

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan media informasi *website* tentang pola hidup *overspending* pada Gen Z merupakan perancangan yang menggunakan metode perancangan HCD (*Human-Centered Design*) oleh (IDEO, 2015). Metode ini memiliki 3 tahapan perancangan, yaitu *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*. Proses perancangan diawali penulis dengan tahapan *inspiration*. Dalam tahapan ini, penulis mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara observasi, wawancara, dan juga FGD. Data-data tersebut kemudian dilengkapi dengan adanya studi eksisting dan juga studi referensi agar data yang diperoleh menjadi semakin akurat. Dari data-data yang diperoleh, penulis mengetahui bahwa banyak anak muda yang tergolong Gen Z banyak yang kurang *aware* dengan istilah *overspending* dan secara tidak sadar melakukan tindakan *overspending* tersebut dengan berbagai alasan sosial. Wawancara dengan ahli pun kemudian dilakukan untuk mencari tahu metode informasi apa yang paling sesuai untuk menginformasikan Gen Z mengenai *overspending*, dan sebagian besar setuju bahwa *website* dengan implementasi berbagai masukan dari para ahli sudah sesuai dengan target perancangan penulis.

Agar informasi yang didapatkan penulis lebih mendetail, maka selanjutnya penulis melakukan FGD terhadap target audiens perancangan penulis untuk mengetahui lebih dalam preferensi sebuah *website* mengenai literasi *overspending* yang sekiranya akan menarik bagi mereka. Dapat disimpulkan bahwa mereka cenderung lebih menyukai *website* dengan tulisan minimal, namun memiliki banyak gambar dan juga *micro-content* seperti video. Tahapan selanjutnya adalah untuk tahapan *ideation* dimana penulis mulai menentukan konsep awal untuk membuat perancangan penulis yang terdiri dari penentuan *mindmap*, *big idea*, *moodboard*, *sitemap*, *flowchart*, dan juga *low-fidelity*. Komponen-komponen inilah yang menentukan bentuk visual dan juga fungsi dari *website* informatif penulis. Setelah semuanya sudah terkumpul, maka tahapan

berikutnya adalah *implementation* yang merupakan tahapan untuk memulai pembuatan *high-fidelity* berdasarkan masukan yang didapat pada semua tahapan sebelumnya. Setelah pembuatan *high-fidelity*, penulis melanjutkan proses perancangan dengan *alpha-testing* beserta pengubahan desain perancangan berdasarkan masukan dari user pada saat *alpha test*. Setelah melakukan pengubahan tersebut, penulis kemudian juga merancang media sekunder berupa beberapa media promosi seperti *post* dan *story* Instagram serta *digital ads* dan *merchandise* sebagai pelemkap. Tahapan paling akhir adalah untuk melakukan *beta testing* yang lebih berfokus pada keseluruhan media dan juga fungsionalitas interaktivitas pada *website*. Hasil dari *beta test* menunjukkan bahwa perancangan *website* yang sudah direvisi dan disempurnakan sudah sesuai target dan juga informasi sudah dapat disampaikan dengan baik.

Perancangan media informasi *website* untuk pola hidup *overspending* ini dapat dibilang sudah memenuhi ekspektasi dan berhasil untuk memberikan informasi mengenai *overspending* ke target audiens dengan sangat baik. Audiens yang merupakan Gen Z yang sebagian besar merupakan mahasiswa dan *freshgraduate* juga memiliki pengetahuan baru mengenai penyebab dan juga pengertian mengenai *overspending* serta memiliki kesadaran baru untuk mulai menabung setelah mencoba *website* yang dirancang oleh penulis.

5.2 Saran

Berdasarkan perancangan media informasi tentang pola hidup *overspending* dalam bentuk *website* yang telah dirancang oleh penulis, penulis mendapatkan saran dari dewan sidang sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan selanjutnya. Masukan yang di dapat sebagai berikut:

1. Memberi penambahan teori yang dapat mendukung perancangan media informasi agar memiliki pondasi teori yang lebih kuat. Dalam hal ini teori yang ditambahkan merupakan teori mengenai komunikasi persuasif yang akan ditambahkan dalam tinjauan pustaka.

2. Menambahkan rincian proses perancangan dari aset yang digunakan hingga media utama maupun media sekundernya. Proses perancangan ini meliputi aset yang digunakan maupun aset yang tidak digunakan akibat adanya masukan dari pengguna.

Setelah mendapatkan masukan dari dewan sidang, terdapat beberapa saran yang dapat ditujukan kepada peneliti lain yang akan mengambil penelitian yang serupa sebagai berikut:

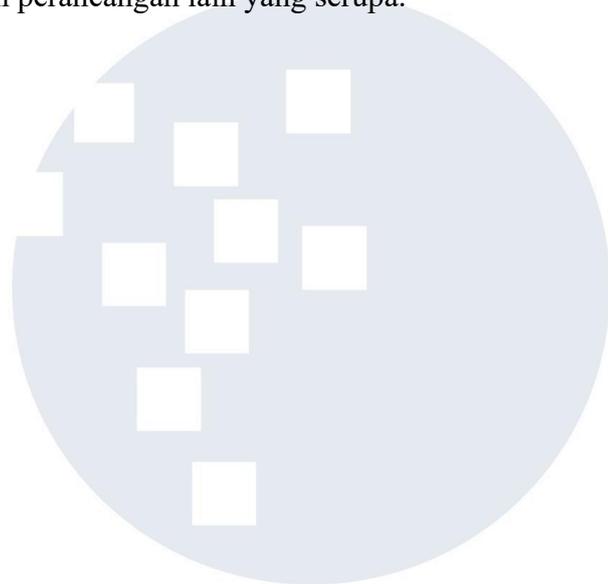
1. Teoritis

Untuk topik mengenai keuangan ataupun yang serupa, alangkah lebih baik apabila sedari awal penulis mendapatkan bimbingan tahapan demi tahapan dengan spesialis keuangan yang benar-benar spesialisasinya pada bidang keuangan tersebut dan sering berinteraksi dengan Gen Z. Penulis selama perancangan ini merasa bahwa terdapat kurangnya orang-orang yang berpengalaman sekaligus dalam segi keuangan dan mengatasi Gen Z mempersulit penulis dalam mencari data dan juga preferensi dari target audiens. Perlunya juga akses yang mudah terhadap organisasi-organisasi keuangan juga merupakan salah satu hal yang harus dipertimbangkan apabila ingin mengambil penelitian yang serupa dengan penulis. Apabila mendapatkan kerja sama dari organisasi keuangan terkait, maka akan jauh lebih memudahkan proses dalam perancangan media informasi tersebut.

2. Praktis

Media informasi berupa *website* merupakan suatu hal yang sangat *niche* dan sudah terlalu sering dijumpai oleh semua orang sehingga muncullah rasa skeptis apabila wujudnya berbasis *website*. Oleh karena itu, perlunya untuk menjadi berbeda daripada yang lain atau *think out of the box* merupakan salah satu faktor penting apabila ingin perancangan tentang hal yang bisa dibilang membosankan ini dapat berhasil. Dalam perancangan media informasi ini alangkah baiknya apabila setiap tahapan melalui proses kurasi dari teman-teman atau target audiens yang terkait. Hal ini dapat memudahkan dalam proses

development maupun *riset* yang dibutuhkan agar perancangan media informasi ini dapat berhasil dan bekerja sempurna. Adapula yang perlu dipertimbangkan adalah perancangan media sekunder yang harus diluar hal-hal yang biasa yang dapat melambangkan topik yang diangkat penulis. Hal ini bertujuan agar topik *mainstream* yang diangkat oleh penulis memiliki nilai jual dan juga keunggulan dibandingkan perancangan lain yang serupa.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA