

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kesimpulan dari perancangan ini adalah karena minimnya media informasi dan edukasi terkait pinjol, maka banyak masyarakat Indonesia yang terjerat pinjol karena gaya hidup yang konsumtif. Segala cara dilakukan hingga melakukan pinjol ilegal. Dari hasil kuesioner dan beberapa penelitian yang dilakukan pada perancangan di atas, terbukti masih banyak masyarakat khususnya di daerah Jawa Barat tidak mengetahui adanya media edukasi terkait pinjol terutama dari OJK. Hal ini lah yang membuat presentase hutang pinjol sangat besar di Jawa Barat. Selain itu, masih banyak juga yang melakukan pinjol tanpa berfikir terlebih dahulu tujuan sebenarnya dan langsung melakukan pinjol.

Oleh sebab itu perancangan kampanye ini ditujukan untuk meningkatkan edukasi untuk calon pengguna pinjol. Perancangan ini menggunakan HCD (Human Centered Design) yang terdiri dari tiga tahapan yaitu Inspiration, Ideation dan Implementation untuk penelitian dan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk strategi kampanye.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan kampanye edukasi pinjaman online dengan media website, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pengembangan penelitian dan perancangan kampanye ini, yaitu:

- 1) Target utama akan lebih cocok menyasar ke SES C untuk penelitian pinjaman *online* karena mempertimbangkan literasi digital SES C di Indonesia yang masih rendah akibat dari kebiasaan yang mayoritas masih menggunakan media *digital* untuk tujuan hiburan saja, bukan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman, mengasah *skill*, atau memperbaiki kualitas hidup secara *general*. Selain itu, akses informasi edukatif atau finansial biasanya dianggap tidak menarik

atau sulit dipahami. SES C memiliki pemahaman yang rendah akibat dari kualitas pendidikan atau terpaksa atau bisa karena memilih *drop out* sekolah untuk bekerja, sehingga apapun informasi yang diterima bisa saja ditafsirkan mentah-mentah tanpa diolah atau dicek validitasnya, sehingga membuat mereka mudah tergoda iklan atau tawaran pinjol yang mencolok tanpa memahami konsekuensinya. Oleh sebab alasan-alasan tersebut, SES C akan menjadi target yang lebih baik untuk topik perancangan dan penelitian ini.

- 2) Psikografis harus lebih menasar ke target dan menyesuaikan kebiasaan-kebiasaan yang terkait pinjol dan keuangan.
- 3) User persona harus disesuaikan dengan narasumber yang diwawancara, begitupun sebaliknya.
- 4) Kuesioner akan lebih baik tidak menggunakan random sampling tapi langsung menasar ke target yang tepat dengan menambahkan pertanyaan pendapatan dan kebiasaan konsumtif yang menyebabkan mereka melakukan pinjol.
- 5) Studi eksisting akan lebih baik menggunakan eksisting kampanye yang sudah pernah ada sebelumnya terkait pinjol.
- 6) Warna dan tipografi dapat lebih di eksplor lagi.

