindset*) pengelolaan keuangan dari impulsif menjadi terencana.

Efektivitas pemilihan media ini didukung oleh temuan Adiputra dan Prastowo (2020) yang menyatakan bahwa penyampaian informasi perencanaan keuangan bagi mahasiswa memerlukan strategi visual yang menarik agar tidak terkesan kaku dan membosankan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa perancangan *motion graphic* mampu menyederhanakan materi keuangan yang kompleks menjadi sajian audio-visual yang dinamis dan komunikatif. Dengan demikian, media ini tidak hanya berfungsi sebagai penyalur informasi, tetapi juga efektif meningkatkan minat dan pemahaman mahasiswa terhadap materi pengelolaan finansial yang seringkali dianggap sulit.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah media *Motion Graphic* tentang seberapa bermanfaatnya ilmu “*Mindset Budgeting*” pada mayoritas mahasiswa DKV ISI Yogyakarta yang masih menyepelekan untuk mengelola keuangan pribadinya dari reaktif menjadi proaktif?

C. Batasan Masalah

Masalah dibatasi berbasis dari hasil temuan masalah pada mahasiswa DKV Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Pembahasan hanya sebatas pentingnya ilmu pengelolaan anggaran (*Mindset Budgeting*). Pembahasan masalah tidak mencakup topik finansial tingkat lanjut seperti investasi, saham, atau reksa dana. Pengecualian ini dilakukan untuk menjaga agar fokus pesan tetap pada akar permasalahan, yaitu manajemen keuangan. Memasukkan topik tingkat lanjut berpotensi mengaburkan tujuan utama dan terlalu dini bagi audiens yang masih perlu membangun pengetahuan dasar anggaran yang kokoh.

D. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan membuka kesadaran (*awareness*) dari pola pikir reaktif menjadi proaktif pada mahasiswa DKV ISI Yogyakarta yang masih menyepelekan dalam mengelola anggarannya. dengan memberikan pengetahuan ilmu dasar “*Mindset Budgeting*” menggunakan referensi-referensi buku edukasi finansial sebagai materi, yang kemudian dikemas dengan media Animasi *Motion Graphic*.

E. Manfaat Perancangan

Berdasarkan tujuan perancangan yang ingin ditempuh, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara prakteknya maupun secara teorinya:

1. Manfaat Target Audiens: Mendorong terbentuknya kesadaran mengelola finansial yang disiplin sejak masa kuliah, dengan membuka pandangan

lebih luas pentingnya pengelolaan keuangan untuk kebaikan masa kuliah dan jangka panjang.

2. Manfaat bagi Perancang: Perancang mendapatkan ilmu tentang edukasi finansial dalam mengimplementasikannya menjadi animasi edukatif serta menghasilkan karya akhir (*Motion Graphic*)
3. Manfaat bagi Institusi Perguruan Tinggi: Perancangan ini dapat menjadi sebuah referensi baru dalam pembuatan perancangan karya dengan media serta tema sejenis.

F. Definisi Operasional

Dalam menghindari kesalahpahaman dan memastikan pemahaman yang konsisten dalam perancangan ini, berikut adalah definisi operasional dari istilah-istilah kunci yang digunakan:

1. *Motion Graphic*

- a. Definisi Umum: Menurut *Jon Krasner* dalam buku *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*, *motion graphic* sering digunakan untuk mengkomunikasikan informasi atau membangkitkan suasana melalui pergerakan elemen-elemen visual.
- b. Definisi Operasional: Dalam perancangan ini, *Motion Graphic* didefinisikan sebagai media visual utama yang berfungsi untuk menerjemahkan konsep-konsep edukasi finansial yang cenderung kompleks dan abstrak menjadi sebuah sajian audio visual yang dinamis, menarik, dan mudah dicerna. Fokusnya adalah pada penggunaan teks bergerak, ikonografi, infografis, ilustrasi beserta narasi dan background musik untuk menjelaskan pentingnya anggaran, perbedaan kebutuhan, dan cara mengelola pengeluaran secara efektif bagi target audiens.

2. Edukasi Finansial

- a. Definisi Umum: Menurut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan edukasi finansial sebagai rangkaian proses untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan konsumen serta masyarakat luas akan mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Edukasi

finansial adalah sarananya. Pada tingkat dasar, menurut para ahli seperti Annamaria Lusardi, edukasi ini mencakup pemahaman konsep-konsep fundamental seperti penganggaran *budgeting*.

- b. Definisi Operasional: Dalam perancangannya edukasi finansial sebagai media utama untuk memaparkan materi edukasi finansial dasar menjadi sebuah sajian audio visual yang dinamis, menarik, dan mudah dicerna. Fokusnya adalah pada penggunaan teks bergerak, ikonografi, infografis, ilustrasi beserta narasi dan *background* musik untuk menjelaskan pentingnya anggaran, perbedaan kebutuhan, dan cara mengelola pengeluaran secara efektif bagi target audiens.

3. Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV)

- a. Definisi Umum: Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata ini merupakan gabungan dari “maha” (yang berarti tinggi atau agung) dan “siswa” (pelajar), sehingga secara harfiah dapat diartikan sebagai pelajar pada tingkat yang lebih tinggi yang menempuh pendidikan tinggi di bidang komunikasi visual, yang berfokus pada penyampaian pesan melalui elemen-elemen visual seperti gambar, teks, dan video.
- b. Definisi Operasional: Dalam perancangan ini, mahasiswa DKV ISI Yogyakarta didefinisikan sebagai target audiens spesifik yang menjadi subjek sekaligus sasaran utama media edukasi. Mereka adalah individu dalam rentang usia dewasa awal (sekitar 20-23 tahun) yang memiliki karakteristik unik sebagai insan kreatif dan visual. Berdasarkan data riset awal, audiens ini teridentifikasi menghadapi masalah finansial seperti pengeluaran tak terduga untuk kebutuhan tugas kreatif, kecenderungan belanja impulsif, serta tingkat kesadaran yang rendah dalam membuat anggaran. Preferensi mereka terhadap konten visual menjadi landasan utama pemilihan media *motion graphic* sebagai media pesnyampaian solusi perancangan.
- c. Program Studi DKV ISI Yogyakarta Sebagai lingkungan studi tempat target audiens bernaung, Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) ISI Yogyakarta memiliki karakteristik akademis yang unik.

Berada di bawah naungan Fakultas Seni Rupa dan Desain, program studi ini tumbuh dalam atmosfer keseniman yang kental yang diwarisi dari sejarah panjang Akademi Seni Rupa Indonesia (ASRI) dan pengaruh budaya Yogyakarta. Kurikulum dan lingkungan belajarnya dirancang untuk mencetak profesional kreatif seperti *art director*, animator, dan desainer visual yang kompetitif secara global namun tetap berakar pada nilai lokal. Tuntutan profesionalisme dan ekosistem kreatif inilah yang membentuk karakteristik kebutuhan mahasiswa DKV ISI Yogyakarta menjadi sangat spesifik, baik dari segi peralatan penunjang kuliah maupun gaya hidup visual yang mereka jalani.

G. Metode Perancangan

Perancangan ini berlandaskan metode *Design Thinking* dari *Tim Brown* yang berfokus pada kebutuhan, keinginan, dan keterbatasan pengguna akhir dalam setiap tahap proses desain melalui solusi yang efektif, bermanfaat, dan sesuai dengan pengalaman pengguna (*Brown, T. 2009*). Dengan data yang dibutuhkan pada teori ini berbasis empati mendalam dengan pengguna dalam hal ini mahasiswa DKV ISI Yogyakarta. Dalam perancangan ini, *Design Thinking* didefinisikan sebagai kerangka kerja yang digunakan untuk memandu seluruh proses kreatif, mulai dari identifikasi masalah hingga eksekusi akhir. Tahap *Empathize* diwujudkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam dengan mahasiswa DKV ISI Yogyakarta. Hasilnya kemudian didefinisikan pada tahap *Define* untuk merumuskan akar permasalahan secara akurat. Tahapan *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* akan diaplikasikan dalam proses pengembangan konsep, penulisan naskah, pembuatan storyboard, hingga produksi *motion graphic* untuk target audiens.

H. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan bersifat campuran *mixed methods*, menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mengenai permasalahan finansial mahasiswa DKV ISI Yogyakarta, selanjutnya di analisis dengan metode 5W+1H yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Metode kuantitatif dilakukan melalui penyebaran survei kuesioner menggunakan *Google Form*. Survei ini bertujuan untuk menjaring data dalam skala yang lebih luas mengenai perilaku, masalah, dan kebiasaan finansial mahasiswa. Kuesioner berhasil mengumpulkan 56 responden dari target audiens. Data kuantitatif ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi masalah utama.
2. Metode kualitatif untuk memperdalam temuan dari survei, melalui wawancara semi-terstruktur dengan beberapa responden terpilih, dan pertanyaan essay dari kuesioner. Tujuan metode kualitatif adalah untuk menggali lebih dalam aspek “mengapa” di balik data kuantitatif, seperti memahami motivasi, alasan di balik sikap reaktif, serta cerita personal terkait pengalaman mereka dalam mengelola keuangan.
3. Setelah seluruh data terkumpul, proses analisis dilakukan menggunakan kerangka kerja 5W+1H (*What, Who, Where, When, Why, How*). Metode ini dipilih karena kesederhanaannya yang efektif.

I. SKEMATIK PERANCANGAN

