



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Ayu selaku representatif Bursa Efek Indonesia dalam Sekolah Pasar Modal yang dilaksanakan pada 27 Februari 2018 di Gedung Bursa Efek, investasi merupakan sebuah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini untuk memperoleh keuntungan di kemudian hari. Ada berbagai macam alasan mengenai pentingnya berinvestasi. Salah satu alasan mengapa investasi itu penting yaitu untuk melawan gejolak inflasi. Inflasi merupakan sebuah fenomena dimana harga barang akan terus naik dan nilai uang akan semakin menurun. Sedangkan dengan berinvestasi, nilai investasi dapat melebihi inflasi. Ada lebih dari satu pilihan dalam berinvestasi. Selain berinvestasi di sektor riil seperti emas, properti, perkebunan, peternakan, tabungan dan deposito, masih ada pilihan investasi lainnya, yaitu di jasa uang seperti saham, reksa dana, obligasi dan lain sebagainya.

Menurut Denny R. Thaher dalam *talk show* yang diadakan oleh Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 yang telah penulis lihat melalui sebuah *Youtube channel*, meskipun banyak pilihan investasi yang sangat beragam, masyarakat Indonesia masih kurang berminat untuk berinvestasi. Masyarakat Indonesia masih merupakan *saving society* yang lebih terbiasa dengan menabung. Bahkan bagi generasi *millennial* yang diproyeksikan oleh Badan Pusat Statistik (2013) akan mencapai 34% dari total populasi di Indonesia di tahun 2018 ini, menabung masih

menjadi primadona. Meskipun sudah mengenal dan ada minat dalam berinvestasi, hasil kuesioner menunjukkan bahwa generasi *millennial* mayoritas belum berinvestasi di jasa keuangan. Salah satu penyebab dari fenomena ini adalah rendahnya tingkat literasi dan inklusi dari instrumen investasi. Selain itu, masyarakat masih berpikir bahwa investasi di pasar modal itu sulit dan membutuhkan modal yang besar. Padahal menurut Denny R. Thaher, berinvestasi di pasar modal tidak sesulit yang dibayangkan serta modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar karena investasi di pasar modal juga dapat dilakukan secara tidak langsung misalnya melalui reksa dana saham.

Menurut Prita Ghozie, seorang perencana keuangan Zap Finance, dalam Kompas Bisnis pada tahun 2017, reksa dana saham merupakan sebuah cara berinvestasi di pasar modal yang tidak sulit, tidak membutuhkan modal yang besar dan tidak membutuhkan kecakapan tertentu. Modal yang kita tanamkan akan dikelola oleh manajer investasi yang akan mendiversifikasikan modal kita ke 80% saham dan sisanya dibagi ke instrumen investasi lain. Model investasi ini sangat disarankan untuk dilakukan oleh orang dengan profil resiko yang tinggi. Akan tetapi, orang dengan profil resiko kurang tinggi juga dapat berinvestasi di reksa dana saham apabila dilakukan untuk jangka panjang.

Berdasarkan sebuah artikel dari detik.com, 95% kaum *millennial* terancam jadi 'gelandangan' di 2020. Hal ini disebabkan oleh berbagai macam faktor seperti adanya inflasi, penghasilan yang tidak besar dan gaya hidup yang cenderung boros sehingga mereka tidak akan mampu membeli rumah. Menurut David Stivanus, seorang *team leader* dari Panin Asset Management, selain

mengerti tentang cara membelanjakan uang, masyarakat *millennial* perlu mengerti juga tentang pengelolaan uang. Kurangnya kesadaran akan pentingnya mengatur keuangan dapat berdampak buruk pada masa depan setiap individu. Oleh sebab itu, investasi di pasar modal merupakan salah satu bentuk dalam pengelolaan uang untuk kebutuhan jangka panjang yang dapat mengatasi masalah tersebut.

Dengan adanya fenomena tersebut, penulis ingin mengajak dan menyadarkan generasi *millennial* untuk mulai memikirkan rencana keuangan jangka panjang melalui “Perancangan Kampanye tentang Pentingnya Berinvestasi di Pasar Modal bagi Generasi *Millennial*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan kampanye tentang pentingnya berinvestasi di pasar modal bagi generasi *millennial*?
2. Bagaimana perancangan visual kampanye tentang pentingnya berinvestasi di pasar modal bagi generasi *millennial*?

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembatasan dalam beberapa variabel, yaitu:

1. Penulis akan membuat perancangan kampanye pada generasi *millennial* yang berumur 19 hingga 24 tahun.

2. Penulis akan membuat perancangan kampanye seputar reksa dana saham.
3. Penulis akan membuat perancangan kampanye di salah satu kota besar di Indonesia, seperti Jakarta.
4. Penulis akan membuat perancangan kampanye untuk kelas menengah.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah menyadarkan dan mengajak generasi *millennial* untuk berinvestasi sebagai langkah dalam merencanakan finansial jangka panjang melalui perancangan kampanye tentang pentingnya berinvestasi di pasar modal bagi generasi *millennial*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini memiliki manfaat yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis

Melalui perancangan kampanye ini, penulis dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat sebagai bentuk kepedulian penulis terhadap fenomena yang terjadi. Selain itu, penulis juga dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama masa perkuliahan.

2. Manfaat bagi Orang Lain

Dengan adanya perancangan kampanye ini, orang lain khususnya generasi *millennial* akan lebih paham mengenai investasi tidak langsung di pasar

modal. Selain itu, persepsi masyarakat mengenai pasar modal akan berubah sehingga masyarakat dapat mulai berinvestasi di pasar modal.

3. Manfaat bagi Universitas

Perancangan kampanye ini akan ditambahkan ke koleksi laporan tugas akhir di perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara tepatnya di fakultas seni dan desain karena belum ada yang membahas tentang investasi dalam bidang ekonomi yang dikemas dalam sebuah kampanye yang dilakukan oleh peneliti dengan bidang peminatan desain grafis.

