

**JURNAL TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN MOTION GRAPHIC**

**SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI**

**SEBAGAI PENDUKUNG**

**GERAKAN NASIONAL NON TUNAI**



**KARYA DESAIN**

oleh:

**Andrean Riska Putra**

**NIM: 1112134024**

**PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2018**

## PENGESAHAN

Jurnal untuk Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI SEBAGAI PENDUKUNG GERAKAN NASIONAL NON TUNAI** oleh Andrian Riska Putra, NIM 111 2134 024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disahkan oleh Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual pada 10 Agustus 2018.

**Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual**



Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.  
NIP. 19720909 200812 1001



## ABSTRAK

### PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI SEBAGAI PENDUKUNG GERAKAN NASIONAL NON TUNAI

Oleh: Andrean Riska Putra

Transaksi non tunai kini terus bertumbuh di masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi keuangan, internet, maupun ponsel pintar memungkinkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa dibatasi lokasi dan waktu. Meski bertumbuh, penggunaan transaksi non tunai di masyarakat Indonesia masih rendah. Sementara pemerintah memiliki target untuk membawa Indonesia menjadi raksasa ekonomi digital di ASEAN pada waktu dekat. Untuk itu, masyarakat perlu ditingkatkan pemahamannya terhadap produk-produk keuangan agar memahami keuntungan, kelemahan, maupun risiko, dan peluang terjadinya transaksi non tunai.

Perancangan *motion graphic* ini bertujuan untuk menjabarkan seluk beluk sistem pembayaran non tunai dari pengenalan instrumen pembayaran, keuntungan, tantangan, peluang, hingga upaya-upaya yang sudah dilakukan *stakeholder* terkait untuk menggencarkan transaksi non tunai. Karya perancangan *motion graphic* dengan pendekatan *explainer video* ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada *target audience* dengan efektif dan menghibur.

Kata Kunci: Non tunai, sistem pembayaran, transaksi, *motion graphic*, *explainer video*.

## ***ABSTRACT***

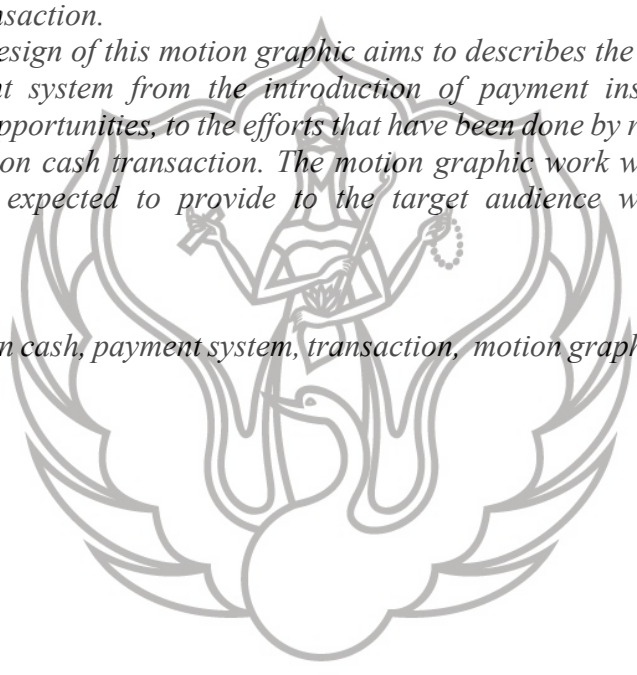
### ***MOTION GRAPHIC DESIGN OF NON CASH PAYMENT SYSTEM AS SUPPORT OF NON CASH NATIONAL MOVEMENT***

*By: Andrian Riska Putra*

*Non cash transaction are now increasingly growing in Indonesian society. The advancement of financial technology, internet, and smartphone allow people to transact without being limited by location and time. Although it's growing, the use of non cash in Indonesia society is still low. While the government has a target to bring Indonesia into digital economic giant in ASEAN in the near future. Therefore the public needs to improve their understanding of financial products in order to understand the advantages, weaknesses, risks, and the opportunities for non cash transaction.*

*The design of this motion graphic aims to describes the ins and outs of non cash payment system from the introduction of payment instruments, benefits, challenges, opportunities, to the efforts that have been done by related stakeholders to intensify non cash transaction. The motion graphic work with explainer video approach is expected to provide to the target audience with efficiency, and entertaining.*

*Keyword: Non cash, payment system, transaction, motion graphic, explainer video.*



## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada akhir Agustus 2017, gangguan pada satelit Telkom-1 milik PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) membuat ribuan anjungan tunai mandiri di Indonesia tidak bisa digunakan. Tak ayal, masyarakat Indonesia yang membutuhkan uang tunai untuk beragam keperluannya dibuat kebingungan mencari ATM yang masih berfungsi. Bank-bank yang terkena dampak gangguan satelit Telkom-1 berusaha memulihkan jaringan ATM dengan mengalihkannya ke satelit lain, menggunakan sambungan tetap (*fixed line*), ataupun serat optik.

Peristiwa di atas merupakan salah satu contoh, dimana masyarakat Indonesia masih bergantung pada uang tunai. Dibandingkan negara-negara ASEAN, Indonesia memiliki transaksi ritel dengan uang tunai tertinggi sebesar 99,4%. Malaysia dengan presentase 92,3%, dan Singapura tertinggi di ASEAN dengan 55,5% transaksi menggunakan non tunai.

Bila dicermati, sistem pembayaran non tunai memiliki berbagai manfaat. Pertama, pembayaran non tunai memiliki kepraktisan dan keamanan yang lebih baik dibandingkan dengan uang tunai. Kedua, meningkatkan akses masyarakat dalam sistem pembayaran. Ketiga, meningkatnya transparansi keuangan. Keempat, meningkatnya efisiensi pengelolaan sistem pembayaran, utamanya adalah penurunan biaya pencetakan, pendistribusian, dan pengelolaan uang tunai. Kelima, meningkatkan sirkulasi uang dalam perekonomian atau *velocity of money*, yang berujung pada meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Keenam, pembayaran non tunai dapat memberikan informasi untuk perencanaan kebijakan ekonomi yang lebih akurat

Selain manfaat tersebut, sistem pembayaran non tunai juga menghadapi beragam tantangan. Seperti belum meratanya infrastruktur, dan rendahnya sumber daya manusia masyarakat. Selain itu, Indonesia bisa disebut masih sebagai *cash society*, dimana memegang uang adalah kebiasaan bila tidak ingin disebut sebagai budaya.

Bank Indonesia, sebagai regulator sistem pembayaran di Indonesia mencanangkan kampanye pembayaran non tunai pada 2014, dengan tajuk Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Dengan mengadakan berbagai seminar dan *roadshow* ke berbagai kota di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia yang saat ini masih dalam kisaran 29,66 % berdasarkan survei OJK. Sementara, untuk membentuk masyarakat yang *cashless*, harus didukung dengan mayoritas masyarakatnya memahami apa itu transaksi non tunai.

Internet sebagai infrastruktur utama dalam pembangunan sistem pembayaran non tunai sudah melakukan penetrasi yang cukup tinggi di Indonesia. Dengan banyaknya masyarakat terhubung dengan jaringan internet, baik melalui ponsel maupun komputer, potensi untuk melakukan transaksi non tunai sangatlah besar. Berdasarkan data Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, internet sudah dirasakan 132,7 juta penduduk Indonesia. Menurut perangkat yang digunakan 63,1 juta menggunakan perangkat *mobile* saja, dan 67,2 juta menggunakan baik perangkat *mobile* dan komputer.



Maka dengan besarnya pengguna internet di Indonesia, dan sejalan dengan sifat pembayaran non tunai yang digital, mengedukasi masyarakat melalui internet utamanya dengan media sosial adalah cara yang efektif. Namun, dengan padatnya informasi yang lalu lalang di media sosial, hanya menaruh konten tulisan seadanya untuk mengajak masyarakat tidak akan menarik masyarakat, atau *netizen* untuk menyebut pengguna internet. Maka diperlukan strategi komunikasi visual yang baik untuk menentukan konten yang baik dan memberikan *experience* yang berbeda dari konten lainnya agar menarik perhatian *netizen*.

Salah satu media yang mampu memuat banyak informasi namun dapat dirancang menarik adalah *motion graphic*. *Motion graphic* yang berupa konten audio visual dapat dinikmati berbagai kalangan. Karena sifatnya yang audio visual, penyampaian informasinya melalui dua saluran penginderaan manusia, yaitu penglihatan, dan pendengaran. Dengan dua saluran ini, konten *motion graphics* dapat lebih mudah dicerna informasinya, dan dinikmati pemirsanya dengan lebih rileks. Dan dengan internet yang kini berangsur-angsur meningkat kecepatannya, media sosial sebagai saluran penyampaian pesan menjadi semakin visual. Konten yang diakses bisa lebih besar dan lebih baik kualitasnya. Maka penyampaian informasi menggunakan *motion graphic* menjadi lebih mudah dan efektif.

Dari latar belakang di atas, maka diperlukan sebuah kampanye yang mampu memberi edukasi kepada masyarakat tentang seluk beluk sistem pembayaran non tunai beserta manfaatnya. Konten yang dirancang menggunakan media utama *motion graphic* melalui media sosial. Konten juga dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan strategi komunikasi visual yang cocok, sehingga menarik untuk dibaca oleh masyarakat dan ujungnya mampu mendorong masyarakat untuk beralih lebih menggunakan sistem pembayaran non tunai.

**B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang video *motion graphic* tentang sistem pembayaran non tunai yang menarik sekaligus informatif?

**C. Tujuan Perancangan**

Memperkenalkan seluk beluk sistem pembayaran non tunai kepada masyarakat umum, baik keunggulan, tantangan, maupun peluang untuk memanfaatkan layanan pembayaran non tunai.

Menghasilkan perancangan komunikasi visual yang menarik dan informatif yang sesuai dengan *target audience*.

**D. Batas Lingkup Perancangan**

Penelitian dilakukan dengan mencari data yang dibutuhkan mengenai sistem pembayaran non tunai baik melalui sumber pustaka baik dari buku, internet, dan lain sebagainya. Sementara, karena tema perancangan ini bersifat sangat umum, dan penyebaran konten utamanya dilakukan menggunakan media internet, maka implementasinya menjadi untuk seluruh wilayah Indonesia.

## E. Metode Pengumpulan Data

### 1. Data yang Dibutuhkan

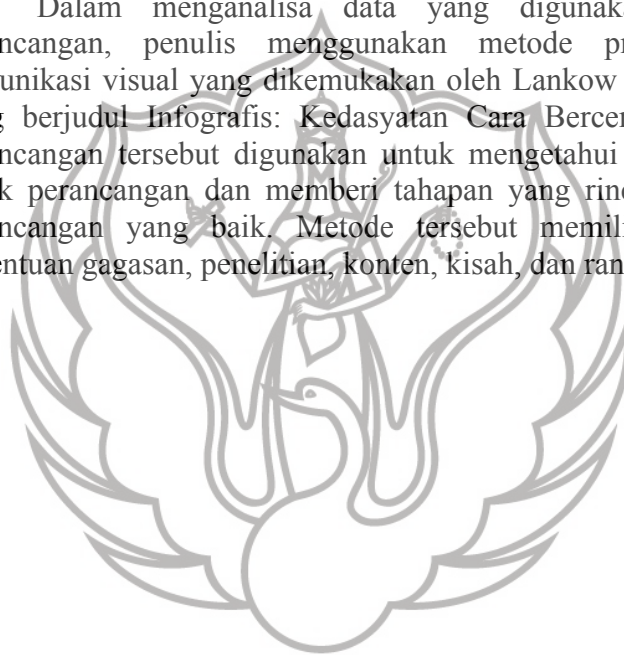
- a. Data mengenai sistem pembayaran non tunai diambil dari sumber pustaka, seperti buku, maupun internet, seperti *website* resmi Bank Indonesia.
- b. Data terkait teori-teori komunikasi visual, *motion graphic*, animasi, baik dari buku maupun internet sebagai pendukung perancangan.

### c. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperlukan untuk memperoleh informasi seakurat mungkin sebagai bahan informasi dalam merancang konten nantinya. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh sumber literatur utama mengenai sistem pembayaran non tunai. Dan apabila diperlukan, dilakukan wawancara untuk memperoleh informasi yang akurat dari ahli yang berkompeten.

### d. Metode Perancangan dan Analisis Data

Dalam menganalisa data yang digunakan sebagai bahan perancangan, penulis menggunakan metode prinsip perancangan komunikasi visual yang dikemukakan oleh Lankow dkk dalam bukunya yang berjudul *Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Metode perancangan tersebut digunakan untuk mengetahui maksud dan tujuan objek perancangan dan memberi tahapan yang rinci untuk melakukan perancangan yang baik. Metode tersebut memiliki tahapan berupa penentuan gagasan, penelitian, konten, kisah, dan rancangan.



## PEMBAHASAN

### A. Sistem Pembayaran Non Tunai

Pembayaran non tunai pada dasarnya adalah kebalikan dari pembayaran tunai yang instrumen pembayarannya adalah uang kartal. Instrumen pembayaran non tunai dapat dibagi menjadi 6 jenis. Instrumen berbasis warkat, pemindahan dana, pendebitan langsung, instrumen berbasis kartu, instrumen melalui kantor pos, dan instrumen berbasis internet atau telepon.

Instrumen berbasis warkat atau kertas dapat berupa cek, bilyet giro, nota debit, nota kredit, wesel bank untuk transfer, dan surat bukti penerimaan transfer. Pemindahan dana adalah layanan memindahkan dana nasabah secara elektronik oleh bank contohnya adalah transfer antar bank. Pendebitan langsung adalah pembayaran dengan melakukan pembebanan rekening nasabah bank pada waktu yang sudah ditetapkan atau jatuh tempo, seperti pembayaran listrik, telepon, maupun asuransi. Instrumen berbasis kartu seperti kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit. Instrumen melalui kantor pos berupa giro dan pos wesel. Instrumen berbasis internet atau telepon seperti layanan *internet banking*, *sms banking*, dan *mobile banking*. (Subari dan Ascarya, 2003: 38-44)

### B. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)

Gerakan Nasional Non Tunai atau yang disingkat GNNT adalah kampanye yang dicanangkan oleh Bank Indonesia dimulai pada tahun 2014 untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan instrumen pembayaran non tunai. Sehingga berangsur-angsur akan terbentuk sebuah *less cash society*, utamanya dalam transaksi ekonomi masyarakat.

Bank Indonesia melakukan beragam upaya untuk mewujudkan Gerakan Nasional Non Tunai. Upaya tersebut terdiri dari:

- Peningkatan instrumen dan infrastruktur pembayaran, berupa standarisasi instrumen dan infrastruktur, meningkatkan interkoneksi prinsipal ATM/Debit, dan mewajibkan peningkatan sistem keamanan pengguna dengan chip, PIN, dan lain sebagainya.
- Menguatkan kelembagaan, dengan koordinasi antar regulator. Dan mendorong peran aktif Organisasi Regulator Mandiri (*SRO/Self Regulatory Organisation*) seperti BEI dalam pengembangan sistem pembayaran.
- Membuat mekanisme berupa *guideline* proses bisnis dan model bisnis proses transaksi, dan *guideline* mekanisme kliring dan *settlement*.
- Melakukan implementasi sistem pembayaran non tunai dengan penerapan *e-ticketing* pada transportasi umum di Indonesia, seperti TransJakarta, kereta Commuter Line, kereta bandara Kuala Namu. Juga diterapkan penggunaan sistem pembayaran non tunai untuk layanan Tenaga Kerja Indonesia (TKI).



Adapun rencana yang akan dilakukan oleh Bank Indonesia untuk menggalakkan GNNT seperti:

- Mendorong kartu-kartu dari berbagai penerbit dapat diterima atau dibaca oleh penerbit lain
- Mengembangkan standar sistem pembayaran
- Berkoordinasi dengan pemerintah untuk menyediakan sarana pendukung
- Menggencarkan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat luas melalui media cetak dan elektronik

### C. Motion Graphic dan Explainer Video

Ian Crook dan Peter Beare dalam bukunya yang berjudul *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up* mendefinisikan motion graphic sebagai sebuah koreografi dari elemen grafis melintasi waktu untuk menyampaikan informasi. Secara sederhana, *motion graphic* dapat meliputi dari gerakan, rotasi, ataupun penskalaan dari gambar, video, dan teks dalam periode waktu pada sebuah layar, dan biasanya diiringi musik ataupun suara narator.

*Explainer video* menurut Jake Kilroy dari Column Five, adalah video pendek informatif yang menjelaskan sebuah perusahaan, produk, jasa, ataupun konsep. Sementara Jessica Mraz dari Yum Yum Videos menjelaskan *explainer video* adalah video animasi pendek yang fokus pada menjelaskan sebuah ide bisnis dalam bentuk sederhana, menarik, dan meyakinkan, dengan menggunakan bahasa yang jelas dan ringkas, seperti visual yang menarik agar cepat mendapatkan perhatian penonton. *Explainer video* seringkali dibuat dalam bentuk *motion graphic* karena format tersebut memungkinkan desainer untuk memecahkan konsep abstrak, menunjukkan bagaimana sesuatu bekerja, menyajikan data, ataupun menggambarkan dunia yang mungkin sulit apabila ditampilkan dalam bentuk nyata atau *live-action*.

### D. Analisa Data

Untuk melakukan perancangan *motion graphic* ini, dilakukan analisa data menggunakan metode prinsip perancangan komunikasi visual yang dikemukakan oleh Joseph Lankow dkk dalam buku *Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Metode tersebut terdiri dari gagasan, penelitian, konten, kisah, dan rancangan.

#### 1. Gagasan

Gagasan utama dari perancangan *motion graphic* pembayaran non tunai ini adalah menyampaikan informasi mengenai seluk beluk sistem pembayaran non tunai, yang diharapkan membuat masyarakat lebih memahami dan menyadari akan perkembangan ekonomi digital. Kemudian dilakukan analisis lebih rinci menggunakan metode 5W 1H.

##### a. *What?* (Apa yang diangkat dari perancangan ini?)

Karya perancangan yang dibuat berupa *motion graphic* sistem pembayaran non tunai ini mengangkat seluk beluk mengapa pembayaran non tunai menjadi cara bertransaksi masa depan, keuntungan yang dapat dinikmati dari bertransaksi non tunai, hambatan dan tantangan yang dihadapi untuk diterima masyarakat, upaya pihak-pihak terkait dalam menggalakkan pembayaran non

tunai, dan peluang terjadinya transaksi non tunai yang berkorelasi dengan perkembangan teknologi masyarakat seperti internet dan telepon seluler.

- b. *Who?* (Siapa target audience dari perancangan motion graphic pembayaran non tunai?)

Perancangan ini ditujukan utamanya untuk masyarakat Indonesia berusia 19-34 tahun sebagai komposisi terbesar pengguna layanan internet di Indonesia. *Target audience* dipilih berdasarkan survei dari APJII pada tahun 2017 adalah kelompok usia terbesar yang memiliki akses terhadap internet. Pemilihan target audience dengan rentang usia tersebut karena dianggap melek akan perkembangan teknologi, aktif menggunakan layanan internet seperti media sosial, dan memiliki kebutuhan untuk bertransaksi non tunai.

- c. *Where?* (Dimana perancangan ini dipublikasikan?)

Perancangan ini utamanya akan dipublikasikan melalui layanan internet seperti media sosial berupa Instagram, Facebook, dan Twitter, serta layanan berbagi video Youtube.

- d. *When?* (Kapan perancangan ini dipublikasikan?)

Karena perancangan ini dipublikasikan melalui layanan internet, maka karya perancangan ini dapat diakses kapan saja melalui perangkat komputer maupun telepon seluler yang digunakan masyarakat. Publikasi *motion graphic* ini dilakukan pada Juli 2018.

- e. *Why?* (Mengapa perancangan komunikasi visual untuk pembayaran non tunai penting untuk dilakukan?)

Perancangan ini dilakukan karena melihat tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih terbilang rendah, terlebih pada keuangan digital. Sementara potensi dari sistem pembayaran non tunai sangat besar untuk meningkatkan arus perekonomian masyarakat.

- f. *How?* (Bagaimana cara memperkenalkan sistem pembayaran non tunai tepat sesuai dengan tujuan perancangan dan target audience?)

Penyajian karya perancangan ini berupa *motion graphic* dalam bentuk *explainer video* yang dapat dinikmati melalui layanan media sosial dan layanan berbagi video.

## 2. Penelitian

Penelitian pada perancangan ini dilakukan dengan mencari data-data mengenai sistem pembayaran non tunai dan perkembangannya saat ini di Indonesia. Sumber data diambil dari buku, baik itu buku fisik maupun elektronik (e-book), serta pencarian data yang relevan melalui internet. Data visual dari obyek-obyek yang akan ditampilkan dalam motion graphic diperoleh melalui dokumentasi pribadi apabila konten tersebut mudah didapatkan, dan dengan pencarian di internet jika konten tersebut sulit didapatkan penulis.

## 3. Konten

Konten yang dimaksud adalah obyek-obyek visual maupun data yang akan ditampilkan dalam perancangan ini. Perancangan ini akan memuat konten foto maupun ilustrasi dari alat-alat dan mekanisme pembayaran non tunai, dan juga yang tunai. Selanjutnya juga ditampilkan konten mengenai perkembangan penggunaan cara bertransaksi non tunai

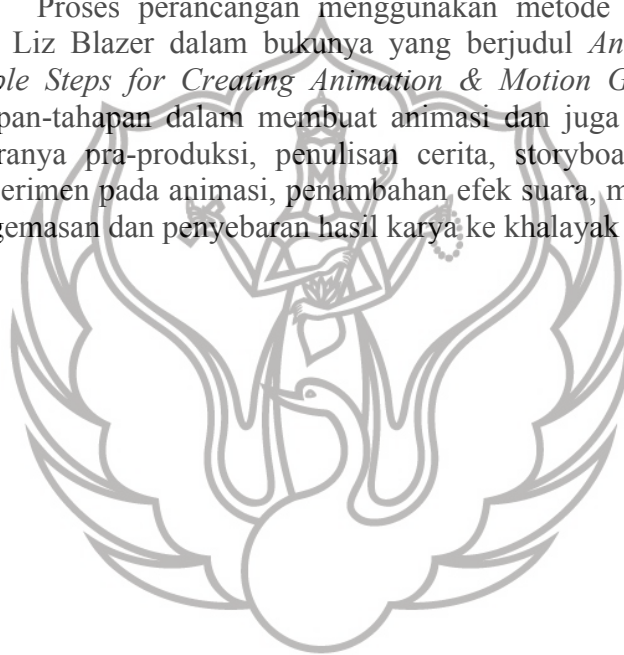
di masyarakat serta kendala-kendalanya. Juga divisualisasikan mengenai upaya-upaya pihak-pihak terkait untuk mengencarkan cara bertransaksi non tunai seperti GNNT. Kemudian ditampilkan konten mengenai masa depan sistem pembayaran non tunai yang berkorelasi dengan perkembangan teknologi internet dan telepon seluler.

4. Kisah

Dalam perancangan *motion graphic* sistem pembayaran non tunai akan dikisahkan secara runtut, dan terstruktur menggunakan alur cerita tiga babak. Alur ini membagi sebuah perancangan sebuah cerita dengan pengenalan pada sebuah masalah, perjalanan untuk mengatasi masalah tersebut, hingga muncul solusi akhir yang menutup cerita. Diharapkan dengan alur bercerita ini, perancangan yang dibuat menjadi menarik bagi *audience*, sehingga mudah memahami maksud dari pesan yang disampaikan.

5. Rancangan

Proses perancangan menggunakan metode pembuatan animasi oleh Liz Blazer dalam bukunya yang berjudul *Animated Storytelling: Simple Steps for Creating Animation & Motion Graphics*. Dijelaskan tahapan-tahapan dalam membuat animasi dan juga *motion graphics* di antaranya pra-produksi, penulisan cerita, storyboarding, studi warna, eksperimen pada animasi, penambahan efek suara, menganimasikan, dan pengemasan dan penyebaran hasil karya ke khalayak umum.



## HASIL PENELITIAN

### A. Pembahasan

#### 1. Konsep Komunikasi

##### a. Tujuan Komunikasi

Perancangan *motion graphic* ini bertujuan untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai seluk beluk sistem pembayaran non tunai yang menjadi cara bertransaksi masa depan.

##### b. Strategi Komunikasi

Untuk menyampaikan pesan dari perancangan motion graphic ini secara efektif kepada target audience maka diperlukan strategi komunikasi menggunakan audio/verbal dan visual. Pesan verbal ini dilakukan untuk memberikan informasi kepada *target audience* melalui indra pendengaran. Sementara pesan visual memberikan rangkaian pesan menggunakan elemen elemen grafis yang dinikmati oleh indra penglihatan. Dengan membagi informasi menjadi dua yaitu visual dan verbal, maka diharapkan *target audience* akan lebih mudah menerima dan memproses informasi yang diberikan.

#### 2. Konsep Media

##### a. Target Audience

###### 1) Demografis dan Geografis

Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 19-34 tahun

Geografis : Indonesia

###### 2) Psikografis dan Behaviouristik

Melek perkembangan teknologi, dan menikmati layanan internet, seperti media sosial.

###### 3) *Secondary Target Audience*

Masyarakat Indonesia secara umum yang memiliki ketertarikan dan rasa akan kebutuhan dari penggunaan sistem pembayaran non tunai.

##### b. Tujuan Media

Penggunaan *motion graphic* untuk perancangan ini karena media ini menjadi alat komunikasi yang efektif untuk penyampaian pesan kepada *target audience*. Dengan penyampaian pesan melalui visual dan suara, maka pemirsa akan mampu menerima dan mencerna pesan yang disampaikan lebih mudah. Publikasi dilakukan dengan menggunakan internet melalui media sosial dan layanan berbagi video akan memberikan peluang besar pada hasil perancangan ini untuk diterima dan disaksikan oleh masyarakat.

c. Strategi Media

Sebagai wahana penyebaran hasil perancangan *motion graphic*, format media disesuaikan sedemikian rupa demi efektivitas, efisiensi, dan ketepatan penyampaian pesan kepada *audience*. Media yang digunakan dapat dipisahkan menjadi dua kategori, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama menggunakan video *motion graphic*. Media pendukung menggunakan poster infografis, Instagram stories, pin, stiker, dan kartu elektronik.

3. Konsep Kreatif

a. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan ini adalah mengolah informasi dan mengemasnya dalam bentuk *motion graphic* yang menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada *audience* mengenai seluk beluk pembayaran non tunai sebagai cara bertransaksi masa depan. Dengan literasi keuangan digital masyarakat yang tinggi, diharapkan akan meningkat rasa kebutuhan akan memiliki alat ataupun menikmati cara bertransaksi non tunai.

b. Strategi Kreatif

Sebagai sarana pendukung Gerakan Nasional Non Tunai, perancangan ini memerlukan *tagline* yang singkat, padat, dan lugas untuk menyampaikan pesan yang diinginkan. Untuk itu *tagline* dari *motion graphic* ini adalah “Ayo Non Tunai”.

Selanjutnya konten visual yang dirancang memerlukan elemen daya pikat, komprehensif, dan retensi untuk menyampaikan pesan kepada *target audience*. Untuk itu perancangan menggunakan penulisan skenario struktur tiga babak (*three-act structure*) yang dijelaskan Liz Blazer. Dalam perancangan ini struktur tiga babak dibagi menjadi pengenalan masalah, pengembangan atau aksi untuk menemukan solusi, dan penyelesaian mencapai solusi yang diinginkan.

c. Program Kreatif

Perancangan *motion graphic* sistem pembayaran non tunai ini akan diberi judul berupa “Non Tunai: Cara Bertransaksi Masa Depan?”. Judul ini dipilih berdasarkan penarikan garis besar dari pembahasan mengenai perkembangan sistem pembayaran dan teknologi ke depannya yang membuat transaksi non tunai menjadi lebih dibutuhkan. Judul dibuat dengan pertanyaan yang sederhana agar *audience* memiliki rasa ingin tahu dan mudah dipahami.



**B. Hasil Penelitian**  
1. Media Utama



Gambar 1 Tangkap layar media utama *motion graphic* “Non Tunai: Cara Bertransaksi Masa Depan”

2. Media Pendukung  
a. Instagram *Stories*



Gambar 2 Tangkap layar media pendukung Instagram *Stories*

b. Poster Infografis



Gambar 3 Desain media pendukung berupa poster infografis

c. Kartu Uang Elektronik



Gambar 4 Desain media pendukung berupa kartu uang elektronik

d. Pin



Gambar 5 Desain media pendukung berupa pin

e. Stiker



Gambar 6 Desain media pendukung berupa stiker

## KESIMPULAN

Transaksi non tunai pelan namun pasti akan terus bertumbuh seiring dengan makin kompleksnya kegiatan perekonomian masyarakat. Hal ini juga didukung dengan perkembangan teknologi internet maupun ponsel yang memudahkan orang-orang untuk bertransaksi dengan tidak dibatasi lokasi dan waktu. Perkembangan ini juga didukung oleh upaya *stakeholder* terkait dalam menggencarkan sistem pembayaran non tunai seperti kewajiban transaksi non tunai untuk jalan tol, dan angkutan publik, serta penggantian mekanisme pemberian bantuan sosial dari tunai menjadi non tunai.

Meski terus mengalami perkembangan, non tunai masih jauh di bawah transaksi tunai. Hal ini juga berkaitan dengan tingkat literasi keuangan masyarakat yang masih rendah. Tingkat literasi ini menjadi penting bagi masyarakat untuk memahami seluk beluk sebuah produk keuangan, baik dari keuntungan, kekurangan, maupun peluang dan risikonya.

Perancangan motion graphic sistem pembayaran non tunai ini menjadi salah satu dari sekian banyak solusi untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia. *Motion graphic* adalah cara penyampaian yang unik di tengah lautan konten visual lainnya. Dengan pendekatan *explainer video*, pembuatan visual dibuat menarik dan dilengkapi narasi, penyampaian informasi dapat diterima dan dicerna dengan mudah oleh pemirsanya melalui dua saluran penginderaan, yaitu penglihatan dan pendengaran. Penyampaian informasi melalui media *motion graphic* ini menjadi lebih mudah karena perkembangan teknologi internet dan ponsel yang kini mampu menyalurkan konten-konten yang lebih berat seperti foto, dan video. Bahkan penyampaian pesan melalui konten visual sudah menjadi dambaan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Bank Indonesia. *Pengantar Sistem Pembayaran*. Jakarta: Biro Pengembangan dan Kebijakan Sistem Pembayaran Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Bank Indonesia. diakses tanggal 10 Desember 2017, pukul 11:30 WIB
- Bank Indonesia. *Daftar Istilah Sistem Pembayaran Edisi 2016*. Jakarta: Departemen Kebijakan dan Pengawasan Sistem Pembayaran Bank Indonesia. diakses tanggal 5 Oktober 2017, pukul 21:30 WIB
- Blazer, Liz. 2015. *Animated Storytelling: Simple Steps for Creating Animation and Motion Graphics*. Berkeley: Peachpit Press.
- Crook, Ian, dan Peter Beare. 2015. *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up*. London: Bloomsbury Publishing
- Lankow, Jason dkk. 2002. *Infografis Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Diterjemahkan oleh: Alex Tri Kantjono Widodo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Subari, Sri Mulyati Tri dan Ascarya. 2003. *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia

### Koran :

- Indriastuti, Dewi. 2017. *Tunai Vs Nontunai - Sistem Pembayaran*. KOMPAS, 31 Agustus 2017

### Survei :

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018. *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2017*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.  
(<https://apjii.or.id/survei2017>, diakses pada 6 April 2018, pukul 11:22 WIB)
- Otoritas Jasa Keuangan. *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016*. Jakarta: Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan, Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Otoritas Jasa Keuangan.  
(<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DetailMateri/250>, diakses pada 6 April 2018, pukul 11:35 WIB)

### Tautan :

- Bank Indonesia Menganangkan Gerakan Nasional Non Tunai*  
([http://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp\\_165814.aspx](http://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx)  
diakses tanggal 10 September 2017, pukul 22:00 WIB)
- The Content Marketer's Guide to Brand Video*  
(<https://www.columnfivemedia.com/guide-to-video> diakses tanggal 10 Februari 2018, pukul 21:00 WIB)
- Transforming Payments through mPOS: Perspectives from Indonesia*  
(<http://www.cgap.org/blog/transforming-payments-through-mpos-perspectives-indonesia> diakses tanggal 2 Februari 2018, pukul 00:20 WIB)
- What is an Explainer Video?*  
(<http://go.yummyvideos.com/blog/what-is-an-explainer-video>, diakses tanggal 11 Mei 2018, pukul 10:20 WIB)