



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Generasi *millennial* merupakan generasi yang cepat untuk menyerap informasi dan pintar dalam memilah informasi yang berguna serta gemar untuk membagikan informasi tersebut kepada sesamanya. Apabila mereka sudah menunjukkan ketertarikan atas sebuah hal, maka mereka akan terus mencari informasi tentang hal tersebut dan memahaminya dengan baik. Meskipun saat ini generasi *millennial* masih memiliki tingkat literasi dan inklusi pasar modal yang rendah, tetapi dengan adanya edukasi yang dikemas secara menarik dan disuarakan dengan sering, maka penulis percaya bahwa tidak butuh waktu yang lama untuk membagikan informasi mengenai investasi di pasar modal. Atas dasar hal tersebut, maka penulis membuat perancangan kampanye tentang pentingnya berinvestasi di pasar modal bagi generasi *millennial*.

Pada perancangan kampanye ini, penulis menemukan bahwa masyarakat *millennial* memiliki kekeliruan cara berpikir tentang pasar modal. Berdasarkan kuesioner dan pengumpulan data lainnya, penulis mendapatkan *insight* bahwa masyarakat *millennial* masih berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu sulit, membutuhkan keahlian, waktu yang banyak dan modal yang besar. Akan tetapi kenyataannya mengatakan bahwa berinvestasi di pasar modal itu dapat dilakukan dengan mudah, murah dan aman. Maka, penulis harus menentukan pesan yang

disampaikan melalui keinginan atau harapan mereka sehingga mereka tertarik untuk mempelajari lebih lanjut mengenai jenis investasi ini.

Penulis kemudian merancang visual kampanye yang didominasi oleh fotografi tetapi masih mengandung pesan yang ingin disampaikan. Meskipun tema fotografi yang digunakan tidak memiliki sangkut paut secara langsung dengan produk reksa dana, akan tetapi penggunaan fotografi dapat menunjukkan fakta dan menarik perhatian audiens. Pemilihan media sosial sebagai media utama merupakan hal yang sesuai karena intensitas penggunaan *gadget* yang tinggi, sehingga penulis berharap audiens akan menyerap informasi dengan baik dan mau mencari informasi lebih lanjut karena adanya kemudahan yang diberikan secara *digital*. Selain itu, penulis merancang berbagai macam media pendukung agar target audiens mendapatkan pengulangan pesan secara terus menerus selama kampanye ini berlangsung. *Merchandise* juga digunakan sebagai salah satu media kampanye untuk menyebarkan pesan secara terselubung di keseharian audiens apabila mereka menggunakan *merchandise* tersebut.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian dan perancangan kampanye tentang pentingnya berinvestasi di pasar modal bagi generasi *millennial*, penulis memiliki saran secara umum, bahwa manusia harus terus belajar dan membuka diri pada hal-hal yang dianggap baru karena kebaruan tersebut dapat memiliki manfaat bagi setiap individu. Maka dari itu, meskipun sudah ada dasar pemikiran yang ditanamkan oleh keluarga maupun orang terdekat lain, manusia tidak boleh menutup diri terhadap kebaruan dan meningkatkan pengetahuan diri sendiri.

Selain itu, penulis juga berharap bahwa tugas akhir ini bermanfaat bagi orang lain yang ingin meneliti hal yang serupa, baik untuk perancangan kampanye produk keuangan lain atau perancangan lain yang memiliki hubungan dengan generasi *millennial* di Indonesia, khususnya di kota besar seperti Jakarta. Penulis juga berharap bahwa perancangan kampanye ini dapat dikembangkan dan direalisasikan sehingga penulis dapat ikut andil dalam memberikan edukasi bagi masyarakat Indonesia.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA