

# PERANCANGAN MEDIA EDUKASI TENTANG PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PERSIAPAN HARI TUA BAGI PARA PEKERJA MUDA DI BIDANG INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

## *DESIGN OF EDUCATION MEDIA ON FINANCIAL MANAGEMENT AND OLD DAY PREPARATION FOR YOUNG WORKERS IN CREATIVE INDUSTRY IN INDONESIA*

**Bagus Ramadhan Leinawan, Idhar Resmadi**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom  
baramadh@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@telkomuniversity.ac.id

### **Abstrak**

Bekerja merupakan salah satu aktifitas dasar yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang dapat menunjang kehidupan dari manusia tersebut. rata-rata masyarakat Indonesia bekerja pada usia produktif yaitu pada usia 15 sampai dengan 64 tahun, setelah itu mereka akan mengalami masa pensiun atau berhenti bekerja. Masalah yang timbul dari hal ini adalah masih banyaknya para pekerja yang tidak memiliki persiapan yang matang ketika mengalami masa pensiun atau saat menjalani masa tua, sehingga tidak sedikit yang mengalami masalah ekonomi karena perencanaan yang kurang matang, dan dapat menambah beban anak karena harus membiayai hidup orangtua selain pasangan dan anak-anaknya. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi keuangan di masyarakat karena minimnya pendidikan literasi keuangan di sekolah maupun lingkungan keluarga. Dengan metode penelitian kuantitatif penulis mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan seperti melakukan kuesioner kepada para pekerja muda, membaca literasi mengenai pengelolaan keuangan, kemudian melakukan wawancara kepada seorang financial planner agar mengetahui lebih detail tentang permasalahan keuangan itu sendiri. Kemudian penulis mencari apa media edukasi yang paling tepat yang cocok dengan sasaran penelitian yaitu para pekerja muda di bidang industri kreatif, kemudian media edukasi yang cocok digunakan yaitu berupa buku yang dirancang dengan menarik tetapi tetap sederhana yang sesuai dengan selera generasi muda dan juga dapat dengan mudah dipahami. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan literasi keuangan dengan cara mengedukasi para pekerja muda di sektor industri kreatif serta membantu mereka untuk merencanakan masa pensiun.

**Kata Kunci** : *Pekerja Kreatif, Perencanaan Hari Tua, Pengelolaan, Literasi Keuangan*

### **Abstract**

Work is one of the basic activities carried out by humans with the aim of obtaining an item or service that can support the life of the human being. the average Indonesian people work at productive age ie at the age of 15 to 64 years, after that they will experience retirement or stop working. The problem that arises from this is that there are still many workers who do not have proper preparation when they are retired or when they are old, so that not a few are experiencing economic problems due to poor planning, and can increase the burden on children because they have to pay for parents' lives apart from their spouse and children. This is caused by the low level of financial literacy in the community due to the lack of financial literacy education in schools and family environments. With quantitative research methods the authors collect data relating to financial management such as conducting questionnaires to young workers, reading literacy about financial management, then conducting interviews with a financial planner in order to find out more details about the financial problems themselves. Then the writer looks for what is the most appropriate educational media that fits the target of research, namely young workers in the creative industries, then suitable educational media is used in the form of a book that is interestingly designed but kept simple that suits the tastes of the younger generation and can also be easily understood. The purpose of this design is to increase financial literacy by educating young workers in the creative industry sector and helping them to plan for retirement.

**Keywords** : *Creative Workers, Retirement Planning, Management, Financial Literacy*

## 1. PENDAHULUAN

Manusia sejak jaman dahulu sudah melakukan aktifitas yang disebut dengan kerja atau bekerja, tujuan manusia melakukan kegiatan bekerja secara umum adalah untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang dapat dinikmati oleh diri sendiri maupun oleh orang lain dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan. Menurut Wjs. Poerwadarminta (2002) "Pekerjaan mengacu pada proses menciptakan atau membentuk nilai baru dengan sumber daya sebagai satu unit, mengubah atau menambah sarana untuk memenuhi nilai kebutuhan yang ada". Rata-rata orang Indonesia mulai bekerja pada usia 15-64 tahun, usia ini disebut sebagai usia produktif, sepanjang usia ini manusia bekerja untuk menunjang kebutuhan hidupnya maupun hidup orang lain yang menjadi tanggungannya seperti anak maupun orangtua yang sudah tidak bekerja lagi. Menurut survey yang dihimpun dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tahun 2015, terdapat kurang lebih 115 juta pekerja di Indonesia, para pekerja tersebut terdiri dari pekerja formal sebanyak 13,95% serta pekerja informal sebanyak 86,05%. Dan jika dilihat lebih mendalam lagi, terdapat sebanyak kurang lebih 16 juta pekerja yang bekerja di sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat sebanyak baru 21% dari pekerja formal di Indonesia yang mendapatkan perlindungan pensiun, yaitu sebanyak 3,7 juta dari 17,8 pegawai formal di Indonesia, dan belum ditambah dengan pegawai informal. Dampak dari persoalan ini tentunya akan sangat dirasakan para pekerja dari sektor ekonomi kreatif, karena sebagian besar para pekerja ekonomi kreatif berstatus sebagai pegawai informal yaitu sebanyak 92,19% dari total 16 juta pekerja. Hal ini tentunya membuat para pekerja harus merencanakan sendiri masa pensiunnya tanpa ada bantuan dari perusahaan, dan kebanyakan dari mereka masih belum mempunyai rencana masa pensiun yang matang, dan akibatnya kondisi ekonomi mereka akan menjadi tidak stabil. Jika mereka pensiun di usia yang tepat, atau ketika mereka sudah tidak memiliki tanggungan lagi, mungkin hal tersebut tidak akan menjadi masalah. Akan tetapi jika mereka pensiun di usia yang tidak tepat karena suatu hal dan lainnya, dan memiliki tanggungan seperti anak yang harus dibiayai pendidikannya tentunya akan menjadi sedikit masalah jika hanya mengandalkan dana pensiun yang diberikan oleh perusahaan (kalaupun ada) dan tidak punya kemampuan untuk mengelola keuangan dengan baik. Salah satu penyebab dari fenomena ini adalah masih rendahnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai literasi keuangan. Pengertian dari literasi keuangan sendiri adalah pengetahuan dan keterampilan untuk memahami konsep dan risiko, keterampilan untuk membuat keputusan yang efektif dalam lingkungan keuangan, sehingga meningkatkan situasi keuangan individu dan masyarakat, dan mampu berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat. Berdasarkan Survey Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa indeks literasi keuangan menyentuh angka 38,03 persen, yang artinya bahwa dari 100 orang, baru sebanyak 38 orang saja yang memiliki pengetahuan yang cukup tentang literasi keuangan. Hal ini terjadi karena pendidikan literasi keuangan di Indonesia yang masih sulit didapatkan, seperti sekolah yang tidak mengajarkan pelajaran tentang mengelola keuangan pribadi, dan di lingkungan keluarga juga masih jarang yang diajarkan tentang hal tersebut, paling tidak keluarga hanya mengajarkan untuk rajin menabung, tapi tidak mengajarkan bagaimana mengelola keuangan baik. Dengan rendahnya pengetahuan tentang literasi keuangan seseorang akan menghadapi berbagai masalah seperti tidak memiliki perencanaan yang baik, tidak memiliki tujuan keuangan yang jelas sehingga ia bingung bagaimana akan menggunakan uangnya, penggunaan instrumen investasi yang tidak tepat, dan yang paling berbahaya adalah terjebak oleh investasi bodong. Hal ini tentunya menjadi permasalahan serius jika terjadi pada mayoritas masyarakat Indonesia karena bisa berdampak pada stabilitas perekonomian negara. Atas dasar inilah perlu dibuatnya suatu media edukasi untuk meningkatkan pengetahuan literasi keuangan bagi pekerja muda di Indonesia.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 TEORI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Menurut Sumbo Tinarbuko (1998:66), Desain komunikasi visual dapat diartikan dengan pekerjaan untuk memecahkan suatu masalah (komunikasi atau komunikasi visual) untuk menghasilkan desain baru dalam desain baru.

### 2.2 TEORI BUKU

Menurut Roger Fawcett Tang dalam buku karangannya yang berjudul *New Book Design*, ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam merancang sebuah buku, yaitu kemasan navigasi dan struktur.

### 2.3 TEORI KERJA

Taliziduhu Ndraha (1991), pekerjaan adalah menciptakan atau membentuk nilai baru dalam unit sumber daya, mengubah atau menambah nilai dengan cara memenuhi kebutuhan yang ada, proses.

#### 2.4 **TEORI GAJI**

Menurut As'ad (2005:136) gaji dapat didefinisikan sebagai suatu pembayaran dan remunerasi yang dilakukan dengan karyawan, administrator maupun manajer sebagai hasil dari berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan.

#### 2.5 **TEORI LITERASI KEUANGAN**

Literasi keuangan merupakan suatu kemampuan untuk memahami dan secara efektif menerapkan berbagai keterampilan keuangan, termasuk manajemen keuangan pribadi, penganggaran, dan investasi. Literasi keuangan membantu individu menjadi mandiri sehingga mereka dapat mencapai stabilitas keuangan.

#### 2.6 **TEORI KEUANGAN PRIBADI**

Keuangan pribadi adalah tentang memenuhi tujuan keuangan pribadi, apakah itu mencukupi untuk kebutuhan keuangan jangka pendek, merencanakan pensiun, atau menabung untuk pendidikan perguruan tinggi anak.

### 3. **METODE**

Metode pada penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, wawancara, dan metode analisis SWOT, wawancara dilakukan kepada praktisi yang terkait dibidang yang bersangkutan.

Wawancara dengan praktisi menghasilkan beberapa kesimpulan yaitu :

- Tingkat literasi keuangan di Indonesia saat ini sebenarnya suda mulai mengalami peningkatan, akan tetapi jumlahnya masih tergolong sangat sedikit. Kesalahan yang biasanya dilakukan oleh para pekerja muda adalah banyak dari mereka yang masih bersifat hedon, yaitu berfoya-foya dalam menggunakan penghasilan mereka, dan tanpa sadar uang mereka sudah sisa sedikit sebelum pertengahan bulan, lalu hal ini ditambah dengan sifat denial mereka terhadap masalah keuangan, maksudnya adalah mereka tidak mau mengakui kalau keadaan keuangan mereka sedang bermasalah, dan mereka enggan untuk menceritakan permasalahan tersebut kepada orang lain yang lebih mengerti.

### 4. **KONSEP PERANCANGAN**

#### 4.1 **KONSEP PESAN**

Berdasarkan latar belakang, analisa dan penelitian yang telah dilakukan, perancangan ini bertujuan untuk mengedukasi para pekerja muda tentang pengelolaan keuangan dan membuat pengelolaan keuangan menjadi familiar untuk mereka, dengan menggunakan desain yang menarik dan juga bahasa yang mudah untuk dimengerti. Maka dihasilkan sebuah konsep yang memiliki tujuan untuk memberikan edukasi mengenai pengelolaan keuangan, seperti apa itu pengelolaan keuangan, mengapa pengelolaan keuangan itu penting, apa itu dana darurat, apa itu tujuan keuangan, hal-hal yang selama ini salah dilakukan dalam mengelola keuangan, bagaimana cara mengelola keuangan yang tepat, hingga bagaimana cara merencanakan masa pensiun dengan baik. Dalam perancangan buku ini penulis ingin memberikan kesan mudah, sederhana dan juga personal. Yang mana selama ini yang orang-orang pikirkan tentang pengelolaan keuangan itu rumit dan sulit dimengerti karena menggunakan istilah-istilah yang jarang didengar dan juga ditampilkan dengan cara yang kaku, penulis ingin mematahkan kesan tersebut didalam buku ini.

Kata kunci : Mudah, Sederhana, Personal.

#### 4.2 **STRATEGI KOMUNIKASI**

Strategi komunikasi yang digunakan dalam buku ini adalah strategi komunikasi persuasif, yaitu salah satu strategi komunikasi yang bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada target sasaran dari penulis yang akan memberikan dampak yang membuat target sasaran bertindak sesuai dengan apa yang diminta oleh penulis.

#### 4.3 **KONSEP KREATIF**

Dalam penentuan konsep kreatif penulis menghubungkan dengan sifat-sifat target sasaran yang merupakan pekerja dibidang industri kreatif, oleh karena itu perancangan juga harus dilakukan secara kreatif demi memberikan kesan yang menarik tetapi tetap disampaikan secara sederhana dan juga mudah dimengerti.

#### 4.4 **KONSEP MEDIA**

Media utama dalam perancangan ini yaitu buku, penulis memilih buku dibandingkan media digital karena sampai saat ini buku masih relevan dan memiliki kelebihan dibandingkan dengan media digital, Yaitu dengan buku, target sasaran dapat menyerap lebih banyak informasi dengan baik dibandingkan media digital, dapat membuat target sasaran lebih fokus atau minim

distraksi, nyaman dimata karena tidak memancarkan cahaya, dan juga buku dapat membantu tidur lebih nyenyak dibandingkan dengan smartphone yang justru membuat sulit untuk tidur.

**4.5 KONSEP VISUAL**

Untuk mempermudah penulis dalam merancang, maka diperlukan acuan-acuan visual seperti pengayaan, warna, tipografi, dan juga ilustrasi yang sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin penulis sampaikan. Karakteristik visual yang akan digunakan pada perancangan ini berorientasi pada kemudahan target sasaran dalam menangkap serta memahami informasi dan juga pesan yang akan disampaikan.

**4.6 KONSEP BISNIS**

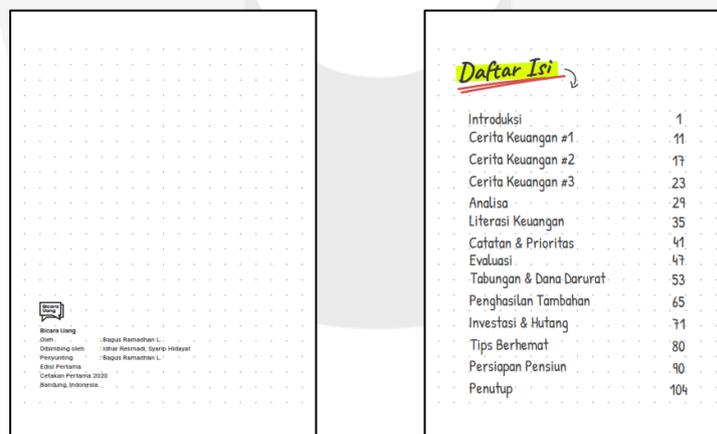
Buku akan dijual dengan harga Rp.100.000 per buah, harga tersebut sudah termasuk dengan bundle totebag canvas dan juga notebook untuk 50 pembeli pertama serta 25 pembeli selanjutnya. Penjualan menggunakan sistem subsidi silang, jadi semua buku dipatok dengan harga sama sekalipun persediaan totebag dan notebook sudah habis. Biaya untuk produksi jika dijadikan per buku adalah sebesar Rp.75.575, harga tersebut sudah termasuk dengan biaya promosi yaitu cetak poster dan juga flyer. Dengan begitu, profit yang didapatkan pada setiap pembelian buku adalah sebesar Rp.24,425 (24% dari harga jual).

**5. HASIL PERANCANGAN**



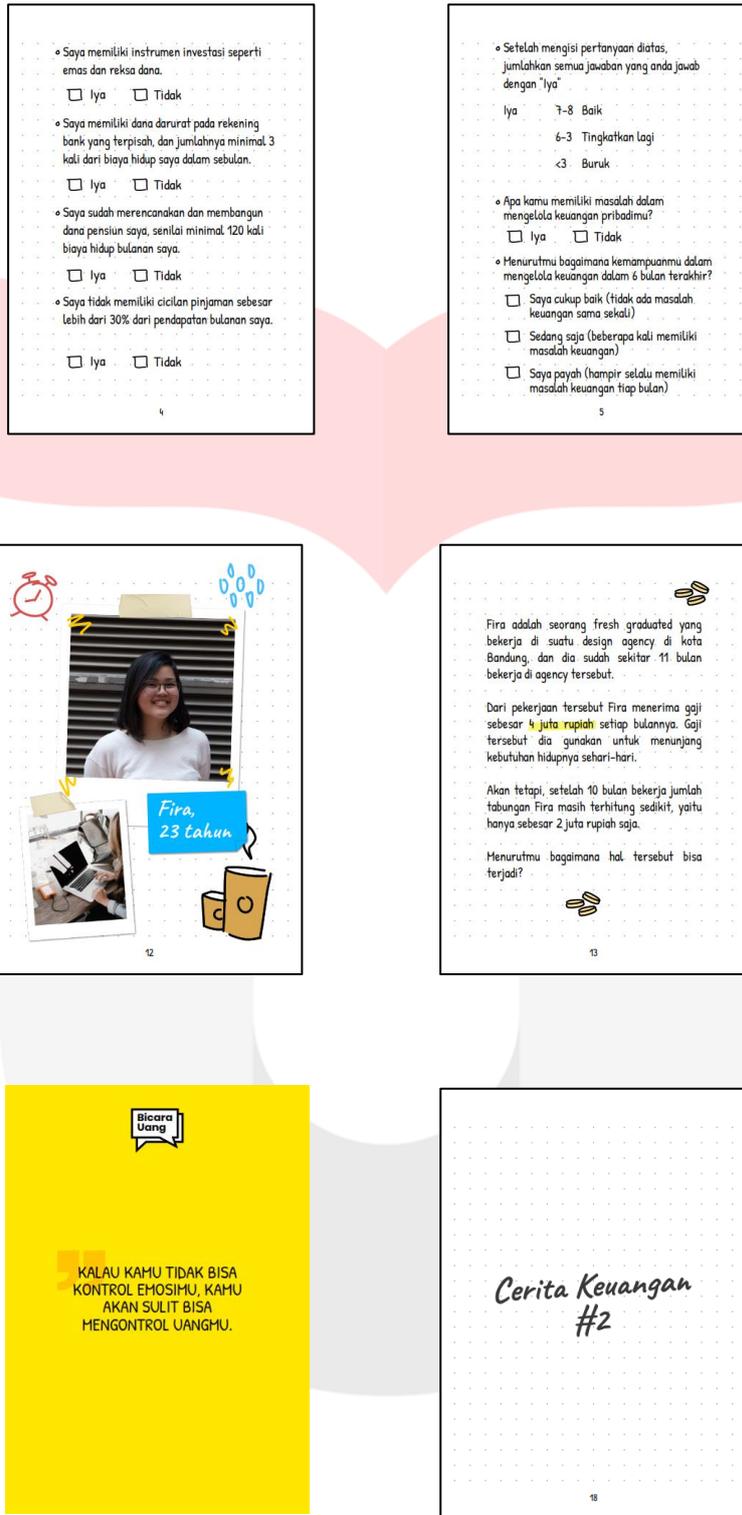
Gambar 1 : Cover

Sumber : Bagus Ramadhan Leinawan, 2020



Gambar 2 : Daftar Isi

Sumber : Bagus Ramadhan Leinawan, 2020



Gambar 3 : Isi Buku

Sumber : Bagus Ramadhan Leinwan, 2020

## 6. MEDIA PENDUKUNG

Media pendukung berfungsi untuk membantu penyebaran serta untuk mengkomunikasikan produk kepada masyarakat luas agar dikenal dan meningkatkan product awareness. Media pendukung yang digunakan adalah : Poster, Flyer, Notebook, Totebag, dan Sticker.



Gambar 4 : Media Pendukung

Sumber : Bagus Ramadhan Leinawan, 2020

## 7. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang penulis dapatkan dari perancangan ini adalah bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia saat perancangan ini dibuat masih cukup rendah, hal ini didasari karena masih minimnya pendidikan mengenai literasi keuangan di lingkungan keluarga dan juga sekolah. Akan tetapi, hal tersebut dapat diperbaiki dengan meningkatkan jumlah bacaan serta seminar-seminar tentang pengelolaan keuangan yang sekarang sudah mulai gencar diadakan di lingkungan masyarakat umum oleh badan-badan milik pemerintah maupun milik swasta yang bergerak di bidang keuangan.

Berdasarkan dari perancangan yang dibuat maka penulis bermaksud untuk memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perancang selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

1. Perancang selanjutnya diharapkan untuk mengumpulkan data mengenai subjek bersangkutan yang lebih dalam, lengkap, dan juga jumlah responden yang lebih banyak dibandingkan penulis lakukan dalam perancangan ini.

2. Perancang selanjutnya diharapkan untuk lebih mempersiapkan diri dan waktu dalam proses pengumpulan data serta proses perancangan, agar dapat menciptakan perancangan yang lebih baik lagi dari perancangan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Poerwadarminta, W. J. S. (1954). Kamus umum bahasa Indonesia. Perpustakaan Perguruan Kementerian PP dan K.
- Ndraha, T. (2005). Teori budaya organisasi. Jakarta: Rineka Cipta.
- As'ad, M. (2003). Psikologi industri: Seri sumber daya manusia. Yogyakarta: Liberty.
- Hadi Purwono, (2003). Tata Personalia, Cetakan ke-lima, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Fawcett-Tang Roger, (2004), Laurence King Publishing, London
- Tinarbuko, Sumbo. (1998). Memahami Tanda, Kode, dan Makna Iklan Layanan Masyarakat. Tesis. ITB: Bandung
- Pramudya, R. A., & Hidayat, S. (2017). Perancangan Buku Panduan Mendaki Gunung Untuk Pemula. eProceedings of Art & Design, 4(3).