

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era kemajuan teknologi informasi meningkatkan jumlah investor pemula untuk berinvestasi. Dengan kemajuan teknologi membuat investasi menjadi semakin mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena investasi dewasa ini dapat dilakukan secara *online* sehingga masyarakat hanya memerlukan *gadget* sebagai sarana investasi dan hal tersebut dapat dilakukan secara instan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Namun, semakin meningkat keberadaan investasi *online* membuat praktik investasi bodong menjadi semakin marak. Menurut Tobing (2022) selaku Ketua Satgas Waspada Investasi terdapat 98 investasi bodong atau ilegal pada tahun 2021. Investasi-investasi bodong tersebut nyatanya sudah membawa kerugian senilai 117,4 triliun Rupiah selama sepuluh tahun terakhir.

Segara (2021) menjelaskan bahwa maraknya penipuan investasi bodong disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan yang dimiliki oleh masyarakat. Tercatat melalui Otoritas Jasa Keuangan pada 2019, indeks literasi keuangan warga Indonesia baru mencapai 38% saja. Dengan ketidaktahuan di bidang finansial membuat masyarakat menjadi mudah untuk dikelabui oleh para kaum-kaum penipu yang mengatasnamakan investasi *online*. Banyak investasi-investasi bodong yang menawarkan keuntungan yang instan dan nominal besar sehingga masyarakat yang memiliki literasi keuangan rendah menjadi tergiur untuk berinvestasi. Selain literasi keuangan yang rendah. Agia (2022) mengatakan bahwa pola pikir masyarakat menjadi salah satu faktor pendorong maraknya investasi bodong. Pola pikir yang dimaksud adalah *instant gratification*, dimana pada dasarnya motivasi utama tiap manusia adalah mencari kebahagiaan dan juga menghindari hal-hal yang dianggap tidak nyaman. Pola pikir tersebut membuat masyarakat menjadi lebih rentan untuk terjerat investasi bodong karena mereka ingin mendapat keuntungan yang cepat dan banyak. Terbukti melalui kuesioner yang telah disebar pada 21 Februari 2022, sebanyak 51,9% responden mengatakan bahwa berinvestasi

merupakan suatu cara untuk mendapatkan keuntungan yang banyak dengan cara yang instan atau.

Jika masyarakat terus memiliki literasi keuangan yang rendah dan juga pola pikir *instant gratification*, maka mereka dapat tertipu investasi bodong. yang mana pada saat ini hanya terdapat himbauan dari website blog dan social media dimana para investor memerlukan pola pikir tidak serakah dan tidak ikut-ikutan dalam melakukan investasi. Selain itu dalam beberapa webinar investasi juga dipaparkan materi terkait perikalku dalam berinvestasi seperti lakukan investasi agar tidak rugi bukanya untung besar. Dan apabila hal tersebut tidak berubah maka dapat berdampak pada psikis mereka. Hal itu terbukti saat terjadinya kasus investasi bodong Koperasi Pandawa Mandiri Group pada 2017 lalu. Effendi (2017) selaku kuasa hukum bagi para korban menyatakan bahwa banyak dari korbannya mengalami depresi, *stroke*, hingga meninggal dunia.

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan, maka dibutuhkannya suatu kampanye sosial yang bertujuan untuk mencegah meningkatnya kasus investasi bodong dengan mengatasi pola pikir *instant gratification*. Dengan adanya kampanye sosial ini diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat yang bersifat *instant gratification* dan juga masyarakat dapat teredukasi mengenai investasi *online* yang aman sehingga pada akhirnya kasus penipuan dari investasi bodong yang dapat mempengaruhi psikis korbannya mengalami penurunan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah di jelaskan pada latar belakang, penulis merumuskan masalah dalam pernyataan, yaitu bagaimana perancangan kampanye pencegahan peningkatan investasi bodong di Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan media informasi yang bertujuan memberikan informasi edukasi melalui perancangan ini yang difokuskan kepada:

- 1) Geografis : Indonesia
- 2) Demografis
 - a) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

- b) Usia : 20-29 tahun
- c) Pendidikan : SMA, D3, S1/D4
- d) Kelas Ekonomi : SES B-A (menurut BPS)

3) Psikografis

- a) Individu yang menginginkan *high return* dalam waktu yang singkat.
- b) Individu yang belum berpengalaman dalam berinvestasi.
- c) Individu yang baru saja terjun di dunia investasi (*newbie*).
- d) Individu yang tidak dapat membedakan investasi yang aman dengan investasi bodong.
- e) Individu yang memiliki sifat *instant gratification*.
- f) Individu yang memiliki literasi keuangan yang rendah.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari tugas akhir adalah merancang kampanye website simulasi investasi bodong sebagai pencegahan meningkatnya kasus investasi bodong di Indonesia.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir perancangan kampanye sosial untuk meningkatkan literasi keuangan dan mengatasi pola pikir *instant gratification* sebagai pencegahan terkena investasi bodong memiliki manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat bagi penulis

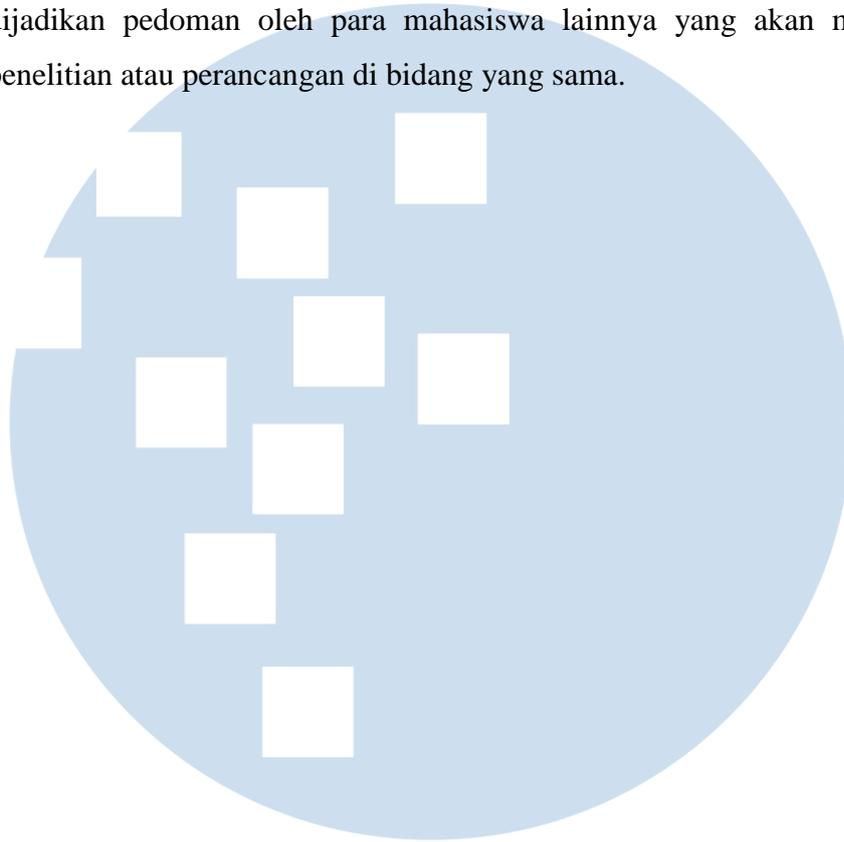
Melalui perancangan kampanye sosial ini, penulis diharapkan dapat menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan, khususnya di bidang kampanye sosial.

1.5.2 Manfaat bagi masyarakat

Perancangan kampanye sosial ini diharapkan dapat membantu mengedukasi masyarakat agar dapat terliterasi di bidang finansial dan mengubah sifat *instant gratification* mereka sehingga dapat terhindari dari investasi bodong.

1.5.3 Manfaat bagi universitas

Dengan adanya perancangan kampanye sosial ini kedepannya dapat dijadikan pedoman oleh para mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian atau perancangan di bidang yang sama.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA