

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gen z yang merupakan kelahiran tahun 1997 dan 2012, mereka tumbuh di era digital dengan kemudahan akses informasi. Hedonisme merupakan perilaku yang menganggap kesenangan dan kepuasan materi sebagai tujuan hidup utama mereka (Gule, 2021, h.70). Berdasarkan dari data yang ditemukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dengan persentase sebesar 44,04% atau lebih rendah 3,94% dari generasi milenial. Sebab tingkat literasi keuangan *gen z* ini tergolong rendah. Permasalahan ini lebih melonjak tinggi dengan adanya presensi dari media sosial yang mendorong tinggi tingkat konsumerisme. Dengan adanya media sosial yang memperkenalkan dan menjual produk secara online pada konsumen, hal ini dapat memberikan dampak besar yang memudahkan konsumen dalam pembelanjaan (Aji et al., 2020, h.92). Sebab dengan akses informasi yang mudah membuat mereka melihat hal hal baru yang membuatnya penasaran hingga membelinya. Gaya hidup seperti ini hanya dapat lakukan jika mampu saja, namun berbahaya gaya hidup ini berbahaya bagi orang yang tidak memiliki status ekonomi yang cukup (Boediman et al., 2023, h.2).

Banyak *Gen Z* mengaku kesulitan mengelola keuangan mereka, dan tidak sedikit yang terjebak dalam pola pengeluaran tidak sehat. Salah satunya ialah terjebak dalam pinjaman online dengan kemudahan akses pinjol, dimana terdapat 58% *gen Z* menggunakannya dalam memenuhi kebutuhan konsumtif dalam memenuhi gaya hidup (Fredrica, 2025). Berdasarkan dari data tahun 2022 (Databooks, 2023) pembelian dari *e-commerce (tiktok shop)* mayoritas kalangan anak muda. Dengan persentase terbesar terdapat pada pengguna yang berusia 18-24 tahun sebesar 34.90%. Minimnya tingkat literasi mengenai pengelolaan keuangan dalam kalangan *Gen Z* menjadi salah satu faktor utama penyebab permasalahan dari hedonisme ini. Namun, banyak orang mengetahui hedonisme

akan tetapi tidak menyadari telah masuk dalam perangkap gaya hidup ini (Saputro, 2023). Sebab masih banyak yang belum memahami tentang pentingnya perencanaan keuangan dan pengelolaan uang yang lebih bijak.

Dalam mengatasi permasalahan ini, penulis menemukan beberapa solusi yang telah dilakukan sebelumnya. Media yang telah dilakukan mayoritas berupa media sosial, artikel, jurnal dan situs web keuangan dari Bank Raya, CIMB Niaga dan Gramedia. Ditemukan media kampanye yang diadakan pada bulan Juli hingga Oktober 2018, dilakukan oleh visa dengan tujuan meningkatkan literasi keuangan. Media aplikasi mengenai pencatatan keuangan sudah disediakan seperti dompetku. Namun media informasi yang beredukasi namun interaktif lebih menarik dan efektif daripada non-interaktif dalam menyampaikan informasi pada target audiens, dengan ini informasi yang diberikan lebih efektif bermakna bagi *Gen Z*. Media interaktif *board game* kini menjadi suatu hal yang kembali menjadi populer di kalangan *Gen Z*.

Papan permainan atau *board game* dapat dijadikan sebagai sarana/alat hiburan dan juga dapat menjadi sarana edukasi yang menyenangkan dimana saja dan kapan saja. Selain itu, *board game* berbeda dengan *digital platform* yang dapat memberikan interaksi secara langsung/tatap muka serta pembelajaran melalui mekanisme permainan (Rahadiz, 2022, h.31). Berdasarkan dari konteks yang telah dibahas, Penulis menemukan bahwa media interaktif seperti *board game* dapat menjadi salah satu solusi yang potensial. Dalam menggunakan solusi cara bermain, dengan dapat harapan memberikan suasana yang lebih santai dan *fun* dengan berinteraksi dengan satu sama lain. Melalui kegiatan bermain juga dapat memperoleh pelajaran dari aspek perkembangan kognitif, sosial, emosi dan fisik. Maka permainan yang edukatif dapat dijadikan untuk meningkatkan motivasi belajar dan membantu pemahaman mengenai konsep yang lebih kompleks dengan cara yang lebih sederhana. Sebab dengan adanya *board game* ini *Gen Z* diharapkan dapat memahami lebih dalam mengenai pentingnya cara mengelola uang. Dalam rangka menghindari perilaku hedonisme yang berdampak merugikan bagi finansial masa depan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dibahas diatas, terbagi menjadi beberapa rumusan masalah yang dituliskan, sebagai berikut:

1. *Gen Z* cenderung memiliki gaya hidup yang berfokus pada kesenangan dan kepuasan instan. Sebab pemahaman *Gen Z* tentang perencanaan keuangan masih tergolong rendah.
2. Minimnya media informasi yang berbentuk visualisasi interaktif dan menyenangkan yang mengangkat mengenai pengelolaan uang.

Dari fenomena yang diperoleh, hasil dari rumusan masalah yang didapatkan dalam penelitian ini ialah “Bagaimana perancangan *board game* yang tepat untuk mengelola uang dengan benar dalam mengatasi hedonisme bagi *Gen Z*?”

1.3 Batasan Masalah

Pada perancangan penelitian ini, batasan masalah yang mencakup objek perancangan berupa *board game* edukatif yang bertujuan untuk mengelola uang dalam mengatasi hedonisme. Objek yang dirancang berupa media informasi dalam bentuk *board game* dalam bentuk media cetak. Dengan target sasaran perancangan ini yang meliputi laki-laki dan perempuan sengan usia 18-24 tahun, yang masih termasuk dalam *Gen z*. Berada di domisili JABODETABEK, dengan kategori kelompok masyarakat SES B. Dalam segi psikografis yang mencakup mahasiswa dan pelajar aktif dalam media sosial serta sering berbelanja, namun masih belum menyadari bahwa perilaku hedonistik yang dilakukan pada diri mereka sendiri. Konten perancangan yang dikembangkan lebih fokus pada informasi terkait dengan pengelolaan uang mengatasi hedonisme dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada *Gen z* mengenai cara mengelola keuangan mereka dalam menghindari perilaku hedonistik.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan dari hasil rumusan masalah yang disampaikan, penelitian ini memiliki tujuan untuk merancang sebuah *board game* yang dapat membantu *Gen Z* mengelola uang dalam upaya mengurangi perilaku hedonisme.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat pada perancangan tugas akhir terbagi menjadi dua bagian, manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber ilmu pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, dengan khususnya pada materi yang membahas mengenai Perancangan Media *Board game* Mengenai Pengelolaan Uang Dalam Mengatasi Hedonisme Bagi *Gen Z*. Dengan ini hasil dari penelitian di harapkan dapat menjadi referensi dan acuan untuk studi penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang serupa.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat membantu ilmu pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, terutama yang berkaitan dengan materi Perancangan Media melalui *board game*. Selain itu juga penelitian diharapkan membantu sebagai media informasi dalam membuat *board game* edukatif. Perancangan tugas akhir ini juga diharapkan untuk menambahkan dapat bermanfaat bagi target yang mempelajari pengelolaan uang dengan *board game*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA