

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain grafis adalah semacam komunikasi visual yang memungkinkan orang untuk mengkomunikasikan ide atau pemikiran kepada audiens. Karena merupakan penggambaran visual dari banyak elemen visual, desain grafis sangat efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens secara mendalam (Landa, 2014, hlm. 1).

2.1.1 Warna

Warna adalah elemen desain yang sangat kuat dan menarik. Ini adalah kualitas energi cahaya atau deskripsinya. Warna hanya dapat dilihat dengan bantuan cahaya. Cahaya yang dipantulkan atau warna yang tercermin merujuk pada warna yang terlihat pada permukaan benda-benda di sekitar kita (Landa, 2014, hlm. 23).

Kita dapat berbicara tentang warna lebih detail jika kita membaginya menjadi tiga kategori: *hue*, *value*, dan *saturation*. Istilah warna adalah *hue*, yang dapat berupa merah, hijau, biru, atau jingga. Tingkat luminositas terang atau gelap dari suatu warna misalnya, biru muda atau merah tua disebut sebagai nilai.

1. *Hue*

Hue merujuk pada nama-nama warna tertentu seperti biru, hijau, kuning, ungu, dan lain-lain. Warna dapat dikelompokkan menjadi dua kategori: warna hangat (*warm*) dan warna dingin (*cool*). Warna merah, jingga, dan kuning termasuk dalam kategori warna hangat, sementara biru, hijau, dan ungu termasuk dalam kategori warna dingin.



Gambar 2.1 Warna Hue

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/45272431/YOGURTERIAS-DANONE-V2>

2. Value

Terang atau gelapnya suatu warna, seperti biru muda atau biru tua, ditentukan oleh nilainya. Putih dicampur menjadi warna terang atau disebut juga dengan *tints*. Warna gelap biasa disebut *shades* bercampur dengan hitam. Nilai sebuah karya desain dapat diatur untuk memberikan kontras yang terlihat.



Gambar 2.2 Komposisi Warna RGB

Sumber: <http://tinyurl.com/yyspb2jy>

3. Saturation

Kecerahan atau kekusaman warna ditentukan oleh saturasinya. Warnanya akan lebih kusam jika saturasinya rendah. Semakin tinggi saturasi, di sisi lain, semakin cerah warnanya. Apabila dicampur dengan warna yang memiliki tingkat saturasi yang lebih rendah, warna dengan tingkat saturasi yang tinggi dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian audiens dalam desain yang ada.

a. Warna Primer

Memahami peran warna dasar, juga dikenal sebagai warna primer, membantu untuk lebih mendefinisikan warna. Tiga warna utama untuk bekerja dengan cahaya di media berbasis layar adalah merah, hijau, dan biru (RGB). Primer ini juga dikenal sebagai primer aditif karena ketika merah, hijau, dan biru dicampur dalam jumlah yang sama, mereka menghasilkan cahaya putih.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder adalah campuran warna primer yang seimbang untuk menghasilkan sebuah warna baru. Contohnya mencampur kuning dan merah, menghasilkan oranye, kuning dan biru menghasilkan hijau, dan biru dan merah menghasilkan ungu.

c. Warna Tersier

Ini dicapai dengan menggabungkan satu warna primer dan satu warna sekunder. Menggabungkan kuning dengan oranye, misalnya, menghasilkan warna oranye kekuningan. Proses penggabungan warna primer dan sekunder ini dapat menghasilkan berbagai warna tersier yang memiliki karakteristik unik dan mampu menambah dimensi visual pada karya seni atau desain grafis.

d. Kombinasi Warna

Terdapat 3 kombinasi warna yang perlu diketahui, *Monochromatic*, *Analogous*, dan *Complementary* (Landa, 2014, hlm. 27). Setiap kombinasi warna ini memiliki karakteristik dan penggunaan yang berbeda-beda, yang dapat memberikan efek visual yang unik dan menarik dalam desain grafis atau karya seni lainnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

i. *Monochromatic*

Hanya satu warna dari roda warna yang digunakan dalam skema warna monokromatik. Warna dapat diubah dengan menyesuaikan nilai dan saturasi.



Gambar 2.3 Contoh Poster Monochromatic

Sumber: <https://footwearnews.com/gallery/reebok-women-empowerment-ads-ariana-grande-gal-gadot-photos/reebok-womens-campaign-06/>

ii. *Analogous*

Skema warna yang terdiri dari tiga rona yang bersebelahan atau bersebelahan. Karena warna-warna yang dipilih berinteraksi dan mendukung satu sama lain, sebuah karya dengan skema warna analog akan tampak memiliki kesatuan.



Gambar 2.4 Contoh Poster Analogus

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/86609257/Health-Ade-Summer-2019-Campaign>

iii. Complementary

Pada kombinasi warna Complementary dibagi menjadi 3, yaitu *Split, Triadic dan Tetradic*.

1) Split Complementary

Skema warna ini terdiri dari tiga warna, warna pertama dan warna kedua, yang melengkapi warna komplimenter dari warna pertama.



Gambar 2.5 Contoh Poster *Split Complementary*

Sumber: <https://making-pictures.com/news/glowing-glowing-gone/>

2) Triadic

Penggunaan tiga warna dengan jarak warna yang sama di antara mereka. Saat diterapkan, skema warna triadik dapat menciptakan tampilan warna yang kontras.



Gambar 2.6 Contoh Poster *Triadic*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/54170953/Paper-flavorland-campaign-FANTA>

3) *Tetradic*

Penggunaan dua set warna komplementer, menghasilkan tetradik dengan empat warna.



Gambar 2.7 Contoh Poster *Tetradic*

Sumber: https://www.behance.net/gallery/108322603/A-Digital-Native-Campaign-for-the-Young?tracking_source=search_projects|tetradic+campaign&l=1

2.1.2 *Grid*

Grid adalah kerangka kerja komposisi yang membagi format menjadi kolom dan margin menggunakan vertikal dan horizontal. *Grid* berada di jantung struktur buku, majalah, brosur, situs web desktop dan seluler, dan banyak lagi. *Grid* juga mampu mengatur bagian teks dan gambar ke dalam kerangka kerja untuk mengkomunikasikan desain dan pesan secara efektif (Landa, 2014, hlm. 174). Sehingga pesan yang ingin disampaikan pada desain tersebut tersampaikan dengan baik dan tidak terjadi kesalah pahaman antara pembaca dan desainer.

1. Fungsi *Grid*

Bedasarkan desain margin pada pertimbangan fungsional dan estetika. Pertimbangan fungsional termasuk yang disukai bentuk teks satu kolom, mengakomodasi marginalia atau notasi, dan menentukan di mana jempol pembaca akan tahan halaman atau tablet. Sebagai pertimbangan estetika, tentukan apakah margin simetris atau asimetris dan lebar atau margin yang sempit akan paling baik menyajikan konten - konten.

2. Jenis – jenis *Grid*

Landa (2013) menjelaskan bahwa *Grid* adalah panduan struktur komposisi yang terdiri dari garis-garis vertikal dan horizontal yang membagi format menjadi kolom dan margin. Adapun jenis – jenis yang *grid* menurut Robin Landa ada 7 jenis yaitu:

1. *Single Column Grid*

Menentukan apakah margin simetris atau asimetris, serta margin lebar atau kecil, akan paling baik menunjukkan material sebagai perhatian yang estetika untuk memperindah, menjadi pertimbangan penting dalam proses desain. Keputusan tentang margin ini seringkali didasarkan pada konteks dan tujuan desain tertentu. Margin simetris dapat memberikan kesan keseimbangan dan formalitas, cocok untuk desain yang lebih serius atau profesional. Sementara itu, margin asimetris dapat menambahkan dinamika visual dan menarik perhatian, cocok untuk desain yang lebih kreatif atau eksperimental. Begitu pula, margin lebar dapat memberikan kesan lapang dan lega, sementara margin yang lebih kecil dapat menciptakan tampilan yang lebih padat dan fokus. Oleh karena itu, pemilihan margin yang tepat tidak hanya memengaruhi estetika keseluruhan dari materi yang disajikan, tetapi juga berperan penting dalam menyampaikan pesan dan emosi yang diinginkan kepada audiens. (Landa, 2014, hlm. 175).



Gambar 2.8 Contoh Poster *Single Column Grid*

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/ec358035446315.560620601112f.jpg

2. *Multicolumn Grid*

Sebuah *grid* membuat semuanya tetap pada tempatnya dengan tata letak yang teratur dan terorganisir. Salah satu tujuan memiliki struktur *grid* menjadi lebih jelas ketika mempertimbangkan garis dan bagaimana *grid* secara efisien mengatur dan menjaga objek di tempat yang seharusnya. Dengan adanya *grid*, setiap elemen desain memiliki posisi yang telah ditetapkan dengan jelas, memastikan bahwa komponen-komponen tersebut berada dalam hubungan yang tepat satu sama lain. Garis-garis *grid* memberikan panduan visual yang kuat bagi desainer dalam menempatkan dan menyusun elemen-elemen secara proporsional dan konsisten. Dengan demikian, struktur *grid* membantu menciptakan tampilan yang lebih rapi, mudah dibaca, dan menarik perhatian, serta memungkinkan fleksibilitas dalam pengaturan dan penyesuaian desain sesuai kebutuhan dan preferensi. (Landa, 2014, hlm. 177).



Gambar 2.9 Contoh Poster *Multicolumn Grid*

Sumber: <http://tinyurl.com/bd6f74mh>

3. *Columns and Column Intervals*

Teks dan gambar diakomodasi dalam kolom, yang merupakan perataan atau pengelompokan vertikal. Jumlah kolom dalam *grid* apapun ditentukan oleh sejumlah elemen, termasuk konsep, tujuan, dan bagaimana perancang ingin menyajikan konten. Dalam proses desain, pemilihan jumlah kolom juga dipengaruhi oleh kompleksitas konten dan preferensi visual yang diinginkan. Misalnya, untuk konten yang lebih kompleks atau variatif, jumlah kolom yang lebih banyak diperlukan untuk menampung semua elemen dengan rapi dan

terorganisir. Di sisi lain, untuk tampilan yang lebih sederhana atau fokus pada satu elemen utama, jumlah kolom yang lebih sedikit dapat memberikan kesan visual yang lebih bersih dan jelas. Oleh karena itu, pemilihan jumlah kolom merupakan langkah penting dalam proses desain *grid*, yang berdampak langsung pada kejelasan, keteraturan, dan daya tarik visual dari layout yang dihasilkan. (Landa, 2014, hlm. 179).



Gambar 2.10 Contoh Poster Columns and Column Intervals

Sumber: <http://tinyurl.com/3tabu9vs>

4. *Flowlines*

Flowlines membantu mengarahkan aliran visual dengan membangun keselarasan horizontal dalam sebuah kotak atau *grid*, menciptakan satu set unit spasial yang disebut modul ketika garis aliran dibuat secara berkala. Modul-modul ini memastikan penempatan elemen desain yang teratur dan konsisten, menciptakan komposisi yang harmonis. *Flowlines* dapat digambar dengan interval teratur atau tidak teratur, memberikan kesan keteraturan atau dinamika sesuai kebutuhan desain. Dengan demikian, *flowlines* tidak hanya membantu menciptakan struktur yang jelas dan mudah dipahami, tetapi juga memungkinkan desainer untuk menarik perhatian pada elemen-elemen tertentu dalam tata letak. (Landa, 2014, hlm. 180).

5. *Grid Modules*

Unit individu yang dihasilkan oleh persimpangan kolom vertikal dan garis aliran horizontal dikenal sebagai modul *grid*. Modul *grid* ini berfungsi sebagai dasar untuk mengatur elemen-elemen desain secara

terstruktur dan teratur. Dalam modul *grid*, blok teks atau gambar diletakkan dengan memperhatikan keselarasan dan proporsi, sehingga menciptakan tata letak yang estetik dan mudah dibaca. Sebuah blok teks atau gambar dapat ditempatkan pada satu atau lebih modul saat menggunakan *grid* modular, tergantung pada ukuran dan kebutuhan visual dari elemen tersebut. Dengan demikian, *grid* modular tidak hanya membantu dalam menjaga konsistensi visual, tetapi juga memberikan fleksibilitas bagi desainer untuk mengatur elemen-elemen secara kreatif dan efektif, memastikan bahwa setiap komponen desain ditempatkan dengan tepat untuk mencapai hasil yang optimal. (Landa, 2014, hlm. 180).

6. *Spatial Zone*

Zona spasial adalah bidang unik yang dibuat dengan menggabungkan banyak modul *grid* untuk mengatur susunan elemen grafis yang berbeda. Teks, gambar, atau keduanya dapat menjadi fokus zona spasial. Pertahankan hubungan proporsional, Aturan Gutenberg, dan bobot visual saat membuat zona spasial (Landa, 2014, hlm. 180).

7. *Modular Grids*

Modul adalah unit individu yang dihasilkan oleh persimpangan kolom dan garis aliran dalam kotak modular. Gambar dan teks dapat ditempatkan dalam satu atau lebih modul. Informasi dapat dipotong menjadi modul individu atau dikelompokkan bersama ke dalam zona, yang merupakan manfaat praktis dari *grid* modular (Landa, 2014, hlm. 181).

2.1.3 *Typography*

Typeface adalah kumpulan karakter dengan jenis yang sebanding yang digabungkan menjadi properti visual yang kohesif dan konsisten. Bahkan setelah dimodifikasi, tipografi dapat dikenali karena sifatnya masih dapat dibedakan dari kumpulan karakter lainnya (Landa, 2014, hlm. 44).

Tipografi dibagi menjadi delapan kategori, *old style*, transisi, modern, serif, sans serif, blackletter, skrip, dan dekoratif. Karena huruf adalah simbol

yang mengekspresikan pesan, mereka harus memiliki fitur yang membuatnya dapat dibaca dan mudah dikenali. (Landa, 2014, hlm. 44).

1. Old Style

Typeface ini memiliki *font* serif yang memiliki sudut dan kurung di ujung *typeface*, salah satu contoh *typeface old style* ini adalah *Garamond, Goudy, Palatino, and Minion*.

2. Modern

Typeface ini memiliki bentuk karakteristik berbeda dengan *typeface* sebelumnya karena bentuknya lebih geometris daripada yang lain, dengan bagian tipis tipis yang menekankan bagian vertikal. Contoh *font* yang berbentuk *modern Noir*.

3. Slab Serif

Typeface ini memiliki bentuk karakteristik serif dan memiliki dataran yang flat seperti *font Rockwell, Clarendon, Courier, dan Memphis*.

4. Sans Serif

Typeface ini memiliki bentuk karakteristik sama seperti modern. Contoh *font* yang berbentuk Sans Serif adalah *Montserrat, Helvetica, dan Futura*.

2.1.4 Photography

Fotografi, menurut Landa (2014), adalah visual yang diciptakan dari tangkapan kamera. Salah satu jenis gambar yang paling banyak digunakan dalam komunikasi visual saat ini adalah fotografi. Fotografi manusia merupakan bagian dari fotografi di mana orang menjadi subjek utama. Ada berbagai bentuk fotografi tergantung pada subjeknya. Kategori fotografi manusia sangat beragam.

Sebuah foto yang diambil menggunakan “Portret Photography” menampilkan ekspresi subjek di wajah mereka. Sebuah genre fotografi yang dikenal sebagai “*Human Interest Photography*” bertujuan untuk membangkitkan empati dengan menangkap kehidupan sehari-hari dan hubungan manusia. “*Stage Photography*” adalah bagian dari fotografi di mana topik utamanya adalah kegiatan hiburan. “*Sport Photography*” menangkap pemain atau acara olahraga selama pertandingan atau turnamen. Sebuah gaya

fotografi yang dikenal sebagai "*Glamour Photography*" berpusat pada orang yang berpose sambil memanipulasi kurva dan bayangan untuk memberikan kesan yang menarik. Mendokumentasikan atau menangkap momen dari acara pernikahan adalah fokus dari "*Wedding Photography*". Untuk mendapatkan foto terbaik, fotografer pernikahan perlu memiliki kombinasi pengalaman dengan fotografi glamour dan potret.

2.2 Kampanye

Menurut Venus (2018), kampanye adalah upaya yang disusun secara terencana untuk menyampaikan gagasan atau pesan kepada suatu kelompok orang. Berbeda dengan propaganda yang sering kali memiliki konotasi negatif, kampanye lebih didasarkan pada pendekatan akademis yang jelas. Dalam menjalankan kampanye, berbagai teknik dan teori persuasi telah diuji dan terbukti efektif.

2.2.1 Tujuan Kampanye

Menurut buku Manajemen Kampanye karya Venus, kampanye telah dilaksanakan dalam berbagai topik dan situasi. Sehingga, fungsi dan tujuan spesifik dari setiap kampanye tersebut berbeda. Namun, semua kampanye tersebut dilakukan dengan tujuan utama untuk mengubah gagasan atau opini yang positif, atau meningkatkan pengetahuan.

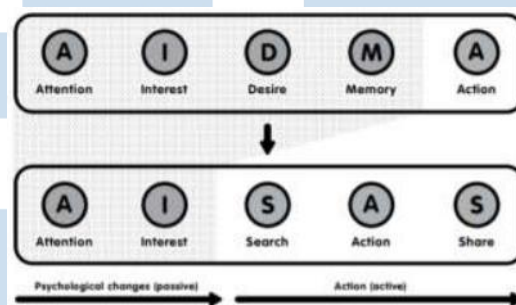
Inisiatif perubahan yang terlibat dalam kampanye selalu tidak pernah jauh dari kesadaran, perilaku, dan tindakan. Ketiganya saling berhubungan dan harus dicapai secara bertahap untuk mewujudkan perubahan. Tahapan-tahapan tersebut dan tujuannya adalah:

1. Tahap awal peluncuran kampanye merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengubah tingkat pengetahuan masyarakat, mengubah gagasan tertentu, mengubah keyakinan, atau meningkatkan wawasan.
2. Tahap selanjutnya melibatkan tindakan, kegiatan dilakukan untuk membangkitkan minat dan sikap simpati masyarakat terhadap topik kampanye.
3. Tahap terakhir dilakukan untuk benar-benar mengubah perilaku masyarakat, baik perubahan tersebut terjadi secara tiba-tiba maupun

melalui proses yang berkelanjutan dan bertahap, dengan tujuan menciptakan dampak yang signifikan dan bertahan lama.

2.2.2 Strategi AISAS

Model-model komunikasi yang umum dikenal sebelumnya adalah AIDA, AIDCA, atau AIDMA. Namun, model AISAS pertama kali diusulkan oleh Dentsu pada tahun 2005 setelah munculnya internet yang mengubah pola konsumen dan komunikasi pasar. Dentsu sendiri telah menggunakan model ini dalam berbagai kampanye yang dilakukannya (Meilyana, 2018):



Gambar 2.11 Tabel AISAS

Sumber: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/wp-content/uploads/sites/18/2018/08/aisas5.png>

Konsep komunikasi model AISAS pada dasarnya tidak bersifat linier, di mana setiap tahapannya dapat digunakan sesuai kebutuhan tanpa perlu mengikuti urutan tertentu. Menurut tahapan-tahapan pada AISAS, tahap pertama adalah attention yang bertujuan untuk memperkenalkan kampanye kepada masyarakat dengan iklan yang mampu menarik perhatian. Kemudian, tahap interest di mana proses masyarakat menjadi tertarik dengan kampanye yang telah diperkenalkan sebelumnya. Setelah mencapai ketertarikan, kampanye masuk ke tahap search di mana masyarakat mulai mencari informasi terkait topik kampanye. Selanjutnya, pada tahap action, masyarakat melakukan tindakan yang terlibat dalam kampanye. Tahap terakhir adalah share di mana masyarakat yang terlibat dalam kampanye akan menyebarkan pengalaman yang mereka rasakan.

2.3 Financial Technology

Financial Technology telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, mengubah cara kita mengelola keuangan dan melakukan transaksi. Ini

menawarkan banyak manfaat, seperti peningkatan aksesibilitas, efisiensi biaya, kenyamanan yang ditingkatkan, dan inklusi keuangan yang diperbaiki. *Fintech* telah merevolusi industri keuangan, memberdayakan individu dan bisnis untuk memiliki kendali lebih besar atas aktivitas keuangan mereka.

Di Indonesia, perkembangan teknologi keuangan telah mengalami momentum signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan startup *Fintech* didukung oleh pendirian Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) pada tahun 2015, yang telah membantu membangun kepercayaan dan keyakinan dalam layanan *Fintech* di kalangan masyarakat. Akibatnya, jumlah perusahaan *Fintech* di Indonesia telah meningkat dengan cepat, dengan sekitar 140 perusahaan *Fintech* terdaftar yang terdaftar oleh Otoritas Jasa Keuangan (Verihubs, 2022).

Teknologi keuangan di Indonesia telah memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Ini telah menyederhanakan dan mempercepat transaksi keuangan, memudahkan individu untuk mengakses layanan keuangan untuk berbagai tujuan, seperti kebutuhan pendanaan. *Fintech* juga telah berkontribusi pada inklusi keuangan dengan menyediakan layanan kepada populasi yang sebelumnya kurang dilayani, memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan formal. Secara keseluruhan, *Fintech* telah mengubah perilaku orang Indonesia, menawarkan solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan yang terus berkembang dari individu dan bisnis.

Ada beberapa tipe dari *Fintech* itu sendiri yang pertama ada bank digital seperti neobank, seabank, dan bank jago, kedua ada pembayaran digital seperti ovo, gopay, dan shopee pay, ketiga manajemen kekayaan seperti platform investasi *online*, *robo-advisor*, dan manajemen utang, keempat mata uang digital seperti *cryptocurrency*, kelima ada pemberi pinjaman seperti paylater dan pinjaman *online*.

2.3.1 Tujuan *Financial Technology*

Tujuan dari *Financial Technology* (*Fintech*) adalah untuk menghadirkan inovasi dan solusi teknologi dalam industri keuangan. *Fintech* bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kemudahan dalam

layanan keuangan. Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai tujuan dari *Financial Technology*:

1. Meningkatkan Aksesibilitas Keuangan

Salah satu tujuan utama dari *Fintech* adalah untuk meningkatkan aksesibilitas keuangan bagi individu dan bisnis yang sebelumnya sulit untuk mendapatkan layanan keuangan tradisional. Melalui pemanfaatan teknologi digital, *Fintech* mampu memberikan layanan keuangan yang lebih mudah dijangkau dan lebih inklusif, seperti pembayaran digital yang dapat dilakukan dengan cepat dan aman, pinjaman *online* yang memudahkan proses pengajuan dan persetujuan kredit, serta investasi digital yang memungkinkan pengguna untuk mengelola dan mengembangkan aset mereka dengan cara yang lebih fleksibel dan efisien. Dengan demikian, *Fintech* berperan penting dalam meruntuhkan hambatan akses ke layanan keuangan dan membantu mempercepat inklusi keuangan secara luas.

2. Meningkatkan Efisiensi Transaksi Keuangan

Fintech bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi keuangan. Dengan menggunakan teknologi canggih seperti blockchain, *Fintech* mampu mengurangi biaya serta waktu yang diperlukan dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan. Misalnya, dalam hal transfer uang, teknologi blockchain dapat memastikan bahwa transfer dilakukan secara cepat, aman, dan transparan, tanpa memerlukan perantara tradisional yang sering kali memperlambat proses. Selain itu, otomatisasi memungkinkan pembayaran dan transaksi rutin lainnya diproses dengan lebih cepat dan akurat, mengurangi kemungkinan kesalahan manusia dan mempercepat penyelesaian transaksi. Dengan demikian, *Fintech* tidak hanya mempercepat dan menyederhanakan transaksi, tetapi juga menawarkan solusi yang lebih hemat biaya dan lebih efektif dibandingkan metode tradisional.

3. Memperluas Inklusi Keuangan

Fintech juga bertujuan untuk memperluas inklusi keuangan, yaitu memberikan akses ke layanan keuangan kepada individu atau kelompok yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan tradisional. Melalui aplikasi mobile dan teknologi digital lainnya, *Fintech* dapat mencapai populasi yang terpinggirkan dan memberikan mereka akses ke layanan keuangan yang penting.

4. Meningkatkan Pengalaman Pengguna

Salah satu fokus utama *Fintech* adalah meningkatkan pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan keuangan. Dengan antarmuka yang intuitif, pengguna dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan layanan keuangan melalui perangkat mobile atau komputer mereka. *Fintech* juga berusaha untuk memberikan layanan yang lebih personal dan disesuaikan dengan kebutuhan individu.

5. Mendorong Inovasi Keuangan

Fintech bertujuan untuk mendorong inovasi dalam industri keuangan dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan menggabungkan teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), *big data*, dan analitik, *Fintech* mampu menghasilkan berbagai solusi baru yang revolusioner serta mengubah cara tradisional dalam menyediakan layanan keuangan. Misalnya, kecerdasan buatan dapat digunakan untuk memprediksi tren pasar dan memberikan rekomendasi investasi yang lebih akurat, sementara *big data* memungkinkan analisis mendalam terhadap pola transaksi untuk mendeteksi penipuan dan risiko dengan lebih cepat dan tepat. Analitik canggih juga membantu dalam personalisasi layanan, memastikan bahwa setiap pelanggan mendapatkan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka. Dengan demikian, *Fintech* tidak hanya menghadirkan inovasi yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas, tetapi juga merevolusi seluruh ekosistem keuangan dengan pendekatan yang lebih modern, adaptif, dan responsif terhadap perubahan dinamis.

2.3.2 Konsep *Financial Technology*

Financial Technology (Fintech) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan inovasi dan penggunaan teknologi dalam industri keuangan. *Fintech* mengintegrasikan teknologi dengan layanan keuangan untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan pengalaman pengguna dalam berbagai aktivitas keuangan. Berikut adalah beberapa konsep penting yang terkait dengan *Fintech*:

1. *Digital Payments*

Fintech telah mengubah cara kita melakukan pembayaran. Dengan adanya aplikasi mobile banking, dompet digital (e-wallet), dan platform pembayaran *online*, kita dapat melakukan transaksi secara cepat, mudah, dan aman. Contoh *Fintech* dalam bidang pembayaran adalah GoPay, OVO, dan DANA.

2. *Peer-to-Peer (P2P) Lending*

P2P lending adalah model bisnis *Fintech* yang mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman melalui platform *online*. Ini memberikan akses ke pinjaman bagi individu dan usaha kecil yang sebelumnya sulit mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan tradisional. Contoh platform *P2P lending* adalah LendingClub dan Funding Circle.

3. *Robo-Advisors*

Robo-advisor adalah platform yang menggunakan kecerdasan buatan (AI) dan algoritma untuk memberikan saran investasi secara otomatis. Mereka menganalisis profil risiko dan tujuan keuangan investor untuk memberikan portofolio investasi yang disesuaikan. Contoh *robo-advisor* adalah Betterment dan Wealthfront.

4. *Blockchain dan Cryptocurrency*

Blockchain adalah teknologi yang mendasari mata uang digital seperti Bitcoin dan Ethereum. Ini adalah sistem terdesentralisasi yang memungkinkan transaksi keuangan yang aman dan transparan tanpa

perlu melibatkan pihak ketiga. Blockchain juga memiliki potensi untuk mengubah cara kita melakukan transaksi dan menyimpan data keuangan.

5. *Insurtech*

Insurtech mengacu pada penggunaan teknologi dalam industri asuransi. Ini mencakup platform *online* untuk membeli polis asuransi, analisis data untuk menentukan risiko, dan penggunaan teknologi wearable untuk memantau kesehatan dan memberikan penawaran asuransi yang disesuaikan. Contoh insurtech adalah Lemonade dan Oscar Health.

6. *Open Banking*

Open banking adalah konsep di mana data keuangan nasabah dapat dibagikan dengan aman antara lembaga keuangan yang berbeda melalui API (Application Programming Interface). Ini memungkinkan nasabah untuk mengakses dan mengontrol data keuangan mereka dengan lebih mudah, serta memungkinkan pengembangan aplikasi dan layanan baru oleh pihak ketiga.

2.3.3 Penerapan *Financial Technology*

Penerapan *Financial Technology* (*Fintech*) telah membawa perubahan signifikan dalam industri keuangan. Seperti peningkatan aksesibilitas keuangan, efisiensi transaksi, dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Namun, perlu diingat bahwa penerapan *Fintech* juga membawa tantangan baru, termasuk keamanan data dan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, regulasi dan kebijakan yang tepat perlu diterapkan untuk memastikan keberlanjutan dan keamanan penggunaan *Fintech*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A