

Perancangan Video Animasi Eksplainer Tentang Pembelajaran Literasi Finansial untuk Milenial Usia 18-25 Tahun (Studi Kasus: Manajemen Arus Kas)

Ilham Sahrul Ramadhani¹ dan Baroto Tavip Indrojarwo²

¹Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

²Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: baroto@prodes.its.ac.id

Abstrak—Literasi finansial merupakan suatu hal yang seharusnya menjadi kebutuhan dasar tiap-tiap individu atau masyarakat dalam mengelola keuangan. Berdasarkan fakta di lapangan, banyak generasi muda tidak mempunyai literasi finansial yang baik. Untuk itulah dirancangnya sebuah video animasi eksplainer literasi finansial untuk milenial usia 18-25 Tahun dengan strategi dan media yang sesuai dengan preferensi audiens. Perancangan media edukasi interaktif ini disusun dengan beberapa metode. Data-data terkait dengan objek dan subjek penelitian didapatkan melalui studi literatur dan studi eksisting. Selain itu dilakukan juga pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Pesan utama akan disajikan dalam bentuk serial video animasi eksplainer yang akan diunggah ke Youtube dan Instagram, serta media pendukung lainnya seperti konten media sosial. Perancangan video animasi eksplainer tentang literasi finansial yang mengusung konsep “EaZY & Fund” diharapkan dapat mengajak target audiens agar mampu melakukan perencanaan keuangan secara lebih baik serta aware dengan isu keuangan. Dalam jangka panjang, perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat literasi finansial milenial Indonesia.

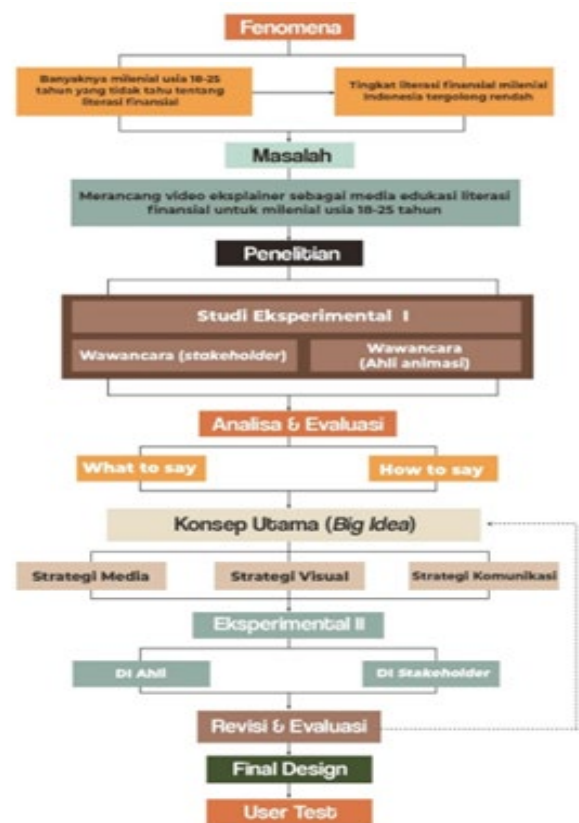
Kata Kunci—Literasi Finansial, Video Eksplainer, Milenial.

I. PENDAHULUAN

BERDASARKAN fakta yang terdapat di lapangan, literasi finansial milenial Indonesia masih tergolong rendah. Nidar & Besari (2012) menunjukkan Survey yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang melaporkan bahwa usia 18-25 tahun tingkat literasi 32,1%, sedangkan 26-35 tahun memiliki tingkat literasi 33,5%. Ukuran-ukuran di atas tentu masih jauh dari kategori baik (well literate) bila patokannya adalah rendah= <60%; menengah=60%-79%; dan tinggi= >80% jika responden dapat menjawab seluruh pertanyaan literasi keuangan yang diajukan dengan benar [1].

Bukti empiris rendahnya literasi keuangan pada kalangan milenial terjadi karena kurangnya edukasi *personal finance* di universitas [2]. Selain itu, kurangnya pendidikan literasi finansial karena tidak diajarkan sejak dini di Indonesia. Padahal milenial adalah salah satu komponen masyarakat yang jumlahnya cukup besar dan akan memberikan dampak yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian bangsa di masa depan.

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan solusi strategis dan kreatif untuk memberikan edukasi kepada milenial terkait dengan literasi finansial. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan “Perancangan Video Animasi



Gambar 1. Alur penelitian.

Eksplainer tentang Pembelajaran Literasi Finansial Untuk Milenial Usia 18-25 Tahun (Studi Kasus: Manajemen Arus Kas) ” .

A. Rumusan Masalah

“Bagaimana merancang video animasi eksplainer tentang pembelajaran literasi finansial untuk milenial usia 18-25 tahun dengan studi kasus manajemen arus kas?”.

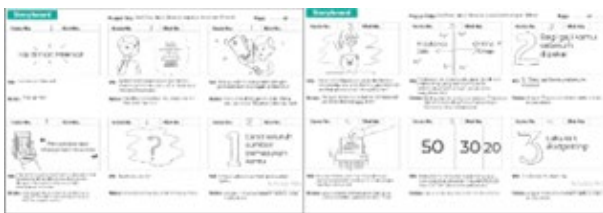
B. Batasan Masalah

Literasi finansial yang dibahas hanya seputar perencanaan finansial pribadi meliputi pengetahuan dasar tentang *cash flow*, manajemen resiko (proteksi), investasi & tujuan keuangan, dan dana hari tua/pensiun.

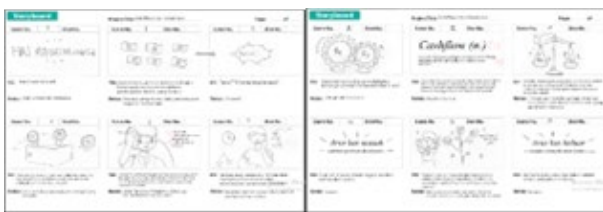
Dalam perancangan ini hanya dipilih satu seri perencanaan finansial saja sebagai final output yang akan disajikan dalam 3 episode video dengan durasi tidak lebih dari 3 menit per videonya. Aktivitas perancangan yang dimaksud dalam karya

Tujuan	
Memberikan edukasi kepada target audiens agar mampu melakukan pengelolaan finansial pribadi dan menggunakan produk finansial yang baik	
Formula & Strategi - Menunjukkan materi secara <i>step by step</i> - Menunjukkan permasalahan keuangan umum dan memberikan cara mengatasinya - Menunjukkan demonstrasi (tata cara penggunaan)	Copywrite Tone and voice kasual dan nonformal
What to say "Belajar mengelola finansial pribadi tidak susah"	How to say Menunjukkan tata cara mengelola finansial dengan diksi umum dan visual yang menarik
Konsep utama/big idea "EaZY & Fund"	

Gambar 2. Gambar *big idea*.



Gambar 3. Cuplikan *storyboard 2*.



Gambar 4. Cuplikan *storyboard 1*.

tulis ini meliputi pembuatan konten/script, storyboard, pemilihan palet warna, desain karakter & aset video, pemilihan royalty free music, proses voice over yang kemudian akan diproses menjadi bentuk akhir video animasi eksplainer.

Bentuk luaran yang digunakan dalam media untuk milenial usia 18-25 tahun ini sesuai dengan saluran media online, yaitu video animasi eksplainer 2D serta konten media sosial.

Video eksplainer yang dimaksud adalah video animasi yang dirancang untuk menjelaskan produk ataupun pesan.

Studi/riset user hanya difokuskan pada milenial usia 18-25 tahun di Indonesia dengan mengambil sampel pada minimal 3 kota besar.

C. Tujuan Perancangan

Tujuan dari penelitian ini meliputi: (1) Meneliti bagaimana cara membuat video eksplainer yang sesuai bagi milenial. (2) Memberikan edukasi tentang bagaimana pengelolaan finansial pribadi yang baik, cara menggunakan produk finansial. (3) Meningkatkan angka tingkat literasi milenial Indonesia dalam jangka panjang. (4) Memberikan kontribusi kepada lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang juga memberikan edukasi serupa bagi milenial.

D. Lingkup Proyek Perancangan

Adapun luaran yang diharapkan meliputi: (1) Perancangan ini mengangkat edukasi tentang literasi finansial sebagai ide



Gambar 5. Cuplikan *storyboard 3*.



Gambar 6. Desain karakter utama.

dasar untuk konten animasi dan beberapa konten media sosial. (2) Pada video/animasi, akan dihasilkan 2-episode (untuk saat ini) dengan satu pesan utama yang mengikat.

Penelitian ini meneliti tentang: (1) Studi tentang hal-hal yang terkait dengan literasi finansial yaitu pengetahuan keuangan secara umum, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi. (2) Studi mengenai media yang akan digunakan pada perancangan ini, seperti video eksplainer dan konten media sosial. (3) Studi/kajian eksisting terhadap video/animasi eksplainer.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Animasi

Penggunaan animasi sebagai media video eksplainer memiliki beberapa keuntungan, terutama dalam penyebaran edukasi. Metode dalam edukasi harus dirancang menjadi lebih menghibur menarik fokus audiens. Riset telah membuktikan bahwa informasi yang disalurkan melalui cerita visual akan lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Animasi dapat menjadi penyederhana pesan yang kompleks menjadi bentuk visual yang lebih sederhana dengan tujuan mempermudah otak dalam menginterpretasikan pesan. Pengerjaan animasi tidak memerlukan pengeluaran yang besar.

B. Video Eksplorer

Video eksplainer adalah media untuk menyampaikan ide

Tabel 1.
Analisis Hasil Depth Interview 1

Pesan & Cerita	
Konten/cerita	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan struktur tiga babak <i>set up the problem – explain how it works – call to action</i> - Konten lebih dipadatkan agar audiens tidak bosan - Lebih menekankan pada strategi komunikasi. Visual hanya sebagai pendukung - Lebih banyak memasukkan <i>supers</i> agar audiens fokus pada isi pesan bukan kepada visualnya
Gaya Penyampaian	<ul style="list-style-type: none"> - Penulisan <i>supers</i> dibuat dalam satu bahasa - Merancang <i>what to say</i> dan <i>how to say</i> - Membuat konsistensi panggilan kepada audiens - Memakai “cek video berikutnya untuk mengetahui....” - Menggunakan gaya bahasa yang kasual
Karakter	Teknis Animasi
Gaya visual	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan representasi karakter - Menggunakan vector flat design - <i>Environment</i> lebih didetailkan lagi
Durasi	- Maksimal 2 menit

Tabel 2.
Detail Episode 1

Judul	Cashflow: Ep. 1 Overview
Durasi	2 menit 10 detik
Inti cerita	Episode pertama dari seri <i>cashflow</i> ini menjelaskan tentang bagaimana cara mengatasi kendala arus kas pribadi yang bernilai negatif atau defisiensi. Video ini merupakan pembuka dari seri <i>cashflow</i> yang menjelaskan tentang definisi arus kas, pentingnya mempunyai arus kas yang bernilai positif, dan pentingnya membuat laporan keuangan.

Tabel 3.
Detail Episode 2

Judul	Cashflow: Ep. 2 Cara Membuat Laporan Keuangan Pribadi
Durasi	2 menit 40 detik
Inti cerita	Episode kedua dari seri <i>cashflow</i> ini menjelaskan tentang bagaimana cara membuat laporan keuangan pribadi. Ada lima langkah dalam menyusun laporan keuangan yaitu catat seluruh sumber pemasukan, membagi gaji sebelum dipakai, melakukan <i>budgetting</i> , dan menulis semua pengeluaran dan pemasukan setiap bulannya.

Tabel 4.
Detail Episode 3

Judul	Cashflow: Ep. 3 Cara Evaluasi Laporan Keuangan Pribadi
Durasi	2 menit 21 detik
Inti cerita	Episode ketiga dari seri <i>cashflow</i> ini menjelaskan tentang bagaimana cara mengevaluasi laporan keuangan untuk mengetahui apakah arus kas bernilai positif atau negatif. Evaluasi akan membantu audiens untuk menyusun rencana anggaran dan target keuangan pada bulan berikutnya.

(bisnis, produk jasa, ataupun melalui motion graphic, karakter, dan audio tau narasi, dengan waktu yang relatif singkat dan bertujuan untuk menarik minat dan perhatian target audiens. Berdasarkan definisi tersebut, video explainer yang baik sebagai implementasi dari strategi komunikasi yang baik memiliki karakter sebagai berikut:

1) Singkat

Video disajikan dengan konte informasi yang padat dan tidak bias.

2) Padat

Infomasi dikemas secara lugas dan jelas

3) Fokus

Audiens dan masalahnya adalah perhatian utama dalam perancangan pesan video explainer.

4) Warna

Warna yang dimuat harus konsisten dengan identitas visual.

5) Musik

Video explainer memiliki dua elemen audio utama yang mendukung penyampaian informasi yaitu background music

dan SFX.

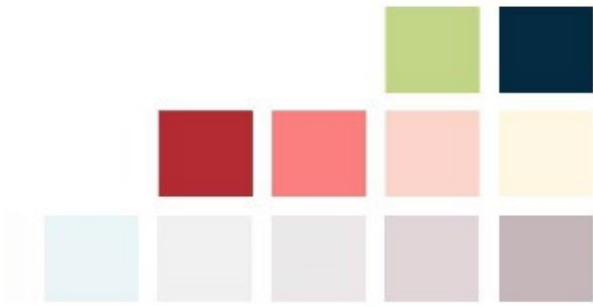
6) Voice Over Talent

Kejelasan dan intonasi VO sangat menentukan sejernih apa pesan yang akan disampaikan.

C. Perancangan Keuangan

OJK dalam bukunya yang berjudul Perencanaan Keuangan (diterbitkan untuk mahasiswa) menjelaskan bahwa perencanaan keuangan merupakan proses mencapai tujuan hidup seseorang melalui manajemen keuangan secara terintegrasi dan terencana. Perencanaan keuangan meliputi (1) Manajemen arus kas; (2) Perencanaan investasi; (3) Perencanaan pengelolaan risiko dan asuransi; (4) Perencanaan hari tua; (5) Perencanaan pajak; dan (6) Perencanaan distribusi kekayaan, hibah, dan waris.

Pelaksanaan perencanaan keuangan membutuhkan beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut (1) Mendefinisikan tujuan keuangan yang akan dicapai; (2) Memeriksa kondisi keuangan saat ini; (3) Mengumpulkan informasi data yang relevan guna pencapaian tujuan keuangan dengan mempertimbangkan kesenjangan antara kondisi keuangan saat ini dengan tujuan keuangan yang ingin



Gambar 7. Skema warna utama.



Gambar 8. Cuplikan environment dan latar belakang.



Gambar 9. Logo kanal Youtube “EaZY & Fund”.

dicapai; (4) Membuat rencana keuangan; (5) Melaksanakan rencana-rencana keuangan yang telah ditetapkan sebelumnya; dan (6) Review perkembangan pencapaian target keuangan, yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (d disesuaikan dengan tujuan keuangan dan target waktu yang ingin dicapai).

III. METODE PENELITIAN

Perancangan dilakukan melalui studi literatur untuk mendapatkan data sekunder berupa teori-teori yang akan dijadikan pedoman selama proses perancangan. Dilakukan pula pengumpulan data primer untuk selanjutnya menjadi dasar dari metode eksperimental. Metode ini digunakan untuk merancang perencanaan konsep video berupa konsep utama dan alur video yang akan dibuat. Hasil dari ekperimental ini adalah storyline dan storyboard yang nantinya akan dijadikan prototype (Gambar 1).

Prototype selanjutnya diuji melalui penyebaran kuesioner kepada target audiens dan experts untuk mendapatkan pendapat dan umpan balik. Setelah mendapatkan masukan,



Gambar 10. Multiple post pada media social.



Gambar 11. Potongan desain akhir video.

video akan dievaluasi dengan catatan-catatan tertentu yang kemudian akan dibuat dalam satu seri utuh. Selanjutnya akan dilakukan user test kembali untuk menjadi catatan bagi penelitian selanjutnya.

IV. HASIL DAN KONSEP

A. Analisis Target

Target audiens dalam penelitian ini adalah milenial usia 18-25 tahun. Pada kategori usia tersebut, pola perilaku yang dominan adalah menyukai segala sesuatu yang populer dan sangat aware terhadap perkembangan zaman. Milenial usia 18-25 tahun memiliki ketertarikan terhadap film atau video animasi sebagai media hiburan dan edukasi. Generasi ini memiliki tingkat kesadaran keuangan yang rendah dan sulit mengelola keuangan.

B. Analisis Depth Interview I

Depth interview I adalah proses yang dilakukan setelah melakukan eksperimental I yang meliputi storyline dan storyboard. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada depth interview 1, Tabel 1 merupakan tabel evaluasinya.

C. Penemuan Konsep Utama/Big Idea

Penemuan konsep utama meliputi:

1) *Big Idea*

Konsep yang ditawarkan dalam perancangan ini adalah “EaZY & Fund” yang berarti edukasi tentang perencanaan keuangan pribadi dikemas dengan mudah dan menyenangkan. Bagan big idea yang digunakan” (Gambar 2).

Berdasarkan Gambar 2, diperlukan sebuah metode penyampaian materi yang sesuai agar target audiens dapat menerima maksud dari video explainer. Video yang efektif adalah video yang catchy, tidak membosankan, penjelasan tidak terlalu rumit atau banyak, dan menampilkan inti pesan saja.

2) *Studi Eksperimental*

Studi eksperimental dilakukan dengan cara merancang beberapa alternatif konsep video yang mengacu pada data yang diperoleh pada tahap penelitian (Tabel 2, Tabel 3 dan Tabel 4). Pada langkah ini dihasilkan storyboard dari tiga episode seri video explainer (Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5).

D. Penjabaran Big Idea

Perancangan video explainer tentang edukasi literasi finansial ini mempunyai tagline yang juga merupakan konsep utama/big idea/pesan utama yang berbunyi “EaZY & Fund” yang memberikan arti secara tersirat bahwa dengan mempelajari dan mengaplikasikan edukasi literasi finansial merupakan kegiatan yang mudah, bisa dipelajari, dan menyenangkan.

1) *Formula dan Strategi*

Cara penyampaian pesan dalam video explainer ini menggunakan “rasional” dengan menunjukkan mudahnya melakukan pengelolaan pengelolaan keuangan pribadi dan manfaat yang dirasakan saat menjadi melek literasi finansial.

Sedangkan formula yang digunakan adalah “problem solving” dengan menyajikan permasalahan keuangan umum sehari-hari. Permasalahan tersebut akan diulas dan dijelaskan cara mengatasinya lewat video explainer ini. Formula berikutnya adalah “demonstrasi” yaitu dengan menunjukkan tata cara penggunaan produk finansial.

2) *Copywrite*

Berdasarkan hasil analisis ketiga faktor tersebut, teks pesan yang akan digunakan bersifat nonformal, menggunakan bahasa sehari-hari untuk mendukung konsep utama belajar pengelolaan keuangan pribadi tidak sulit dan menyenangkan. Gaya penyampaian teks pesan akan disampaikan dalam bentuk caption dan voice over. Voice over akan dibawakan dengan intonasi kasual dan interaktif.

E. Konsep Visual

Konsep visual meliputi:

1) *Karakter*

Gaya visual karakter ditetapkan berdasarkan hasil analisis tinjauan desain serta feedback dari depth interview. Desain karakter dibuat flat dengan menggunakan gaya vector (Gambar 6).

2) *Skema Warna*

Pemilihan warna didasarkan pada warna umum yang digunakan pada flat design. Warna yang dipilih merupakan

tone dominan dalam setiap scene video explainer (Gambar 7).

3) *Environment*

Gaya visual yang digunakan untuk latar belakang dan environment menggunakan flat design dengan warna yang senada untuk memudahkan audiens mengenali titik fokus dari setiap scene (Gambar 8).

4) *Strategi Media*

Kanal media utama distribusi dari perancangan ini adalah YouTube, sedangkan media pendukung dipublikasikan melalui Instagram, Facebook, dan Twitter (Gambar 9).

5) *Konten Media Sosial*

Media sosial yang akan digunakan dalam publikasi konten pendukung adalah Instagram, Facebook, dan Twitter. Ketiga media sosial ini dipilih karena merupakan media informasi yang paling banyak diakses oleh target audines. Berikut adalah daftar konten yang akan dipublikasikan: (1) Fund Now: Berita terbaru yang berkaitan dengan topik finansial. (2) EaZY Tips: Tips seputar pengelolaan finansial pribadi; mulai dari arus kas, tabungan, investasi, dan proteksi. (3) Fund Game: Gamifikasi untuk mengajak audiens berinteraksi seperti quiz, teka-teki, dan lain-lain. (4) EaZY Tutorial: Langkah sederhana dalam menggunakan produk finansial. Konten ini merupakan langkah tambahan dari video explainer. (5) Followers interaction: Sharing progress pengelolaan finansial, voting, live Q&A melalui IG Story (Gambar 10).

F. Hasil Akhir

Beberapa potongan bagian dalam desain akhir video yang sudah melewati pasca produksi ditunjukkan pada Gambar 11.

V. KESIMPULAN

Perancangan video explainer tentang edukasi literasi finansial ini bertujuan untuk meningkatkan literasi finansial di kalangan milenial usia 18-25 tahun. Metode penelitian dilakukan untuk menggali lebih dalam tentang subjek dan objek perancangan. Metode yang digunakan adalah studi literatur, depth interview, studi eksperimental, dan user test. Tahapan riset yang digunakan sesuai dan mampu menjawab tujuan dan telah mencakup serta menjawab semua subjek seperti ahli animasi dan scriptwriter (melalui depth interview) dan user (melalui user test)

Berdasarkan analisis target audiens, ditemukan bahwa sebenarnya target audiens sudah aware dengan isu pengelolaan finansial tetapi target audiens belum tahu harus memulai dari mana. Selain itu, penulis menemukan bahwa target audiens akan tertarik untuk mempelajari sesuatu lebih mendalam mengenai suatu informasi baru jika dikaitkan dengan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari. Target audiens juga lebih menyukai paparan masalah yang disertai dengan solusi yang dikemas secara ringkas dan sederhana. Pesan/konsep utama yang dihasilkan dari perancangan ini adalah “EaZY & Fund” telah mengacu pada hasil analisis dari serangkaian metode riset. Pesan dari video explainer yang telah dirancang mampu tersampaikan dengan baik. Hal tersebut disimpulkan dari hasil user test meskipun respon yang didapatkan beragam. Pesan disampaikan dalam bentuk media animasi dan media pendukung berupa konten

media sosial. Animasi sebagai media utama dipilih berdasarkan preferensi user dan hasil depth interview bersama ahli animasi. Bentuk visual yang disajikan juga mendapatkan respon (terhadap animasi) positif dari user. Sedangkan media pendukung berupa konten media sosial bertujuan sebagai informasi tambahan dari video yang telah dibuat.

Secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa video yang dirancang sudah dapat menyampaikan pesan dengan baik dengan berbagai masukan dari user. Semua feedback

dari narasumber maupun user akan menjadi bahan evaluasi bagi penulis agar mampu meniadapatkan respons yang sesuai (dalam jangka panjang).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Chen and R. P. Volpe, "An analysis of personal financial literacy among college students," *Financ. Serv. Rev.*, vol. 7, no. 2, pp. 107–128, 1998, doi: 10.1016/S1057-0810(99)80006-7.
- [2] N. S. Azizah, "Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial," *Prism. (Platform Ris. Mhs. Akuntansi)*, vol. 1, no. 2, pp. 92–101, 2020.