

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PINJAMAN
ONLINE DI INDONESIA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Angelica Oktavia Ziliwu
00000056698**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PINJAMAN
ONLINE DI INDONESIA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Angelica Oktavia Ziliwu

00000056698

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Angelica Oktavia Ziliwu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056698
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PINJAMAN ONLINE DI INDONESIA

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Desember 2024



Angelica Oktavia Ziliwu

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PINJAMAN ONLINE
DI INDONESIA**

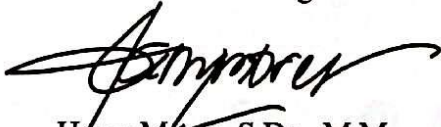
Oleh

Nama Lengkap : Angelica Oktavia Ziliwu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056698
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 7 Januari 2025
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

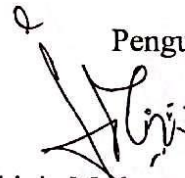
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Harry Mores, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790

Penguji



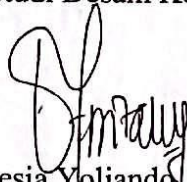
Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

Pembimbing



Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/083675

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Angelica Oktavia Ziliwu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056698
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/-S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
EDUKASI PINJAMAN ONLINE
DI INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Angelica Oktavia Ziliwu

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya yang membantu saya menyelesaikan proposal berjudul *Perancangan Kampanye Edukasi Pinjaman Online di Indonesia*. Judul dan topik ini membuat saya tertarik karena permasalahan *pinjol* di kalangan masyarakat Indonesia yang akhir-akhir ini melonjak tinggi dan memprihatinkan. Oleh sebab itu, saya memilih judul ini untuk membantu mengurangi tingkat konsumtif masyarakat Jawa Barat yang memanfaatkan *pinjol* dengan tidak bijak dan produktif.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Mariska Legia S.Ds., M.B.A., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman dan sahabat saya yang sudah memberikan dukungan baik secara material dan moral.

Harapan saya, agar perencanaan ini dapat menjadi sebuah referensi dan sumber sekunder untuk desainer yang ingin merancang desain seputar permasalahan keuangan khususnya pinjaman *online*.

Tangerang, 17 Desember 2024



Angelica Oktavia Ziliwu

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PINJAMAN ONLINE DI INDONESIA

Angelica Oktavia Ziliwu

ABSTRAK

Pinjol atau pinjaman *online* merupakan sebuah jasa inovatif dari *Financial Technology* yang digunakan untuk memudahkan masyarakat Indonesia meminjam uang secara *online* tanpa memerlukan jaminan. Alasan masyarakat memakai jasa *pinjol*, untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang tidak terpenuhi termasuk gaya hidup yang konsumtif. Konsumtif merupakan gaya hidup boros yang suka menghamburkan uang tanpa pertimbangan yang matang dan pinjaman *online* sering dijadikan pemasukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif masyarakat. Jika hal ini terus terjadi, akan mempengaruhi ekonomi masyarakat yang menyebabkan kredit macet dan menyebabkan terlilit hutang dengan jumlah besar, stress, depresi hingga bunuh diri. Rendahnya edukasi tentang *pinjol* yang baik di Indonesia membuat penulis hendak merancang sebuah kampanye edukasi yang persuasif dengan pendekatan visual dan informasi pada rentang umur yang rawan melakukan *pinjol*, yaitu 19-30 tahun. Perancangan kampanye ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan edukasi untuk melakukan *pinjol* secara bijak dan produktif bukan untuk konsumtif. Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif yang diambil dari teknik kuesioner, wawancara, studi eksisting dan referensi. Perancangan ini menggunakan metode HCD (*Human Centered Design*) untuk penelitian yang terdiri dari *Inspiration*, *Ideation* dan *Implementation*, serta AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) yang berfokus pada media sosial. Hasil dari kampanye ini ditujukan untuk mempersuasi dan mengubah perilaku target yang menggunakan *pinjol* untuk kebutuhan konsumtif demi mencegah tingkat depresi dan bunuh diri di Indonesia karena pinjaman *online*.

Kata kunci: Kampanye edukasi, pinjaman *online*

EDUCATION CAMPAIGN DESIGN OF ONLINE LENDING IN INDONESIA

Angelica Oktavia Ziliwu

ABSTRACT (English)

Pinjol or online lending is an innovative service from Financial Technology that is used to make it easier for Indonesians to borrow money online without requiring collateral. The reason people use pinjol services, to meet unmet economic needs including a consumptive lifestyle. Consumptive is a wasteful lifestyle that likes to spend money without careful consideration and online loans are often used as income to meet people's consumptive needs. If this continues to happen, it will affect the community's economy which causes bad credit and leads to large amounts of debt, stress, depression and suicide. The lack of good education about pinjol in Indonesia makes the author want to design a persuasive educational campaign with a visual and informational approach to the age range that is prone to pinjol, namely 19-30 years. The design of this campaign aims to provide understanding and education to borrow money wisely and productively, not for consumptive purposes. In the data collection process, the author uses mixed methods, namely qualitative and quantitative, which are taken from questionnaire techniques, interviews, existing studies and references. This design uses the HCD (Human Centered Design) method for research consisting of Inspiration, Ideation and Implementation, and AISAS (Attention, Interest, Search, Action, and Share) which focuses on social media. The outcome of this campaign is intended to persuade and change the behavior of targets who use pinjol for consumptive needs in order to prevent the level of depression and suicide in Indonesia due to online loans.

Keywords: Education campaign, online lending

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (English).....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Komposisi.....	5
2.1.2 Warna.....	14
2.1.3 Tipografi	17
2.1.4 Ilustrasi	19
2.2 Kampanye	19
2.3 Website	19
2.3.1 Manfaat Website	20
2.3.2 Tujuan Website	20
2.3.3 UI (User Interface).....	21
2.3.4 UX (User Experience).....	21
2.3.5 Information Architecture.....	21

2.3.6 Website Dinamis.....	22
2.3.7 Desain Responsif	22
2.3.8 Aksesibilitas	22
2.4 Human Centered Design	22
2.4.1 Inspiration	23
2.1.1 Ideation.....	23
2.1.1 Implementation	24
2.5 Pinjaman Online	24
2.5.1 Penyebab Pinjaman Online	24
2.5.2 Tipe Pinjaman Online	25
2.5.3 Resiko Pinjaman Online	25
2.5.4 Hubungan Pinjaman Online dan Literasi Keuangan	26
2.6 Penelitian Yang Relevan.....	26
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	29
3.1 Subjek Perancangan	29
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	30
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	31
3.3.1 Wawancara.....	32
3.3.2 Kuesioner	33
3.3.3 Studi Ekisting	35
3.3.4 Studi Referensi	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	36
4.1 Hasil Perancangan	36
4.1.1 Inspiration	36
4.1.2 Ideation.....	52
4.1.3 Implementation	68
4.1.4 Brand Mandatory	79
4.1.5 Analisis Alpha Test	80
4.2 Pembahasan Perancangan	82
4.2.1 Perbaikan Alpha Test.....	82
4.2.2 Analisis Beta Test.....	88
4.2.3 Perbaikan Beta Test	92

4.2.4 Analisis Desain Media Utama (Website).....	94
4.2.5 Analisis Desain Poster.....	103
4.2.6 Analisis Desain Instagram Feeds.....	107
4.2.7 Analisis Desain Instagram Story	114
4.2.8 Anggaran	119
BAB V PENUTUP	120
5.1 Simpulan	120
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	126



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Ynag Relevan.....	22
Tabel 4.1 Tabel Data Responden	36
Tabel 4.2 Tabel Data Responden	37
Tabel 4.3 Tabel Data Responden	39
Tabel 4.4 Tabel Data Responden <i>Alpha Test</i>	76
Tabel 4.5 Tabel Data Responden <i>Beta Test</i>	83
Tabel 4.6 Tabel Data Responden <i>Beta Test</i>	84
Tabel 4.7 Tabel Data Responden <i>Beta Test</i>	86
Tabel 4.8 Anggaran Perancangan dan Publikasi.....	113



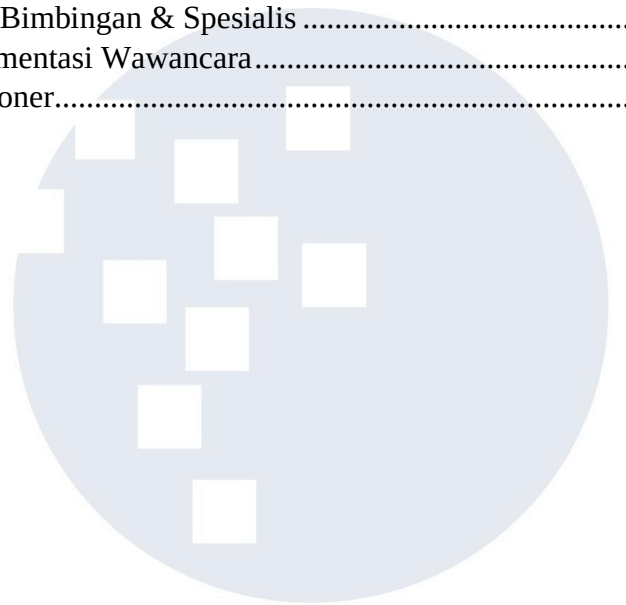
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komposisi	4
Gambar 2.2 Golden Ratio	5
Gambar 2.3 <i>Positive and Negatif Space</i>	6
Gambar 2.4 Hukum Closure	6
Gambar 2.5 Rule of Third.....	7
Gambar 2.6 Simetris	8
Gambar 2.7 Asimetris	8
Gambar 2.8 <i>Grid</i> Tiga Kolom.....	10
Gambar 2.9 <i>Grid</i> Empat Kolom.....	10



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	120
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	120
Lampiran Dokumentasi Wawancara.....	120
Lampiran Kuesioner.....	121



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA