

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Penulis menetapkan subjek perancangan yang akan digunakan dalam pembuatan media kampanye ini, sesuai dengan segmentasi yang telah ditentukan sebagai target audiens yang dituju.

1. Demografis:

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 18-26 tahun

Dimock (2019) dalam *Pew Research Center* mengatakan Gen Z merupakan individu yang lahir antara tahun 1997-2012 dengan usia 13-28 tahun (Kamil & Laksmi, 2023, h.27). Saat ini, mereka berada dalam fase perguruan tinggi ataupun mulai memasuki dunia kerja (Arum et al., 2023, h.60). Purwati (2022), mengutarakan data dari KSEI menunjukkan 58,91% dari jumlah data *single investor identification* merupakan investor dibawah usia 30 tahun (Arum et al., 2023). Selain itu, menurut Karatri (2021) risiko investasi dan kemajuan teknologi memengaruhi minat pasar modal Gen Z khususnya dimasa pandemi Covid-19 (Febby Rahmawati & Rosita Rosita, 2023).

- c. Tingkat pendidikan : Minimal S1
- d. Kemampuan Literasi : *Well literate*
- e. SES : C-B

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, status sosial ekonomi terbagi menjadi empat yaitu rendah, sedang, tinggi dan super tinggi. Pendapatan dikategori sedang memiliki pendapatan di Rp 1.500.000 hingga Rp 2.500.000 dan kategori tinggi memiliki penghasilan antara Rp 2.500.000 hingga Rp 3.500.000 (Kasingku & Mantow, 2022, h.1993).

2. Geografis:

Area Jabodetabek

Penulis memilih area ini dikarenakan Jabodetabek melingkupi kota-kota besar di Indonesia yang disebut juga dengan kota metropolitan. (Madyatmadja et al., 2021, h.56). Maka dari itu, penulis memfokuskan perancangan ini kepada masyarakat di daerah Jabodetabek.

3. Psikografis:

- a. Individu yang berani mengambil risiko, namun cenderung kurang perhitungan dalam mengelola keuangan.
- b. *Tech Savvy*.
- c. Individu yang aktif di media sosial.
- d. Individu yang belajar melalui praktik langsung (*learning by doing*).
- e. Memiliki tanggung jawab finansial untuk kebutuhan utama yang banyak.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode kampanye yang digunakan penulis adalah *Caused-Oriented Campaign*, sebagaimana yang dikemukakan oleh Charles U. Larson (Bintang Nurijadi et al., 2024) Penulis memilih metode ini karena pendekatannya berfokus pada kampanye yang bertujuan menciptakan perubahan sosial dan mencapai tujuan tertentu dengan mendorong aksi nyata dari masyarakat.

Maka dari itu dalam membuat perancangan kampanye ini, penulis menggunakan metode perancangan desain milik Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design* yang terdiri dari beberapa tahap yaitu *Overview*, *Strategy*, *Ideas*, *Design*, *Production* dan *Implementation* (Landa, 2010). Sedangkan, pendekatan dalam penelitian ini penulis memanfaatkan metode campuran atau *mixed method*, Parjman dan Akhmad (2019) mengutarakan metode ini dilakukan dengan mengkombinasikan teknik, konsep, metode dari pendekatan kualitatif dan kuantitatif (Hakim Nasution et al., 2024). Maka dari itu, penulis melakukan pengumpulan data dengan kuisioner, wawancara, studi *existing* dan studi referensi.

3.2.1 Overview

Pada tahap ini, penulis melakukan pengumpulan data mengenai rendahnya literasi keuangan di kalangan Gen Z, khususnya dalam memahami investasi saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mereka paham terhadap investasi, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka, serta kesadaran akan risiko yang dapat dialami. Penulis menggunakan kuisisioner dan wawancara untuk mengumpulkan data untuk menggali perilaku Gen Z dalam berinvestasi, termasuk kecenderungan mereka dalam membeli saham berdasarkan tren atau disebut juga dengan *herding behavior*. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan seorang *founder* komunitas saham untuk mendapatkan wawasan dari perspektif individu yang berpengalaman dalam dunia investasi. Dengan wawancara ini, penulis ingin memahami bagaimana pengaruh sosial dan tren pasar memengaruhi keputusan investasi Gen Z, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kesadaran mengenai risiko berinvestasi untuk mencegah kerugian dalam berinvestasi.

3.2.2 Strategy

Setelah mengumpulkan data pada tahap ini, penulis akan mulai merancang pesan utama yang akan disampaikan dalam kampanye. Fokus utama kampanye adalah meningkatkan kesadaran dan pemahaman Gen Z terhadap risiko berinvestasi, agar mereka dapat mengambil keputusan investasi yang lebih bijak serta menghindari perilaku *herding behavior*. Selain itu, penulis juga akan menentukan media yang paling sesuai untuk digunakan dalam kampanye, agar dapat menjangkau target market secara optimal.

3.2.3 Ideas

Dalam tahapan ini, penulis mulai melakukan *brainstorming*, *mindmapping*, *moodboard* dan *big idea* sebagai langkah awal untuk merumuskan konsep utama yang digunakan dalam proses perancangan visual.

3.2.4 Design

Pada tahap ini, penulis mulai merancang dan mengembangkan visualisasi aset-aset yang akan digunakan dalam berbagai media yang telah

ditentukan. Proses ini mencakup pembuatan elemen-elemen grafis seperti logo, ilustrasi, tipografi, warna dan lainnya.

3.2.5 Production

Setelah seluruh aset visual dibuat, penulis mulai mengaplikasikan aset tersebut kebeberapa media yang telah ditentukan, baik media digital maupun cetak. Tahap ini bertujuan untuk memastikan semua elemen visual dapat digunakan secara baik dengan karakteristik masing-masing media, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas ke target audiens.

3.2.6 Implementation

Tahap ini merupakan tahap eksekusi dimana kampanye mulai dijalankan dengan menerapkan seluruh elemen yang telah dirancang ke dalam berbagai *platform* dan media yang telah ditentukan. Tahap ini juga bertujuan untuk memastikan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Setelah itu akan dilakukan *testing* dengan media yang telah dipilih yaitu media sosial.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik penelitian yang diterapkan penulis terdiri dari kuisioner, wawancara, studi *existing*, dan studi referensi guna memperoleh data serta informasi yang dapat mendukung proses perancangan kampanye. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan sehingga perancangan kampanye dapat disusun berbasis data, serta sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik target audiens.

3.3.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142), kuisioner merupakan salah satu metode pengumpulan data didapatkan dengan menyajikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Prawiyogi et al., 2021, h.449). Penulis memilih metode ini karena memungkinkan pengumpulan data dalam skala besar secara efisien dan hasil yang diperoleh lebih objektif. Dalam pelaksanaannya, kuisioner disebarkan menggunakan Google Form sebagai *platform* untuk mempermudah penyebarannya. Kuisioner ini digunakan untuk

mengidentifikasi literasi keuangan dari responden sebagai bagian dari upaya mencegah risiko investasi.

Tabel 3.1 Data Diri Responden 1

Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Usia Anda	<i>Multiple choice (single answer)</i>	a. 18-20 tahun. b. 21-23 tahun. c. 24-26 tahun.
Domisili	<i>Multiple choice (single answer)</i>	a. Jabodetabek. b. Luar Jabodetabek.
Pendidikan Terakhir	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. SMA. b. Mahasiswa. c. S1.
Pekerjaan	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Pegawai kantor. b. Pelajar/mahasiswa. c. Pengusaha. d. <i>Freelancer</i> . e. Tidak bekerja.
Pengeluaran	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. < 1.000.000. b. 1.000.000 – 2.500.000. c. 2.500.000 – 5.000.000. d. > 5.000.000.

Pertanyaan di atas akan berfokus pada pengumpulan informasi mengenai data diri responden yang meliputi aspek demografis seperti usia, domisili, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran. Data ini digunakan untuk menentukan batasan target audiens dalam penelitian ini, sehingga analisis yang dilakukan dapat lebih terarah.

Tabel 3.2 Pertanyaan Pemahaman Saham 1

Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apakah Anda sudah pernah berinvestasi di pasar saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Ya (ke section 3). b. Tidak (ke section 4).
Sejak kapan Anda mulai berinvestasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. < dari 6 bulan lalu. b. 6 bulan - 1 tahun yang lalu. c. 1-3 tahun yang lalu. d. > dari 3 tahun yang lalu. e. Saya belum pernah berinvestasi.
Apa yang dimaksud dengan saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Surat kepemilikan suatu perusahaan. b. Surat keterlibatan suatu perusahaan. c. Surat perjanjian suatu perusahaan.
Apa risiko utama dalam investasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Harga saham selalu naik. b. Saham tidak dapat dijual kembali. c. Harga saham bisa turun drastis dan menyebabkan kerugian.
Apa yang terjadi jika Anda membeli saham tanpa riset?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Keuntungan pasti didapatkan. b. Tidak ada dampak signifikan karna saham selalu stabil.

		c. Mengalami kerugian lebih tinggi.
Apa yang menyebabkan investor mengalami kerugian besar dalam investasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Selalu membeli saham saat harganya sedang naik. b. Kurangnya pemahaman tentang investasi. c. Hanya berinvestasi dalam saham perusahaan besar.
Dari mana Anda mendapatkan informasi tentang investasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Media sosial (Instagram, Tiktok, YouTube). b. Seminar/webinar. c. Teman/keluarga.

Pertanyaan ini digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman responden terhadap saham. Selain itu, pertanyaan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana responden mengetahui risiko dan peluang dalam investasi saham.

Tabel 3.3 Responden yang Berpengalaman 1

Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apa motivasi Anda berinvestasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Ingin mendapatkan keuntungan dalam waktu singkat. b. Terpengaruh oleh tren. c. Ingin mendapatkan ilmu tentang investasi. d. Karena banyak teman yang juga berinvestasi (<i>FOMO</i>). e. <i>Other</i> .

Seberapa sering Anda mengevaluasi investasi saham Anda?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Setiap hari. b. Seminggu sekali. c. Setiap bulan. d. 3 bulan sekali. e. 6 bulan sekali. f. Seingatnya.
Apa yang menjadi kendala terbesar Anda dalam berinvestasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Kurangnya pemahaman. b. Tidak punya waktu menganalisis saham. c. Terlalu banyak informasi sehingga sulit menentukan pilihan. d. <i>Other.</i>
Apakah Anda pernah mengalami kerugian dalam investasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Ya. b. Tidak.
Berapa kali Anda mengalami kerugian dalam berinvestasi saham?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Tidak pernah mengalami kerugian. b. 1-5 kali. c. 5-10 kali. d. > 10 kali.
Apa yang biasanya Anda lakukan setelah mengalami kerugian dalam	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Melakukan evaluasi dan mencari tau penyebab kerugian. b. Mencari mentor. c. Berhenti bermain saham.

investasi saham?		d. Mencari referensi di media cetak/sosial. e. <i>Sharing</i> sesama investor gen Z.
Seberapa besar pengaruh <i>external</i> dalam keputusan investasi Anda?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Sangat besar. b. Cukup besar (saya mendapatkan referensi tetapi tetap menganalisis sendiri). c. Tidak terlalu besar (saya lebih mengandalkan analisis). d. Tidak berpengaruh.

Beberapa pertanyaan diatas dirancang khusus untuk responden yang sudah berpengalaman dalam berinvestasi saham. Pertanyaan tersebut juga bertujuan untuk menggali lebih mendalam mengenai strategi investasi yang mereka gunakan.

Tabel 3.4 Responden Belum Berpengalaman 1

Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Apakah alasan utama yang membuat Anda tidak berinvestasi?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Takut mengalami kerugian. b. Tidak memiliki pengetahuan yang cukup. c. Tidak yakin kapan waktu yang tepat untuk memulai. d. Masih ada kepentingan lain.
Apakah Anda percaya	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Ya, saya percaya. b. Tidak yakin.

investasi dapat mencapai kebebasan finansial?		c. Tidak, saya lebih percaya metode lain untuk mengelola keuangan.
Apa faktor yang paling Anda butuhkan untuk mulai berinvestasi?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Edukasi yang mendalam. b. Jaminan keamanan dalam berinvestasi. c. Adanya mentor. d. Saya tetap tidak tertarik.
Dari skala 1-5, seberapa tertarik Anda untuk mulai berinvestasi saham di masa depan?	<i>Linear Scale (single answer)</i>	• (1) tidak tertarik – (5) sangat tertarik

Beberapa pertanyaan diatas dirancang untuk responden yang belum berpengalaman dalam berinvestasi saham. Tujuan dari pertanyaan-pertanyaan ini adalah untuk memahami alasan yang menyebabkan mereka belum berinvestasi saham.

Tabel 3.5 Literasi Keuangan dan Media 1

Pertanyaan	Model Jawaban	Opsi Jawaban
Seberapa sering Anda mencari informasi tentang investasi saham?	<i>Linear Scale (single answer)</i>	• (1) Sangat sering – (5) Sangat jarang
Apa kendala terbesar dalam memahami literasi	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Kurangnya akses ke informasi yang mudah dipahami.

keuangan dalam investasi saham?		b. Kurangnya minat untuk belajar. c. Terlalu banyak informasi yang membingungkan.
Apa yang Anda lakukan untuk meningkatkan literasi keuangan Anda?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Mengikuti seminar. b. Mencari informasi mengenai literasi keuangan. c. Bertanya kepada teman atau keluarga yang lebih berpengalaman. d. Mencari <i>public figure</i> yang membahas tentang literasi keuangan.
Apa yang menjadikan seseorang memiliki literasi keuangan yang baik?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Mampu mengelola uang dengan bijak dan merencanakan masa depan. b. Bisa membeli barang mahal tanpa berfikir panjang. c. Selalu menyimpan uang di rekening tanpa memanfaatkannya.
Saya lebih memilih menabung dari pada berinvestasi	<i>Linear Scale (single answer)</i>	• (1) Tidak setuju – (5) Sangat setuju
Saya percaya dengan informasi saham yang diberikan oleh	<i>Linear Scale (single answer)</i>	• (1) Tidak setuju – (5) Sangat setuju

pakar saham di media sosial		
Platform mana yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. Instagram. b. Tiktok. c. YouTube. d. Berita Online. e. Berita TV.
Berapa lama durasi Anda mengakses media informasi?	<i>Multiple Choice (single answer)</i>	a. 30 menit. b. 1-2 Jam. c. >2 jam.
Saya lebih merasa mudah memahami informasi dalam bentuk visual dibanding teks	<i>Linear Scale (single answer)</i>	• (1) Tidak setuju – (5) Sangat setuju
Saya lebih percaya dengan rekomendasi saham, dibandingkan riset yang Saya lakukan	<i>Linear Scale (single answer)</i>	• (1) Tidak setuju – (5) Sangat setuju

Dilanjutkan dengan pertanyaan di bagian terakhir, yang menanyakan mengenai pengetahuan responden terhadap literasi keuangan serta kebiasaan mereka dalam mencari informasi terkait investasi. Bagian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi media yang sering digunakan responden dalam mencari informasi.

3.3.2 Wawancara

Wood (2013) mengatakan bahwa wawancara merupakan sebuah interaksi yang berlangsung dalam format tanya jawab antara dua belah pihak. Proses ini tidak hanya bertujuan untuk bertukar informasi, tetapi juga

melibatkan elemen persuasi agar kedua belah pihak dapat mencapai suatu kesepakatan tertentu (Devi et al., 2022). Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk memungkinkan penulis memperoleh wawasan yang lebih mendalam dari narasumber. Melalui interaksi langsung, metode ini memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi jawaban secara detail serta memahami pengalaman narasumber secara menyeluruh.

1. Wawancara *Founder Komunitas Saham*

Penulis akan melakukan sesi wawancara dengan *founder* “TothemoonTalk” yang merupakan salah satu komunitas saham yang aktif di Indonesia. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data yang kredibel dan mendalam mengenai dunia investasi saham, serta menggali wawasan dari narasumber yang berpengalaman dan memahami dinamika pasar saham. Selain itu, wawancara ini juga mengeksplorasi peran komunitas saham dalam meningkatkan literasi keuangan, khususnya bagi Gen Z untuk mengambil keputusan investasi yang bijak. Penulis menyusun daftar pertanyaan menjadi beberapa bagian:

Tabel 3.6 Pertanyaan Narasumber 1

Section	Pertanyaan
Latar belakang dan perjalanan investasi	• Sejak kapan Anda mulai berinvestasi di pasar saham? • Apa yang awalnya membuat Anda tertarik untuk berinvestasi di saham? • Bisa Anda ceritakan sedikit tentang latar belakang Anda dalam dunia investasi saham?
Pengelolaan dan peran komunitas saham	• Anda juga mengelola komunitas saham, bisa diceritakan lebih lanjut mengenai komunitas tersebut? • Kapan berdirinya? Mengapa anda membuat komunitas ini? • Apa yang menjadi tujuan utama komunitas ini?

	• Menurut Anda, bagaimana kontribusi komunitas saham untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan Gen Z?
Literasi keuangan dan analisis investasi	• Anda sendiri meningkatkan literasi keuangan dengan cara apa? • Seberapa besar peran literasi keuangan dalam keberhasilan seorang investor saham? • Apa risiko terbesar jika seseorang berinvestasi saham tanpa pemahaman literasi keuangan yang cukup? • Apakah ada metode atau <i>framework</i> tertentu yang Anda sarankan untuk menganalisis saham sebelum membeli? • Bagaimana caranya mengukur keberhasilan suatu individu dalam bermain saham?
Perilaku dan tren investasi Gen Z	• Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi Gen Z? • Apakah menurut Anda, <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i> menjadi faktor utama yang membuat Gen Z berinvestasi di saham? • Dalam konteks berinvestasi, apakah bapak/ibu melihat pola yang selalu dilakukan investor dari kalangan gen Z? Apa kesalahan paling umum yang sering dilakukan oleh Gen Z dalam investasi saham?
Mindset dan pesan untuk investor	• Bagaimana cara membangun <i>mindset</i> yang tepat dalam berinvestasi saham agar bisa sukses dalam jangka panjang?

	• Jika Anda bisa memberikan satu pesan penting bagi Gen Z yang ingin berinvestasi saham, apa itu? • Apa harapan Anda terhadap literasi keuangan di Indonesia, khususnya bagi anak muda?
--	--

2. Wawancara kepada Gen Z yang Berinvestasi Saham

Penulis akan melakukan wawancara dengan dua orang Gen Z yang aktif berinvestasi di pasar saham untuk memahami pola pikir, motivasi, serta tantangan yang mereka alami selama berinvestasi. Hasil wawancara ini diharapkan dapat memberikan perspektif dari Gen Z mengenai pola perilaku investasi yang dilakukan Gen Z, serta pentingnya mengetahui risiko berinvestasi sebagai bagian dari literasi keuangan, guna membantu mereka mengambil keputusan berinvestasi yang bijak. Penulis menyusun daftar pertanyaan menjadi beberapa bagian:

Tabel 3.7 Pertanyaan Narasumber 2 dan 3 1

Section	Pertanyaan
Latar belakang dan pengalaman investasi	• Bisa Anda ceritakan sedikit tentang latar belakang Anda di dunia investasi saham? • Sejak kapan Anda mulai berinvestasi saham, dan bagaimana perjalanan awal Anda? • Apa yang awalnya membuat Anda tertarik untuk terjun ke dunia saham? • Apakah Anda lebih fokus pada investasi jangka panjang atau jangka pendek? Mengapa? • Bagaimana pengalaman Anda dalam menghadapi pasang surut pasar saham selama ini? Bagaimana cara mengatasinya?

	• Bagaimana cara Anda meningkatkan pemahaman tentang investasi saham di awal karir Anda?
Strategi analisis dan literasi	• Anda sendiri meningkatkan literasi keuangan dengan cara apa? • Seberapa besar peran literasi keuangan dalam membantu investor mengambil keputusan yang tepat? • Apakah anda melakukan analisis sendiri terhadap saham yang akan Anda beli? Atau mengikuti referensi dari orang sekitar? • Bagaimana cara Anda meningkatkan pemahaman tentang investasi saham di awal karir Anda? • Menurut Anda, faktor apa yang membedakan investor sukses dengan yang gagal di pasar saham? • Apa indikator utama yang Anda gunakan dalam menganalisis potensi sebuah saham? • Seberapa sering Anda mengevaluasi <i>portofolio</i> investasi Anda? • Bagaimana cara Anda menentukan kapan waktu yang tepat untuk menjual atau membeli saham? • Menurut Anda, seberapa besar peran psikologi dalam kesuksesan seorang investor? • Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi Gen Z?
Nasihat dan pencegahan untuk investor Gen Z	• Jika Anda bisa memberikan satu nasihat utama bagi investor pemula, apa itu?

	• Bagaimana cara pemula menghindari jebakan saham gorengan atau saham yang terlalu spekulatif?
--	--

3.3.3 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting terhadap kampanye “Yuk Nabung Saham” yang diselenggarakan oleh PT. Bursa Efek Indonesia (BEI). Kampanye ini sendiri bertujuan untuk mengajak masyarakat khususnya generasi muda untuk berinvestasi saham sebagai upaya menabung untuk perencanaan keuangan jangka panjang. Penulis akan melakukan studi eksisting untuk menganalisis kampanye tersebut mulai dari *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threats* untuk memperoleh wawasan mengenai perancangan kampanye tersebut dan membuat strategi komunikasi yang lebih optimal untuk perancangan yang akan dibuat penulis nantinya.

3.3.4 Studi Referensi

Dalam proses perancangan kampanye ini, penulis melakukan studi referensi sebagai acuan untuk mendapatkan panduan terkait model perancangan serta strategi penyampaian konten. Studi referensi ini diterapkan sebagai salah satu metode penelitian, untuk membuat media kampanye yang mampu menyampaikan pesan yang diinginkan. Penulis menganalisis konten sosial media dari Campaign.id, serta video YouTube dari Raymond Chin sebagai salah satu *public figure* di dunia saham. Referensi ini diharapkan dapat membantu penulis dalam mengeksplorasi gaya desain, menyusun isi konten maupun cara penyampaiannya untuk perancangan kampanye.