

## BAB V KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh tahapan perancangan yang telah dilakukan, mulai dari identifikasi masalah, analisis data, pengembangan konsep, hingga produksi animasi, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Penyelesaian Masalah Melalui Perubahan *Mindset* Perancangan ini hadir sebagai respon terhadap akar permasalahan finansial mahasiswa DKV ISI Yogyakarta, yaitu sikap "menyeyepekan" anggaran yang memicu perilaku belanja impulsif dan ketidaksiapan menghadapi pengeluaran tak terduga. Edukasi finansial yang dirancang tidak hanya berfokus pada teknis hitungan angka, melainkan pada pembentukan "*Mindset Budgeting*" untuk mengubah pola pikir mahasiswa dari yang semula reaktif (menunggu masalah datang) menjadi proaktif (merencanakan sejak awal).
2. Relevansi Materi dengan Psikologi Audiens Analisis menggunakan Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow berhasil memetakan perilaku mahasiswa yang cenderung "terbalik" dalam prioritas, yakni mendahulukan *Esteem Needs (self-reward)* sebelum terpenuhinya *Safety Needs* (dana darurat). Oleh karena itu, materi animasi difokuskan untuk meluruskan prioritas tersebut menggunakan metode praktis "Sistem 3 Rekening" (*Living, Saving, Playing*) yang diadaptasi dari literatur Prita Ghozie. Pendekatan ini memberikan solusi jalan tengah yang realistis: mahasiswa tetap boleh menikmati gaya hidup (*Playing*), asalkan kebutuhan pokok dan tabungan telah diamankan terlebih dahulu.
3. Efektivitas Media *Motion Graphic* untuk Generasi Z Pemilihan media utama berupa Animasi *Motion Graphic* dengan format vertikal (9:16) untuk Instagram Reels terbukti merupakan strategi yang tepat untuk menjangkau target audiens Generasi Z yang memiliki rentang perhatian singkat dan preferensi visual yang kuat. Penggunaan gaya visual *Semi-Realistis* dengan palet warna *vibrant* serta pendekatan *storytelling* melalui karakter fiksi "Saku-verse" (Cefi, Mr. Must, Mr. Wise, Miss Hepi) berhasil

menyederhanakan topik finansial yang kaku menjadi konten yang ringan, menghibur (*entertaining*), dan *relatable* tanpa terkesan menggurui.

4. Sinergi Visual dan Audio dalam Penyampaian Pesan Proses produksi membuktikan bahwa integrasi antara elemen visual yang dinamis (prinsip *snappy & bouncy*) dengan desain suara (*sound effect* bergaya *meme* dan *glitch*) sangat krusial untuk menjaga atensi audiens. Metafora visual seperti "The Rat Race" dan personifikasi dompet membantu audiens memvisualisasikan konsep abstrak keuangan menjadi sesuatu yang konkret dan mudah dipahami.

Secara keseluruhan, perancangan ini menyimpulkan bahwa edukasi finansial bagi mahasiswa seni tidak bisa dilakukan dengan metode konvensional yang kaku. Diperlukan pendekatan kreatif yang menyentuh aspek psikologis, gaya hidup, dan kebiasaan konsumsi media mereka agar pesan tentang pentingnya pengelolaan keuangan dapat diterima dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

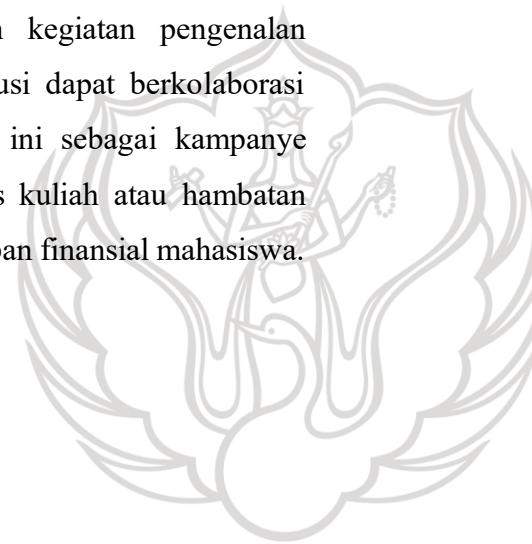
## B. Saran

Berdasarkan proses perancangan dan hasil akhir animasi motion graphic ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan lebih lanjut, baik bagi perancang selanjutnya, target audiens, maupun institusi terkait:

1. Saran bagi Target Audiens (Mahasiswa) Diharapkan mahasiswa tidak hanya berhenti pada tahap "mengetahui" teori finansial setelah menonton animasi ini, tetapi mulai mempraktikkan metode "Sistem 3 Rekening" (*Living, Saving, Playing*) secara konsisten. Mahasiswa disarankan untuk mulai memanfaatkan fitur "kantong" atau "saku" pada aplikasi bank digital mereka untuk memisahkan pos pengeluaran agar tidak tercampur, sehingga dapat meminimalisir risiko pengeluaran tak terduga yang menjadi masalah utama.
2. Saran bagi Perancang Selanjutnya Mengingat perancangan ini dibatasi hanya pada topik dasar "Mindset Budgeting" dan tidak membahas instrumen investasi tingkat lanjut, disarankan bagi perancang atau peneliti selanjutnya untuk mengembangkan media edukasi lanjutan. Materi dapat

diperluas ke tahap *growing money* seperti pengenalan reksa dana, saham, atau instrumen investasi lainnya yang relevan bagi mahasiswa yang sudah memiliki fondasi *budgeting* yang kuat.

3. Saran bagi Pengembangan Media Perancangan ini berfokus pada media sosial Instagram Reels dengan format vertikal. Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan untuk melakukan ekspansi format ke platform berbasis video pendek lainnya yang populer di kalangan Gen Z, seperti TikTok atau YouTube Shorts, guna memperluas jangkauan audiens. Selain itu, pengembangan media interaktif seperti aplikasi pencatat keuangan gamifikasi (*game-based learning*) bisa menjadi alternatif solusi untuk meningkatkan *engagement* pengguna.
4. Saran bagi Institusi Pendidikan Karya perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu materi pendukung dalam kegiatan pengenalan kehidupan kampus bagi mahasiswa baru. Institusi dapat berkolaborasi dengan perancang untuk menayangkan konten ini sebagai kampanye literasi finansial, guna mencegah masalah putus kuliah atau hambatan akademik yang disebabkan oleh faktor ketidaksiapan finansial mahasiswa.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Pustaka/Buku/Jurnal:

- Adi Putra, W. M., & Prastowo, D. (2020). Perancangan media informasi perencanaan keuangan untuk mahasiswa melalui motion graphic. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 19(1), 20–28.
- Astuti, R. D., & Angelina, L. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 3(1), 81–89.
- Agmallia, R., dkk. (2022). Literasi keuangan mahasiswa: Pengaruh faktor gaya hidup, pembelajaran dan pendidikan keuangan. *SINTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 1(1).
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Collins Publishers.
- Djibran, S. U., Ekaningtyas, D., & Nahumury, J. (2024). Determinan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa dengan self-efficacy sebagai variabel moderasi. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 2(1).
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 11(1).
- Ghozic, P. H. (2013). *Make It Happen! Buku Pintar Rencana Keuangan untuk Wujudkan Mimpi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hijriyani, Y. S., & Machali, I. (2017). Pembelajaran holistik integratif anak usia dini dengan pendekatan Cashflow Quadrant. *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, 3(2), 120–136.
- Hidayat, D. R., & Wibawa, A. P. (2020). Pembelajaran mandiri (*self-directed learning*) generasi Z melalui media sosial: Studi kasus penggunaan Youtube dan Instagram. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 22(3), 188–198.
- Kartini, T. (2022). Literasi keuangan (financial literacy) mahasiswa indekos calon pendidik ekonomi. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 154–164.
- Krasner, J. (2013). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics* (3rd ed.). Burlington, MA: Focal Press.

- Kusrianto, A. (2019). *Teori Warna dan Penerapannya dalam Desain Grafis*.
- Kiyosaki, R. T., & Lechter, S. L. (2016). *Rich Dad Poor Dad: Apa yang Diajarkan Orang Kaya pada Anak-anak Mereka tentang Uang - yang Tidak Diajarkan oleh Orang Miskin dan Kelas Menengah!* (J. A. K., Penerjemah). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krasner, J. (2013). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics* (3rd ed.). Burlington, MA: Focal Press. Google Books.
- Lestari, S. P. (2023). Fenomena *Vertical Video Syndrome* dalam produksi konten kreatif di era digital. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*, 4(1).
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa S-1 fakultas ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 76–85.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia Learning* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press. Google Books
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia Learning* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Natalia, D. E., Murni, S., & Untu, V. N. (2019). Analisis tingkat literasi dan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 7(2), 2131–2140.
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh gaya hidup hedonis dan kecerdasan emosional terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Semarak*, 1(2), 89–99.
- Pramudita, B. A., & Anesty, A. (2022). Perancangan konten media sosial Instagram sebagai media promosi dengan format video vertikal. *e-Proceeding of Art & Design*, 9(2).
- Rahayu, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 73–87.

- Sari, R. P. (2019). Literasi keuangan dan keberlangsungan usaha pelaku ekonomi kreatif subsektor kriya. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 121–130.\
- Sari, W. S., & Wibowo, A. A. (2019). Perancangan video motion graphic sebagai media promosi kesehatan. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14).
- Sapitri, D. A., & Puspita, V. A. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan individu pada mahasiswa S1. *Economics Professional in Action (E-Profit)*, 7(2), 173–184
- Safitri, D. (2021). Pengaruh warna cerah (vibrant) terhadap atensi audiens pada media sosial Instagram. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 21(1).
- Widayati, I. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi finansial mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 1(1), 89–99.
- Wardani, L. K., & Sitindjak, R. H. I. (2016). Strategi visual dalam desain buku edukasi finansial untuk remaja. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 1(1), 45–56.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11–26.

### Artikel/Situs Web:

- BibitTeam. (2025, 22 Maret). Yuk, Hitung Kebutuhan Dana Darurat Agar Kamu Lebih Siap! Diakses pada 28 April 2025 dari <https://blog.bibit.id/blog-1/yuk-hitung-kebutuhan-dana-darurat-agar-kamu-lebih-siap>
- Detikfinance. (2021, 7 Juli). *Pentingnya literasi keuangan bagi generasi muda*. Kemenkeu.go.id. Diakses pada 25 Mei 2025 dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5634795/anak-muda-ri-sulit-aturl-duit-apa-penyebabnya>
- Hokibank. (2025, 7 Juli). *5 Kesalahan finansial umum yang sering dilakukan anak muda..* Diakses pada 19 Agustus 2025 dari <https://www.hokibank.co.id/5-kesalahan-finansial-umum-yang-sering-dilakukan-anak-muda/>
- Institut Seni Indonesia Yogyakarta. (n.d.). *Profil Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual*. Diakses pada 20 Maret 2025 dari <https://isi.ac.id/profil/fakultas-seni-rupa/desain-komunikasi-visual/>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*. Diakses pada 20 September 2025 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (n.d.). *Desain Komunikasi Visual: Subsektor ekonomi kreatif*. Kemenparekraf.go.id. Diakses pada 16 Agustus 2025 dari <https://kemenparekraf.go.id/layanan/subsektor-ekonomi-kreatif/desain-komunikasi-visual>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024*. Diakses pada 22 September 2025 dari [OJK.go.id](https://ojk.go.id).