



**PERANCANGAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC* PENGENALAN PASAR
MODAL REKSA DANA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
INVESTOR MUDA INDONESIA**



TUGAS AKHIR

**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

SHENDY SETIAWAN

17420100002

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PERANCANGAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC* PENGENALAN PASAR
MODAL REKSA DANA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
INVESTOR MUDA INDONESIA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Desain**



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

Nama : Shendy Setiawan

NIM : 17420100002

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2021

LEMBARAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC* PENGENALAN PASAR
MODAL REKSA DANA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
INVESTOR MUDA INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh

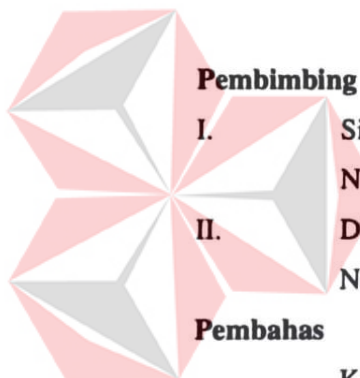
Shendy Setiawan

NIM: 1742010002

Telah diperiksa, dibahas, dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: Jumat, 5 Februari 2021

Susunan Dewan Pembahas



Pembimbing

I. Siswo Martono, S.Kom., M.M

NIDN: 0726027101

II. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701

Pembahas

Karsam, MA., Ph.D.

NIDN: 0705076802



Digitally signed by
Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.05
14:29:59 +07'00'



Digitally signed by
Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.05
14:20:14 +07'00'



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2021.02.05
14:12:24 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana



Dr. Jusak

Digitally signed by
Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.08
13:06:30 +07'00'

NIDN: 0708017101

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Kamu tidak kalah jika tidak menyerah. Jika kamu gagal, kamu tetap berproses selama masih tetap melangkah, seberat apapun itu. Melangkahlah 1%, 2%, atau 3% itu sudah cukup.

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Karya ini kupersembahkan untuk masa depan saya

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Shendy Setiawan
NIM : 17420100002
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : Perancangan Animasi Motion Graphic Pengenalan Pasar
Modal Reksa Dana Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah
Investor Muda Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, saya setuju memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas seluruh karya ilmiah saya di atas untuk di simpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk *database*, dan dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini hanyalah sebuah rujukan yang dicantumkan di dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari terdapat plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan.

Surabaya, 4 Februari 2021

Yang Menyatakan



Shendy Setiawan
17420100002

ABSTRAK

Saat ini mayoritas orang Indonesia masih lebih banyak menyimpan dananya di rekening atau deposito. PT Kustodian Sentral Efek Indonesia mencatat investor pasar modal di Indonesia hanya sebanyak 3,02 juta per Juli 2020. Dengan jumlah tersebut bisa dikatakan yang mengerti dan paham serta berinvestasi di berbagai instrumen pasar modal hanya 1% dari populasi di Indonesia. Hal ini berbeda dengan negara maju yang mayoritas penduduknya sudah berinvestasi di pasar modal. Untuk memberi pemahaman kepada masyarakat Indonesia agar melek dan aktif berinvestasi di Pasar Modal, upaya yang dilakukan adalah dengan membuat video *motion graphic* mengenai pengenalan Pasar Modal Reksa Dana. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner untuk menghasilkan Video *Motion Graphic* berukuran 1920x1080 pixels dan bedurasi 3 menit 45 detik sebagai hasil karya akhir yang diberi judul “Sukses Finansial dengan Reksa Dana” dengan *keyword Enlightenment* yang berarti sebuah pemahaman baru dengan tujuan menyampaikan pesan berupa informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai makna sukses finansial, penjelasan reksa dana dan pihak-pihak di dalamnya. Sebagai media pendukung juga akan disertakan media berupa poster dan sticker. Di masa pandemi ini hasil penelitian akan disebarluaskan melalui media sosial

Kata Kunci: *motion graphic*, pasar modal, reksa dana, indonesia, investasi



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena kasih-Nya penulis bisa membuat Tugas Akhir. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Penelitian Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa bantuan beberapa pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Almarhum Nenek yang selama ini membiayai kuliah namun tidak bisa melihat hari di mana penulis diwisuda.
2. Papa yang akhirnya saat ini mulai perlahan akrab dengan penulis.
3. Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika yang memberi perpanjangan pendaftaran sidang.
4. Siswo Martono, S.Kom., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dan sebagai Dosen Pembimbing I yang sudah memberi saran dan masukkan untuk efisiensi dalam pengumpulan data penelitian Tugas Akhir.
5. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Dosen Pembimbing II yang sudah memberi saran dan masukkan sehingga viiiopic lebih spesifik dan pengkaryaan lebih baik lagi.
6. Karsam, MA., Ph.D. selaku Dosen Pembahas yang sudah memberi saran dan masukkan sehingga pengkaryaan lebih detail lagi.
7. PT. Bursa Efek Indonesia, TICMI, Otoritas Jasa Keuangan sebagai tempat penelitian.
8. 70 responden yang mengisi kuesioner penulis.
9. Indopremier Surabaya yang mau diwawancarai via telepon.
10. Teman-teman yang memberi dukungan (Dinda Sutera, Azminatus Sa'diyah, Elisa Kusumari, Dhita Ariesta, dan Maulana Arroyan).

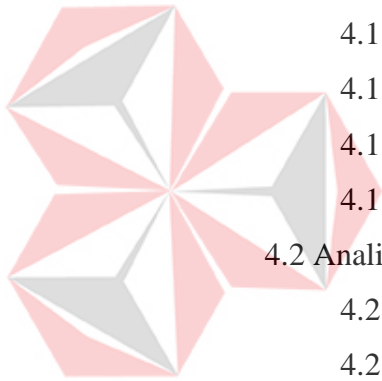
Surabaya, 4 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat Perancangan.....	3
BAB II. LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Pasar Modal	5
2.3 Otoritas Jasa Keuangan.....	6
2.4 Reksa Dana.....	6
2.5 Metode Analisis Fundamental	7
2.6 <i>Motion Graphic</i>	7
2.7 Infografis	8
2.7.1 Definisi	8
2.7.2 Jenis Infografis.....	8
2.8 Media Sosial	9
2.9 <i>Storyboard</i>	9
2.10 Tipografi.....	10
2.11 Unsur Visual	10
2.12 Karakteristik Warna	11
2.13 Prinsip Dasar Desain	12
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	14

3.1 Pendekatan Penelitian	14
3.2 Unit Analisis	14
3.2.1 Objek Penelitian.....	14
3.2.2 Subjek Penelitian.....	14
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data	15
3.3.1 Observasi	15
3.3.2 Wawancara	15
3.3.3 Kuesioner.....	16
3.3.4 Dokumentasi	16
3.4 Analisis Data.....	16
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	18
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	18
4.1.1 Observasi	18
4.1.2 Wawancara	20
4.1.3 Kuesioner.....	21
4.1.4 Dokumentasi	22
4.2 Analisis Data.....	23
4.2.1 Reduksi Data.....	23
4.2.2 Penyajian Data	24
4.2.3 Kesimpulan	25
4.3 Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> (STP)	26
4.3.1 <i>Segmentation</i>	26
4.3.2 <i>Targeting</i>	27
4.3.3 <i>Positioning</i>	27
4.4 <i>Unique Selling Proposition</i> (USP).....	27
4.5 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats</i>)	28
4.6 Konsep dan <i>Keyword</i>	29
4.6.1 <i>Key Communication Message</i>	29
4.6.2 Deskripsi Konsep	30
4.7 Perancangan Kreatif.....	30
4.7.1 Tujuan Kreatif.....	30



4.7.2 Strategi Kreatif.....	30
4.8 Perencanaan Media	33
4.8.1 Tujuan Media.....	33
4.8.2 Strategi Media.....	33
4.8.3 Media Sosial	34
4.8.4 Media Pendukung	34
4.9 Implementasi Desain.....	35
4.9.1 Media Utama.....	35
4.9.2 Media Pendukung	40
BAB V. PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	46



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kepemilikan Investor Asing dan Lokal	2
Gambar 2.1 Media Sosial yang Sering Digunakan 2020	9
Gambar 2.2 Warna <i>Additive</i> dan <i>Subtractive</i>	11
Gambar 2.3 Lingkaran Karakteristik Warna	12
Gambar 4.1 NAB Reksa Dana 2020	18
Gambar 4.2 Aset Reksa Dana dari 2018 ke 2019.....	19
Gambar 4.3 Wawancara dengan Sekuritas di Surabaya	20
Gambar 4.4 Jumlah Responden	21
Gambar 4.5 Penerimaan Data Pasar Modal 2019.....	22
Gambar 4.6 Logo Reksa Dana APRDI	23
Gambar 4.7 Font Montserrat	31
Gambar 4.8 Palette Warna	32
Gambar 4.9 Storyboard Page 1.....	32
Gambar 4.10 Storyboard Page 2.....	33
Gambar 4.11 Sketsa Poster.....	34
Gambar 4.12 Sketsa Sticker	35
Gambar 4.13 <i>Intro Motion Graphic</i>	36
Gambar 4.14 Penjelasan Sukses Finansial	36
Gambar 4.15 Penjelasan Reksa Dana	36
Gambar 4.16 Perusahaan-Perusahaan Terbuka	37
Gambar 4.17 Pihak-Pihak di Reksa Dana	37
Gambar 4.18 Transaksi di Reksa Dana.....	38
Gambar 4.20 Produk Reksa Dana.....	38
Gambar 4.21 Syarat Investasi.....	39
Gambar 4.22 Jumlah Investor.....	39
Gambar 4.23 <i>Outro</i>	39
Gambar 4.24 Poster.....	40
Gambar 4.25 Sticker	41
Gambar L1.1 Surat Izin.....	46
Gambar L2.1 Kartu Bimbingan	47
Gambar L3.1 Kartu Seminar	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 SWOT Perancangan <i>Motion Graphic</i> Pengenalan Reksa Dana	28
--	----



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 <i>Keyword / Key Communication Message</i>	29
--	----



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Survei & Riset.....	46
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	47
Lampiran 3 Kartu Seminar	48



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar Modal penting untuk perekonomian negara sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat dan menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, dan reksa dana. Dalam kegiatan investasi tentu masih banyak orang awam yang belum mengetahui bagaimana cara memulai berinvestasi dan bagaimana cara mengelola dana di setiap instrumen investasi yang tersedia, sehingga langkah awal yang cocok adalah memulai dari Reksa Dana, karena di Reksa Dana dana yang kita miliki akan dikelola oleh manajer investasi dan dana akan disetorkan langsung ke bank kustodian.

Berinvestasi sangatlah penting di jaman milenial, karena mereka yang melakukan hal tersebut bisa mengambil keuntungan dari *range* harga beli dan harga jual (*capital gain*). Hal ini tentunya jauh lebih ideal daripada menyimpan *asset* di rekening dan terus menerus terpotong oleh bunga. Bahkan ternyata investasi juga dapat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia. Investasi juga termasuk pendapatan nasional yang biasa kita kenal dengan sebutan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB dan investasi memiliki keterkaitan, saat investasi meningkat, pendapatan nasional juga ikut meningkat, begitu pula sebaliknya (Nimas Des Aristanti, 2019).

Akan tetapi walau dengan mengetahui bagusnya kesempatan ini, Akan tetapi walau dengan mengetahui bagusnya kesempatan ini, PT Bursa Efek Indonesia melaporkan jumlah investor pasar modal Indonesia yang tercatat pada PT Kustodian Sentral Efek Indonesia per Juli 2020, masih sebanyak 3 juta investor. Jumlah tersebut belum bisa dibilang banyak bahkan sangat sedikit jika dibandingkan dengan total populasi di Indonesia yang sebanyak 268.583.016 per 30 Juni 2020 menurut pencatatan dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil).

Liyanto Sudarso, *Co-Founder* dari *Super Fund Trader Community*, mengatakan dari 260 juta penduduk Indonesia, yang berinvestasi di pasar modal

hanya sebanyak 1%. Masih banyak masyarakat yang menyimpan dana di rekening dan deposito. Hal ini berbeda dengan negara maju seperti Jepang dan Eropa di mana penduduknya sudah banyak yang berinvestasi di pasar modal. Sehingga bisa kita pahami bahwa jika ingin menjadikan Indonesia negara maju, maka penduduk-penduduknya harus mulai untuk berinvestasi.

Proporsi Kepemilikan Investor Asing dan Investor Lokal di 8 Saham Scripless LQ45 Berkapitalisasi Pasar Terbesar

Emiten	Investor Lokal	Investor Asing
BBCA	19,8%	80,2%
BBRI	22,5%	77,5%
UNVR	46,5%	53,5%
TLKM	27,1%	72,9%
BMRI	24,5%	75,5%
ASII	29,2%	70,8%
HMSP	70,6%	29,4%
ICBP	45,5%	54,5%

Gambar 1.1 Kepemilikan Investor Asing dan Lokal
(Sumber: Tim Riset CNBC Indonesia, Agustus 2020)

Gambar di atas menunjukkan betapa mirisnya keadaan saat ini karena dari 8 saham yang memiliki kapitalisasi besar, hanya 1 yang dikuasai oleh investor lokal. Bisa dibayangkan ini adalah bentuk “penjajahan” secara tidak langsung. Dengan data-data tersebut, maka didapatkan informasi bahwa belum banyak orang Indonesia yang memahami betapa pentingnya investasi untuk memutar *asset* pribadi dan juga membantu perekonomian negara.

Untuk memberi pemahaman kepada masyarakat Indonesia, upaya yang dapat dilakukan adalah dengan perancangan animasi *motion graphic* tentang “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia. Anak muda menjadi target utama karena merekalah akan segera menggantikan peran generasi sebelumnya (generasi tua) yang masih menggunakan rekening dan deposito untuk menyimpan uang. *Motion Graphic* sangat cocok untuk memberikan edukasi karena memiliki keunggulan di mana informasi lebih mudah diserap. Penggunaan *Motion Graphic* membantu menyederhanakan pesan dan membagi konten ke dalam beberapa bagian tetapi dengan menarik dan sederhana

sehingga informasi tetap tersampaikan. Selain itu manusia lebih banyak memperoleh informasi melalui sistem visual (Roos Crooks dkk, 2014: 41).

Di dalam *Motion Graphic* akan disematkan informasi yang berisi penjelasan reksa dana, sukses finansial, pihak-pihak di dalam reksa dana, jenis transaksi, syarat berinvestasi, dan jumlah investor.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari Tugas Akhir ini, yaitu bagaimana merancang “*Motion Graphic* Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, agar proses perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia” tidak meluas dan lebih fokus pada pokok permasalahan, maka diperlukan batasan-batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian mengulas seputar Pasar Modal Reksa Dana saja.
2. *Motion graphic* tentang “*Motion Graphic* Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia” berdurasi \pm 3 menit
3. Media penempatan: YouTube
4. Media pendukung: Poster, sticker

1.4 Tujuan

Tugas Akhir ini bertujuan menghasilkan rancangan *Motion graphic* tentang “*Motion Graphic* Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia” sebagai upaya menyadarkan dan mendukung masyarakat Indonesia.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat dalam penelitian ini meliputi:

1. Menjadi referensi bagi masyarakat dan investor di Indonesia untuk memahami laju ekonomi negara.
2. Kalangan akademis bisa mempelajari proses pembuatan *motion graphic* tentang “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia.”
3. Memberikan kontribusi kepada PT.BEI dan Indonesia guna meningkatkan pendapatan negara dan masyarakat Indonesia melalui perancangan animasi *motion graphic* tentang “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia.”



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Eka Tripustikasari dan Abednego Dwi Septiadi mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto berupa jurnal dengan judul penelitian “Film Animasi Pengenalan Saham dengan Metode *Motion Graphic*”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah merancang Film Animasi pengenalan Saham dengan Metode *Motion Graphic*. Disampaikan dengan gaya komunikasi yang sudah ditentukan melalui riset dan disajikan dalam bentuk visual melalui media seperti video animasi.

Selain itu, ada pula penelitian terdahulu yang dirancang oleh Zuhilmi Ilham Ahmadi mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta berupa tugas akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Investasi Reksa Dana untuk Masyarakat Yogyakarta”. Dan tujuan dari penelitian ini adalah merancang poster sebagai upaya mengkampanyekan pentingnya investasi reksa dana.

Persamaan dari kedua penelitian terdahulu adalah pembahasan mengenai investasi di pasar modal yang satunya berada di instrumen saham, dan satunya berada di instrumen reksa dana. Dan persamaan dari penulis yang terdahulu pertama dengan tugas akhir penulis adalah media yang digunakan yaitu animasi *Motion Graphic*, kemudian persamaan dari penulis terdahulu ke dua dan penulis adalah instrument reksa dana, walau penulis terdahulu lebih fokus kepada menjelaskan apa pentingnya, sedangkan penulis lebih menjelaskan kondisi nyata saat ini di Indonesia mengenai presentase investor, penjelasan instrumen reksa dana, dan langkah memulai investasi di reksa dana.

2.2 Pasar Modal

Menurut PT. Bursa Efek Indonesia, pasar modal berisi berbagai instrumen keuangan seperti saham, obligasi, dan reksa dana yang memiliki jangka panjang dan bisa diperjualbelikan. Sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain dan sebagai kegiatan investasi. Dengan demikian, di pasar modal terjadi kegiatan jual beli terhadap aset negara.

2.3 Otoritas Jasa Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan di sektor jasa keuangan dengan tujuan agar terselenggara dengan akuntabel, adil, teratur, dan transparan guna mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil, serta mampu melindungi kepentingan masyarakat.

2.4 Reksa Dana

Menurut PT. BEI, Reksa Dana adalah instrumen investasi yang dikelola oleh Manajer Investasi sehingga cocok bagi masyarakat pemula yang memiliki modal kecil dan tidak memiliki banyak waktu serta keahlian untuk menentukan jenis aset yang bagus.

Keuntungan dan Kerugian Reksa Dana, antara lain:

1. Keuntungan yang bisa ditimbulkan Reksa Dana:
 - a. Aset di dalam reksa dana diversifikasi sehingga dapat memperkecil risiko. Sehingga dengan dana yang terbatas, investasi bisa dilakukan pada berbagai jenis instrumen seperti saham, obligasi, dan pasar uang.
 - b. Reksa Dana mempermudah investor pemula untuk berinvestasi, karena menentukan asset yang baik bukanlah pekerjaan mudah.
 - c. Karena aset di reksa dana dikelola oleh manajer investasi profesional, maka investor pemula tidak perlu merasa kesusahan mengelola portofolionya.
2. Kerugian yang bisa ditimbulkan Reksa Dana:
 - a. Risiko turunnya harga dari aset yang dibeli oleh investor dan masuk dalam portofolio.
 - b. Risiko Likuiditas yang akan terjadi jika banyak investor sebagai pemegang unit melakukan penjualan di pada saat yang bersamaan.
 - c. Risiko Wanprestasi, ketika perusahaan yang adalah Manajer Investasi tidak segera mengganti kerugian.
3. Jenis-jenis Reksa Dana:
 - a. Reksa Dana Pasar Uang

Berinvestasi pada surat-surat berharga dengan jatuh tempo kurang dari 1 tahun.

b. Reksa Dana Pendapatan Tetap

Berinvestasi minimal 80% ke dalam surat hutang. Memiliki risiko lebih tinggi dibandingkan Reksa Dana Pasar Uang.

c. Reksa Dana Saham

Berinvestasi minimal 80% pada ekuitas / saham. Memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan Reksa Dana Pasar Uang dan Reksa Dana Pendapatan Tetap, namun menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

d. Reksa Dana Campuran (*Discretionary Funds*)

Berinvestasi 1-79% pada instrument pasar uang, obligasi, dan juga saham. Memiliki risiko lebih rendah dibandingkan Reksa Dana Saham, namun tetap lebih tinggi dibandingkan Reksa Dana Pasar Uang dan obligasi.

2.5 Metode Analisis Fundamental

Analisis fundamental menganggap bahwa strategi analisis, manajemen, produk, *statistic* finansial, dan segala hal yang terkait dengan informasi finansial mempengaruhi pengambilan keputusan investasi di dalam pembelian sekuritas di pasar modal. Faktor yang digunakan para fundamentalis antara lain: *supply demand*, ekspor impor, cuaca dan kondisi geografi, ekonomi, dan politik, Bursa Internasional, dan Komoditas substitusi.

2.6 Motion Graphic

Motion Graphic adalah cabang dari desain grafis yang terdiri dari tipografi, ilustrasi, fotografi dan videografi yang menggunakan teknik animasi. *Motion Graphic* mampu memberi suasana pada konten infografis. Dengan kemampuan memberi sentuhan emosi kepada penonton melalui music sambil memberi informasi melalui *backsound* dan citra yang bergerak menyediakan kesempatan untuk mengkomunikasikan pesan dengan cara dahsyat karena *Motion Graphic* dapat menciptakan daya pikat visual dan emosional yang bisa membujuk audience (Ross Crooks dkk, 2014: 74-75).

2.7 Infografis

2.7.1 Definisi

Infografis adalah teknik penyampaian informasi yang menggunakan visual untuk mengkomunikasikan sebuah informasi. Secara umum infografis dicirikan dengan sebuah ilustrasi, tipografi berukuran besar, dan orientasi memanjang, vertikal yang menampilkan berbagai fakta, infografis diminati oleh semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa (Ross Crooks dkk, 2014: 20).

2.7.2 Jenis Infografis

Penting untuk memahami format yang tepat agar membantu menyampaikan pesan secara efektif. Format pokok yang bisa menjadi wadah untuk komunikasi infografis dibagi menjadi 3, yaitu:

1. Infografis Statis

Yang ditampilkan adalah citra diam. Cocok sebagai narasi meskipun bisa juga sebagai eksploratif. Dengan efisiensi ini menjadikan konten relatif terjangkau daripada infografis bergerak dan infografis interaktif. Ada tiga jenis utama konten infografis statis:

- a. Laporan dan presentasi internal
- b. Konten Editorial (blog, distribusi sosial, humas)
- c. Konten Terpusat Merek

2. Infografis Interaktif

Pengguna bisa melakukan interaksi seperti mengklik, mencari data, memilih informasi yang mau diakses dan visualisasikan. Bisa naratif, eksploratif, atau keduanya. Infografis interaktif lebih sering ditemui pada *website* dan pengguna bisa berinteraksi dengan informasi yang ditampilkan melalui user interface, atau biasanya lebih ke animasi edukasi yang berbasis flash, swf, dan lain-lain. Ada tiga jenis infografis interaktif:

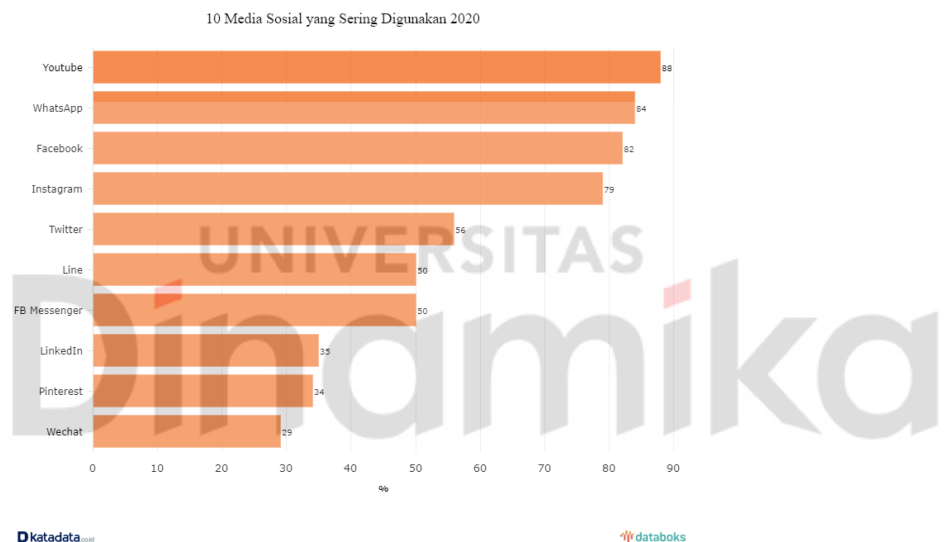
- a. Interaktif dengan informasi tetap (*update* manual)
- b. Interaktif dengan kumpulan informasi tetap (*display* diupdate secara dinamis jika update dilakukan manual)
- c. Interaktif dinamis (dengan update otomatis baik pada *display* dan informasi dasar)

3. Infografis Bergerak

Berisi informasi tetap, interaksi hanya sebatas melihat, membaca, dan mendengarkan. Yang ditampilkan adalah animasi atau citra bergerak. Paling baik sebagai narasi.

2.8 Media Sosial

Media sosial adalah sarana bagi pengguna untuk membagikan informasi (teks, gambar, video, dan audio) dengan pengguna lainnya dan juga perusahaan. Menurut pemaparan di atas media sosial adalah sarana bagi pengguna internet untuk berbagi media berupa visual, audio, maupun audio visual. Philip Kotler dan Kevin Keller, (2012: 569).



Gambar 2.1 Media Sosial yang Sering Digunakan 2020
(Sumber: *We Are Social, Hootsuite, 2020*)

Dari gambar di atas pada tahun 2020 ini *YouTube* memasuki peringkat satu, menjadi *platform* sosial media yang paling aktif digunakan oleh pengguna Indonesia. Sehingga *YouTube* sangat strategis sebagai tempat untuk menyebarkan konten.

2.9 Storyboard

Storyboard merupakan rangkaian gambar yang dibuat secara berurutan dan menjadi deskripsi dari setiap *scene* yang secara jelas menggambarkan obyek

multimedia serta perilakunya. Dengan adanya *storyboard*, pengarang akan lebih mudah menyampaikan ide cerita kepada orang lain. Karena bisa memberikan alur dengan menyajikan beberapa gambar dalam bentuk *storyboard* (Sutopo, 2003: 35-36).

2.10 Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun, merancang dan mengatur tata letak huruf dengan pengaturan dan penyebarannya pada *space* yang ada untuk menghasilkan sebuah kesan tertentu, sehingga pembaca mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin, baik dari segi keterbacaan maupun estetika (Hill, 2005).

2.11 Unsur Visual

Dalam melakukan perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia.” Menurut Kusrianto (2007: 275), untuk mewujudkan tampilan visual, diperlukan beberapa unsur agar karya desain menjadi selaras, serasi, dan seimbang dalam kesatuan, unsur-unsur tersebut yaitu:

1. Titik

Unsur visual yang wujudnya kecil. Cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

2. Garis

Unsur visual yang berpengaruh terhadap pembentukan suatu obyek. Dapat ditampilkan dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya.

3. Bidang

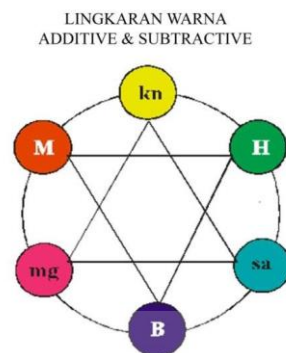
Unsur visual yang memiliki panjang dan lebar. Bidang dikelompokkan menjadi 2, yaitu bidang geometri dan non-geometri.

4. Warna

Warna dibagi menjadi dua, yaitu warna *additive* dan *subtractive*. Warna *additive* adalah warna yang berasal dari cahaya atau disebut *spectrum*. Warna pokok *additive* adalah merah, hijau, dan biru, biasa dikenal sebagai warna RGB yang biasa diterapkan pada monitor, TV, dan video. Sedangkan warna *subtractive* berasal dari pigmen warna yang bersifat transparan. Warna pokok

subtractive adalah cyan, magenta, dan kuning, yang ketika dicampur dengan jumlah sama akan menghasilkan warna hitam (key) sehingga disebut sebagai CMYK yang digunakan sebagai warna standar dalam proses cetak di industri grafika (Dameria, 2007: 16-17).

Dalam teori, warna-warna pokok *additive* dan *subtractive* disusun ke dalam sebuah lingkaran warna, di mana warna pokok *additive* and *subtractive* saling berhadapan.



kedudukan warna pokok additive dan subtractive pada lingkaran warna

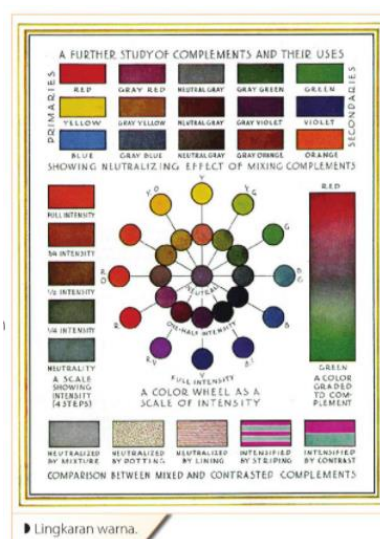
Additive
M = Merah (Red)
H = Hijau (Green)
B = Biru (Blue)

Subtractive
Ku = Kuning (Yellow)
mg = magenta
sn = Sian (Cyan)



Gambar 2.2 Warna *Additive* dan *Subtractive*
(Sumber: Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain)

2.12 Karakteristik Warna



Gambar 2.3 Lingkaran Karakteristik Warna
(Sumber: Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain)

Menurut Hideaki Chijawa dalam bukunya *Color Harmony* membuat klasifikasi lain warna-warna, ia mengambil dasar dari karakteristiknya, yaitu:

1. Warna hangat : merah, coklat, kuning, jingga.
2. Warna sejuk : terletak dari hijau ke ungu melalui biru.
3. Warna tegas : warna biru, merah, kuning, putih, hitam.
4. Warna gelap : warna yang mendekati warna hitam (coklat tua, biru tua, dsb).
5. Warna terang : warna yang mendekati warna putih.
6. Warna tenggelam : warna yang diberi campuran abu-abu.

2.13 Prinsip Dasar Desain

Menurut Adi Kusrianto, prinsip dasar desain perlu memperhatikan komposisi sebagai kegiatan perorganisasian elemen – elemen desain yang dibentuk sehingga terlihat harmonis sebagai berikut:

1. Kesatuan
Adanya proses antara karya tersebut agar dapat mengena maksud pesannya, mengutamakan warna menonjol, ukuran, dan *point of view*.
2. Keseimbangan
Memberi kesan yang cukup jelas pada bidang atau ruang yang diisi dengan unsur – unsur rupa (bentuk dan ukuran, sifat warna, tekstur, intensitas warna, konsep ide, dan pelambangan).
3. Irama
Penyusunan unsur – unsur desain yang mengikuti pola penataan yang teratur dengan membutuhkan suatu perulangan hinggamendapatkan kesan yang menarik.
4. Kontras
Vitalitas kecerahan yang dapat menghindari pemakaian yang berlebihan yang menimbulkan ketidaksesuaian karya yang memuat kesan harmonis.
5. Fokus
Menunjukkan bagian karya yang dianggap penting dengan dukungan *background* disekelilingnya untuk mencapai keharmonisan karya.

6. Proporsi

Perbandingan antara suatu bagian dengan bagian lainnya dan keseluruhan untuk menekankan ukuran dari unsur desain yang akan disusun.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan penelitian kualitatif. Yang adalah kajian berbagai materi empiris (kasus, wawancara, pengamatan, interaksi, dll). Dan juga suatu aktifitas pengamatan di lapangan untuk mengumpulkan berbagai bukti, fakta, data, atau halhal lain yang memiliki kaitan dengan riset (Santana, 2010: 5).

Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan data-data yang didapatkan bisa menunjang dalam perancangan animasi motion graphic tentang “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia.”

3.2 Unit Analisis

Unit analisis merupakan sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya. Dalam sebuah penelitian, menentukan unit analisis diperlukan agar penulis dapat mengetahui dan menentukan masalah dari penelitian tersebut (Maholtra, 2007: 215). Di penelitian kualitatif, analisis data menggunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komparasi, dan sejenisnya.

3.2.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti adalah Pasar Modal Indonesia jenis Reksa Dana, Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, sehingga mampu memberikan deskripsi/gambaran secara akurat mengenai fakta yang ada.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 107), Subjek penelitian adalah sumber data yang informasinya diminta sesuai dengan masalah utama penelitian.

Di sini subjek penelitian yang ditargetkan adalah:

1. Data di website Otoritas Jasa Keuangan, TICMI (*The Indonesia Capital Market Institute*), dan Bursa Efek Indonesia untuk mengulik data mengenai Reksa Dana.
2. Para masyarakat awam yang adalah mahasiswa (untuk memverifikasi data dari PT.BEI mengenai minimnya investor di Indonesia)

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian secara *online* melalui website Otoritas Jasa Keuangan, website TICMI (*The Indonesia Capital Market Institute*), dan website Bursa Efek Indonesia serta *google form* untuk mengumpulkan informasi mengenai Reksa Dana dan data dari masyarakat awam secara online.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan berupa kata, gambar, dan bukan angka. Data yang didapat berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 1997: 6). Adapun data diperoleh dengan teknik:

3.3.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data di mana penulis dapat melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan melihat peristiwa apa saja yang terjadi (Ridwan, 2004: 104). Observasi dilakukan di website Otoritas Jasa Keuangan, website TICMI (*The Indonesia Capital Market Institute*), dan website Bursa Efek Indonesia untuk memperoleh data dan informasi dalam merancang motion graphic “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia.”

3.3.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2012: 139) wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai. Sebagai alat pembuktian terhadap informasi yang diperoleh sebelumnya.

Metode wawancara digunakan penulis dengan salah satu pihak sekuritas di Surabaya untuk memastikan bahwa data PT.BEI yang menyatakan investor di Indonesia masih 3 juta dari total 268,5 juta jiwa (yang berarti banyak orang Indonesia tidak tahu investasi) itu benar. Menargetkan kepada mahasiswa sebagai calon investor muda.

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi yang membantu penulis mempelajari karakteristik beberapa orang (individual atau kelompok) yang bisa terpengaruh oleh hal yang diajukan atau oleh hal yang sudah ada. (Afdan Rojabi, 2019). Di sini penulis menggunakan kuesioner secara online untuk mendapatkan pemastian data lebih banyak daripada sebatas wawancara saja, dengan kuesioner, maka bisa menjangkau banyak orang di luar tempat penulis berkuliah.

3.3.4 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan penulis untuk mendapatkan data dalam bentuk buku, dokumen, dan gambar yang mendukung penelitian (Sugiyono 2015: 329).

3.4 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012: 163), teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat *statistic* yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif.

Metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi dan situasi dari data-data yang sudah dikumpulkan, seperti hasil wawancara dan masalah yang diteliti di lapangan (Winartha, 2006: 155).

1. Reduksi Data

Merangkum, memilih hal pokok, berfokus pada hal penting, dan membuang yang tidak perlu. Data yang direduksi akan memberi gambaran jelas dan mempermudah penulis untuk mengumpulkan data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Proses pemberian informasi yang sudah disusun sedemikian rupa untuk menarik kesimpulan. Sehingga sudah mencari gambaran secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh. Dengan ini penulis dapat menyajikan data yang menjawab permasalahan penelitian.

3. Verifikasi Kesimpulan

Kesimpulan awal yang diperoleh masih bersifat sementara dan kesimpulan tersebut bisa berubah sewaktu-waktu jika ditemukan bukti-bukti, inilah yang dimaksud dengan verifikasi data. Setelah proses selesai, akan ditemukan keyword yang selanjut bisa dikembangkan menjadi konsep perancangan penelitian.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

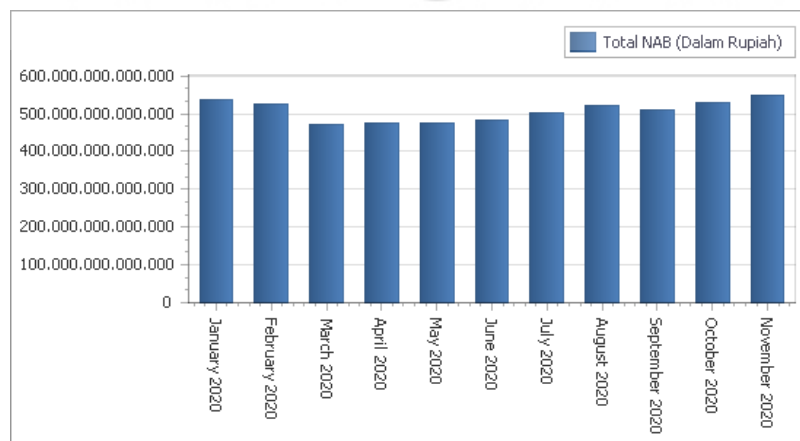
Di dalam bab ini akan lebih fokus pada hasil pengumpulan data untuk Tugas Akhir mengenai perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia.” Dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti: observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, serta hasil analisis SWOT, STP, serta menentukan *key communication message*, dan konsep untuk perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia”.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

4.1.1 Observasi

1. Data OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

Observasi dilakukan di website Otoritas Jasa Keuangan untuk mencari data yang *valid* mengenai Reksa Dana. Penulis menemukan data mengenai Total NAB (Nilai Aktiva Bersih) tahun 2020 dari keseluruhan Reksa Dana yang di bawah pengawasan OJK.



Gambar 4.1 NAB Reksa Dana 2020
(Sumber: Website Otoritas Jasa Keuangan)

NAB pada dasarnya adalah nilai aset suatu reksa dana dikurangi nilai kewajiban (*liability*) dibagi dengan jumlah unit reksa dana. Dengan kata lain,

NAB adalah nilai bersih setiap unit reksa dana dan menjadi salah satu tolok ukur dalam memantau hasil baik atau buruknya dari suatu Reksa Dana.

Dari data Total NAB di atas dapat disimpulkan bahwa di tahun 2020 ini kinerjanya cukup baik, karena walau sempat menurun karena masa pandemi, tetapi di November 2020 (547.841.491.611.369,00) bisa mengejar NAB yang lebih tinggi dari Januari 2020 (537.329.370.798.543,00). Yang membuktikan Reksa Dana adalah investasi yang cukup baik bagi pemula karena di masa krisis tetap bisa bertahan dan bisa pulih dalam waktu kurang dari satu tahun.

2. Data BEI (Bursa Efek Indonesia)

Investasi merupakan investasi kepada pihak ketiga.
Rincian investasi adalah sebagai berikut:

*Investments are investments with third parties.
Details of investments are as follows:*

	<u>31 Desember 2019/ December 31, 2019</u>	<u>31 Desember 2018/ December 31, 2018</u>	
Deposito berjangka	20.156.450.000	156.492.400.000	<i>Time deposits</i>
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui laba rugi - Reksa dana	660.334.286.144	640.096.215.143	<i>Investments measured at fair value through profit or loss - Mutual funds</i>
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui laba rugi - Obligasi Pemerintah	62.066.585.025	65.213.183.725	<i>Investments measured at fair value through profit or loss - Government Bonds</i>
Investasi, tersedia untuk dijual - Reksa dana	4.998.760.000	-	<i>Investments available-for-sale - Mutual funds</i>
Investasi, tersedia untuk dijual - Surat Utang Negara, dan Obligasi Korporasi	596.153.265.647	366.880.468.813	<i>Investments available-for-sale - Government Bonds, and Corporate Bonds</i>
Investasi, dimiliki hingga jatuh tempo - Kontrak investasi kolektif-efek beragun aset ("KIK EBA")	43.150.000.000	-	<i>Investments held to maturity- Collective investment contract-asset backed securities ("KIK EBA")</i>
Jumlah	1.386.859.346.816	1.228.682.267.681	Total

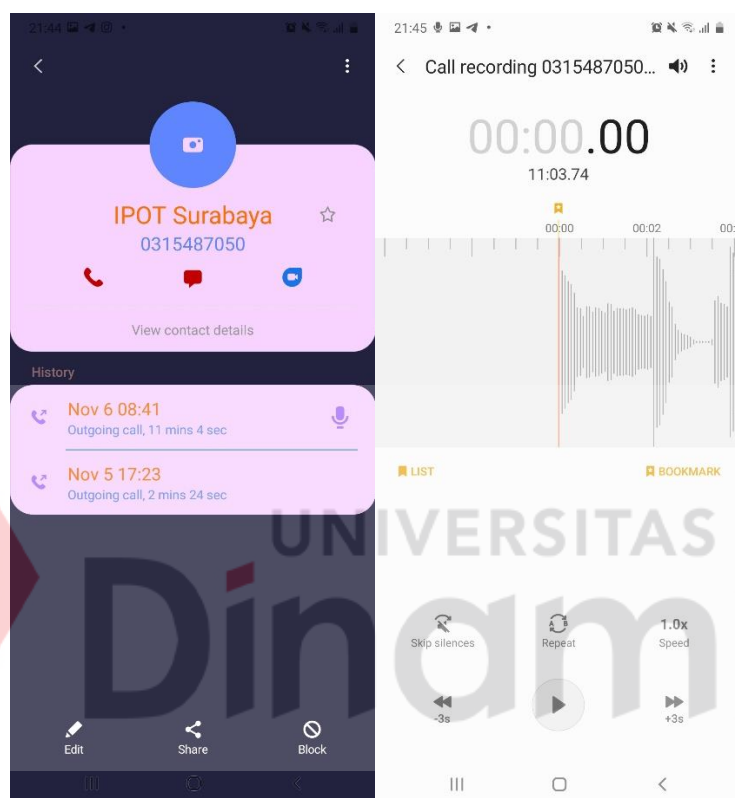
Gambar 4.2 Aset Reksa Dana dari 2018 ke 2019

(Sumber: Website TICMI, Annual Report Bursa Efek Indonesia)

Total Aset Reksa Dana yang diperoleh dari TICMI (*The Indonesia Capital Market Institute*) mengenai *Annual Report* Bursa Efek Indonesia menunjukkan peningkatan Aset Reksa Dana dari tahun ke tahun yang menunjukkan semakin banyaknya peluang yang tersedia bagi investor baru untuk ikut menanamkan modalnya di produk-produk Reksa Dana. Karena semakin bertambahnya tahun dan meningkatnya sektor perekonomian negara pasti akan membuka kesempatan lebih bagi investor yang ingin menanamkan modalnya di sektor tersebut.

4.1.2 Wawancara

Wawancara dilakukan pada tanggal 6 November 2020 pukul 08:41 WIB dengan salah satu sekuritas yang menjadi tempat untuk melakukan transaksi saham, obligasi, dan reksa dana. Wawancara berlangsung selama 11 menit 3 detik dilakukan melalui panggilan telepon dikarenakan kunjungan secara langsung ke kantor masih dilarang.



Gambar 4.3 Wawancara dengan Sekuritas di Surabaya

Dari hasil wawancara didapatkan informasi bahwa investasi yang cocok bagi pemula adalah Reksa Dana dikarenakan memiliki risiko yang lebih rendah. Reksa Dana sendiri memiliki Manajer Investasi sebagai pengelolanya sehingga calon investor tidak perlu bingung untuk menganalisa sendiri apalagi mereka yang tidak punya waktu.

Sistem investasi adalah *low risk low return* dan *high risk high return*, untuk Reksa Dana sendiri karena memiliki risiko rendah dan untuk pemula, maka *returnnya* bisa dibilang tidak sebanding dengan saham. Syarat untuk mulai berinvestasi sangatlah mudah, tinggal memiliki KTP dan rekening saja, untuk

pendaftaran bisa dilakukan secara online melalui aplikasi-aplikasi sekuritas yang sudah tersedia di *app store / play store*.

4.1.3 Kuesioner

Kuesioner mendata umur, jenis kelamin, status, kota tempat tinggal, pekerjaan, penghasilan per bulan, presentase menabung, tempat menyimpan uang, pengetahuan pasar modal, ingin tidaknya berinvestasi, penjelasan pasar modal, dan ketertarikan responden setelah diberi penjelasan (berubah pikiran atau tidak).

Pengambilan data dari kuesioner dilakukan dari 29 Oktober – 31 Desember melalui *google form* dengan total 17 item pertanyaan (6 pertanyaan data diri dan 11 pertanyaan penelitian) dan dijawab oleh 70 responden, dilakukan untuk memvalidasi statement Liyanto Sudarso di *event Fun(s) Talk Millennials #5*, beliau mengatakan dari 260.000.000 penduduk Indonesia, yang berinvestasi di instrumen pasar modal hanya 1% saja. Karena kebanyakan orang Indonesia menyimpan dananya di rekening dan deposito.



Gambar 4.4 Jumlah Responden

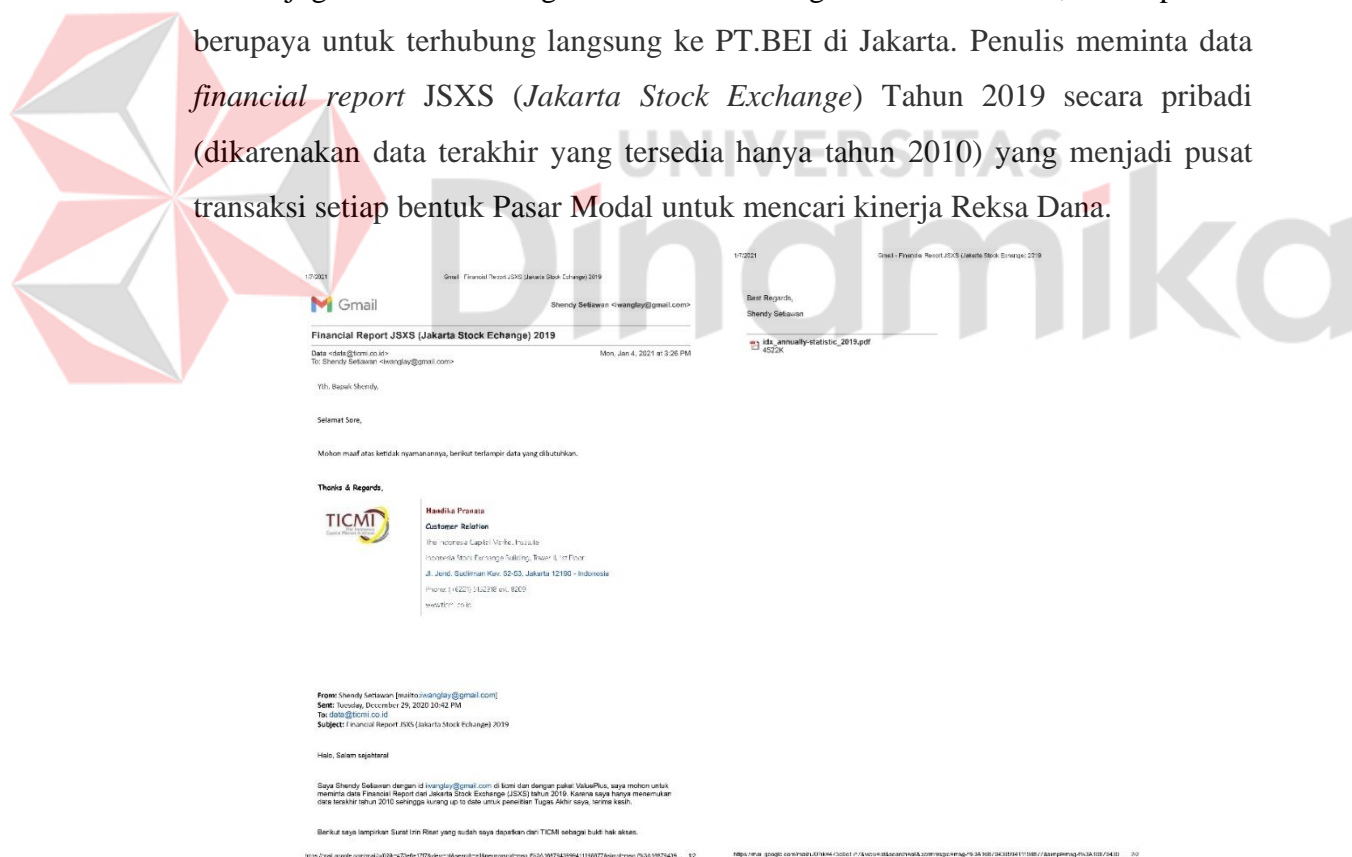
Hasil kuesioner yang didapatkan menunjukkan bahwa responden yang minat untuk berinvestasi pada Reksa Dana adalah mulai dari umur 17 hingga 27, sehingga didapatkan data umur yang pas untuk penelitian ini. Banyak dari responden pernah mendengar tentang pasar modal dan juga instrumen di dalamnya, namun sayang sekali, walau pernah mendengar mereka tidak memiliki ide apapun tentang pasar modal dan instrumen-instrumennya dan bagaimana cara berinvestasi di dalamnya.

Hal yang unik adalah pada pertanyaan mau tidaknya untuk berinvestasi, 40 orang menjawab mau dan 30 orang menjawab tidak. Namun setelah diberi pemahaman singkat mengenai penjelasan Saham, Obligasi, dan Reksa Dana, banyak responden tertarik dengan Reksa Dana. Dan saat diberi kesempatan untuk menjawab lagi apakah tertarik tentang investasi pilihannya, jumlah yang mau meningkat menjadi 45 orang dan yang tidak mau berkurang menjadi 25 orang.

4.1.4 Dokumentasi

Hasil dokumentasi diambil dalam bentuk gambar sebagai bukti proses permintaan, perijinan, dan penerimaan akses terhadap data Pasar Modal yang memang tidak bisa dilihat oleh sembarangan orang.

Bermula dari pihak PT.BEI Jawa Timur yang tidak bisa dihubungi dan di kantor juga tidak ada orang dikarenakan sedang work from home, maka penulis berupaya untuk terhubung langsung ke PT.BEI di Jakarta. Penulis meminta data *financial report JSXS (Jakarta Stock Exchange)* Tahun 2019 secara pribadi (dikarenakan data terakhir yang tersedia hanya tahun 2010) yang menjadi pusat transaksi setiap bentuk Pasar Modal untuk mencari kinerja Reksa Dana.



Gambar 4.5 Penerimaan Data Pasar Modal 2019

Penulis juga menemukan logo Reksa Dana yang dipakai oleh Asosiasi Pengelola Reksa Dana Indonesia (APRDI), di mana APRDI juga aktif bersama OJK

untuk berusaha mensosialisasikan tentang dunia investasi kepada masyarakat. APRDI sendiri adalah organisasi non-komersial, non politik, dan otonom di lingkungan pasar modal yang beranggotakan Manajer Investasi dan Bank Kustodian pengelola Reksa Dana di Indonesia.



Gambar 4.6 Logo Reksa Dana APRDI
(Sumber: Website OJK)

4.2 Analisis Data

4.2.1 Reduksi Data

1. Observasi

Hasil observasi menunjukkan dari pencatatan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) bahwa kinerja Reksa Dana selama pandemi sangatlah baik, karena NAB (Nilai Aktiva Bersih) Reksa Dana awal Januari 2020 (537.329.370.798.543,00) yang terus menurun bisa dikejar di November 2020 mencapai 547.841.491.611.369,00 yang lebih tinggi daripada NAB Januari 2020. Dan juga aset Reksa Dana yang tersedia semakin banyak dari tahun ke tahun, dibuktikan dari Annual Report Bursa Efek Indonesia, jumlah aset pada 2018 sebanyak Rp. 1.228.682.267.681 dan pada 2019 meningkat menjadi Rp 1.386.859.346.816.

2. Wawancara

Hasil dari wawancara penulis dan salah satu sekuritas yang ada di Surabaya adalah investasi yang paling cocok bagi pemula seperti mahasiswa adalah Reksa Dana dikarenakan risiko yang lebih rendah dibandingkan instrumen investasi lainnya dan juga sudah dikelola oleh Manajer Investasi. Kemudian benar bahwa perbandingan investor asing dan lokal masih sangatlah timpang (5:2) Untuk memulai berinvestasi sendiri sangatlah mudah bagi pemula tinggal menyiapkan KTP dan Rekening, kemudian sudah bisa mendaftar secara online melalui aplikasi yang disediakan oleh sekuritas.

3. Kuesioner

Hasil Kuesioner menunjukkan bahwa umur yang menunjukkan minat paling tinggi terhadap investasi Reksa Dana adalah umur 17-27 tahun. Dan juga responden dengan usia tersebut dinilai produktif karena belum menikah dan bisa menabung minimal 10% walau pemasukkan hanya 1 juta. Respon responden sangat sinkron dengan data riset dan tujuan tugas akhir ini yang menunjukkan bahwa banyak yang masih menyimpan dana di rekening dan walau pernah mendengar tentang pasar modal seperti saham, obligasi, dan reksa dana. Namun mereka tidak memahami cara berinvestasi di dalamnya. Minat tertinggi juga jatuh kepada Reksa Dana yang secara tidak langsung menjadi dukungan tinggi pembuatan *motion graphic* mengenai Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia.

4. Dokumentasi

Dokumentasi penelitian menunjukkan proses demi proses yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan data yang valid. Walau keadaan sedang pandemi dan PT.BEI di Jawa Timur juga sedang *work from home* sehingga tidak bisa *dicontact*, penulis berupaya untuk terhubung langsung dengan pihak pusat yang berada di Jakarta melalui website dan email PT.BEI serta email *The Indonesia Capital Market Institute* (TICMI). Akhirnya upaya tersebut membuahkan hasil yang sepadan karena penulis bisa meminta data yang cukup mendukung validitas penelitian dan mendapatkan surat bukti izin riset.

4.2.2 Penyajian Data

Berdasarkan reduksi data yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Maka dapat disajikan data:

1. Kinerja Reksa Dana selama pandemi sangat bagus sehingga aman bagi pemula yang baru terjun ke dunia investasi.
2. Aset Reksa Dana yang tersedia dari tahun ke tahun semakin banyak sehingga dengan semakin banyaknya aset, perlu diimbangi juga dengan penambahan investor-investor baru dari usia produktif.

3. Menurut Profesional Saham dan Reksa Dana dari salah satu sekuritas di Surabaya, Reksa Dana adalah instrumen investasi paling cocok bagi pemula. Serta jumlah investor asing dan lokal masing sangat timpang (5:2) yang mana cocok dengan data dari BEI.
4. Persyaratan investasi bagi pemula sangat mudah, hanya perlu KTP, rekening, dan NPWP (opsional). Modal yang diperlukan hanya minimal Rp 100.000 serta sudah bisa diakses melalui online.
5. Dari data yang didapat melalui kuesioner, kebanyakan orang masih menyimpan dananya di rekening yang dapat disimpulkan mereka kebanyakan belum berinvestasi.
6. Responden yang berumur 17 – 27 tahun terbilang produktif karena sudah bisa menabung minimal 10% dari penghasilan 1 juta.
7. Banyak responden yang pernah mendengar tentang Pasar Modal seperti Saham, Obligasi, dan Reksa Dana tetapi tidak memahami cara untuk investasi.
8. Dari seluruh responden, mereka yang berusia 17 – 27 tahun menunjukkan minat tinggi terhadap Reksa Dana yang mana cocok dengan *statement* dari Profesional Saham dan Reksa Dana dari salah satu sekuritas di Surabaya.
9. Diperlukan video *motion graphic* mengenai pengenalan Pasar Modal Reksa Dana lebih mendetail mulai dari penjelasan, pihak-pihak di dalam reksa dana, aneka transaksi, legalitas, jenis produk, syarat investasi, dan jumlah investor saat ini untuk memenuhi minat tinggi para usia produktif 17-27 tahun dan agar mereka melek investasi sampai akhirnya ikut berinvestasi demi sukses finansial, membantu, dan ikut merasakan perkembangan aset negara.
10. *Motion graphic* dapat digunakan untuk mengenalkan Reksa Dana kepada calon-calon investor muda karena terdapat unsur gambar, suara, dan teks yang informatif, *simple*, dan *attractive* sehingga disukai mereka yang berusia 17 – 27 tahun.

4.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil proses reduksi data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan sampai penyajian data. Dapat disimpulkan bahwa kinerja Reksa Dana selama pandemi sangat baik dan tahun ke tahun aset Reksa Dana

semakin meningkat sehingga cocok bagi pemula yang baru terjun ke dunia investasi dengan risiko kerugian yang rendah.

Profesional Saham dan Reksa Dana dari salah satu sekuritas juga menyatakan bahwa Reksa Dana juga menjadi pilihan paling cocok bagi investor baru dikarenakan rendahnya risiko. Lalu syarat untuk berinvestasi hanya perlu KTP, rekening, NPWP (opsional), dan modal minimal 100 ribu saja. Jumlah investor asing dan lokal juga terbilang masih sangatlah timpang dengan perbandingan 5:3.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa usia paling produktif untuk berinvestasi adalah 17 – 27 tahun dikarenakan pada usia ini mereka masih lajang, berkuliah (beberapa sudah bekerja), dan mampu menabung 10% dari penghasilan yang minimal 1 juta. Mayoritas masih menggunakan rekening untuk menyimpan uang, dan walau banyak yang pernah mendengar pasar modal tetapi belum paham cara berinvestasi. Mereka yang berumur 17 – 27 tahun menunjukkan minat dan niat tinggi untuk berinvestasi di instrumen Reksa Dana.

Semua hasil observasi, wawancara, dan kuesioner sangat mendukung perancangan animasi *motion graphic* pengenalan Pasar Modal Reksa Dana yang akan menyajikan penjelasan, pihak-pihak di dalam reksa dana, aneka transaksi, legalitas, jenis produk, syarat investasi, dan jumlah investor saat ini untuk memenuhi minat anak muda hingga membantu mereka untuk mencapai sukses finansial.

4.3 Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)

4.3.1 Segmentation

1. Demografis

Kelompok Usia	: 17 - 27
Jenis Kelamin	: Pria dan Wanita
Profesi	: Pelajar/Mahasiswa dan Pekerja (Karyawan & Non Karyawan)
Kelas Sosial	: Menengah ke bawah (Penghasilan di bawah 1 juta) sampai dengan menengah ke atas (penghasilan di atas 3 juta)

2. Geografis

Negara	: Indonesia
--------	-------------

Teritorial : Jawa Timur
 Distrik : Surabaya dan sekitarnya
 Kepadatan Populasi : Kota besar

3. Psikografis

Masyarakat berumur 17 – 27 tahun yang kurang memahami dunia pasar modal, *financial planning*, dan pentingnya investasi sehingga masih menyimpan uang di rekening bank.

4.3.2 Targeting

Target dari *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia” adalah masyarakat berusia 17 – 27 tahun yang sudah memiliki KTP dan Rekening serta tertarik dengan dunia Pasar Modal Reksa Dana.

4.3.3 Positioning

Video *motion graphic* ini diposisikan sebagai video pengenalan tentang Pasar Modal Reksa Dana yang dapat memberi pemahaman kepada masyarakat tentang investasi terutama bagi mereka yang memiliki keinginan untuk mulai berinvestasi. Serta dari setiap orang akan dijelaskan mengenai tipe-tipe investor dan mana yang jenis investasi Reksa Dana yang cocok untuk mereka.

4.4 Unique Selling Proposition (USP)

Unique Selling Proposition dari *motion graphic* tentang Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana ini adalah teknik pengenalan yang informatif dan juga *attractive*, sehingga anak-anak muda yang merupakan calon investor untuk memajukan negara dan melekat ekonomi bisa memahami dengan baik dan tidak bosan. Dan pada saat *publishingnya* nanti bisa melalui YouTube dan Instagram serta diiklankan dengan jangkauan area Surabaya sehingga bisa maksimal dikenal kalangan muda.

4.5 Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats*)

Metode yang digunakan untuk mengevaluasi *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Proses ini mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mampu dan tidak mampu mendukung dalam mencapai tujuan.

Tabel 1.1 SWOT Perancangan *Motion Graphic* Pengenalan Reksa Dana

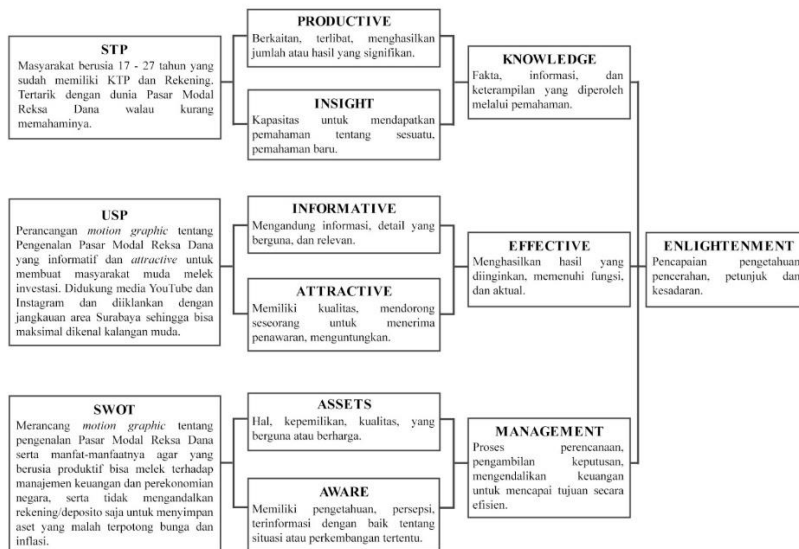
Eksternal (O-T)	Internal (S-W)	Strengths <ul style="list-style-type: none"> - Modal Investasi kecil mulai dari Rp 100.000. - Adanya sistem <i>autodebet</i> yang memudahkan dan membantu anak muda untuk konsisten berinvestasi. - Tidak ada potongan bunga jika ingin mengendapkan uang di reksa dana. - Dikelola oleh Manajer Investasi yang profesional. - Terikat Kontrak Investasi Kolektif antara Agen Penjual, Manajer Investasi dan Bank Kustodian. - Dilisensi dan diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan. - Dari data yang ada, kinerja Reksa Dana selama 2020 sangat baik walau ekonomi menurun karena pandemi. 	Weaknesses <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya sosialisasi pemerintah tentang pentingnya Investasi sejak muda kepada masyarakat. - Data menunjukkan bahwa banyak masyarakat pernah mendengar Pasar Modal Reksa Dana tetapi tidak memahaminya. - Masyarakat yang baru berinvestasi sangatlah sedikit (3,02 juta) per Juli 2020 jika dibandingkan total populasi penduduk Indonesia. (268,5 juta) per Juni 2020
	Opportunity <ul style="list-style-type: none"> - Banyak masyarakat yang menyimpan uang di rekening dan terus terpotong bunga. - Minat masyarakat tertinggi jatuh kepada reksa dana. - Mayoritas masyarakat sudah bisa menabung minimal 10% dari penghasilan. - Bisa memajukan perekonomian negara karena semua produk berkaitan dengan aset negara. - Bisa menyejahterakan rakyat pada saat perekonomian/aset negara mengalami kenaikan karena ikut mendapatkan keuntungan (<i>capital gain</i>). - Setiap tahun kebutuhan negara selalu bertambah 	S-O <ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan video <i>motion graphic</i> untuk mengenalkan reksa dana kepada masyarakat serta manfaat dan cara berinvestasi agar masyarakat memahami alasan kenapa harus investasi sejak muda. - Menjabarkan kelebihan berinvestasi di reksa dana dibandingkan menyimpan uang di rekening karena tidak terpotong bunga secara otomatis setiap bulannya. - Dengan kinerja reksa dana yang baik di tahun 2020 dan juga semakin banyaknya aset reksa dana yang tersedia, maka kapitalisasi yang bagus sangat strategis bagi 	W-O <ul style="list-style-type: none"> - Dengan video <i>motion graphic</i> yang tidak hanya sekadar mengenalkan tetapi juga memberi pemahaman, kinerjanya, dan dampak terhadap negara maka akan mampu menjadi bentuk sosialisasi terhadap masyarakat terutama kalangan muda. - Dengan pemahaman yang meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi maka presentase penduduk yang berinvestasi bisa mengalami peningkatan dan juga memajukan perekonomian negara.

sehingga memungkinkan terjadinya penambahan aset reksa dana.	investor muda yang mau bergabung.	
Threats	S-T	W-T
<ul style="list-style-type: none"> - Agen Penjual/Manajer Investasi pailit. - Saat aset/perekonomian negara turun, nilai reksa dana juga menurun. (<i>capital loss</i>). - Terjadinya suspensi dari pihak Otoritas Jasa Keuangan terhadap Agen Penjual/Manajer Investasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Di dalam <i>motion graphic</i> akan dijelaskan walau Agen Penjual/Manajer Investasi terkena suspense atau pailit, dana masyarakat/investor tetap aman di Bank Kustodian karena adanya KIK (Kontrak Investasi Kolektif). - Kinerja Reksa Dana 2020 walau sedang pandemi membuktikan <i>capital loss</i> dapat diatasi dengan baik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dengan berfokus pada penjelasan manfaat reksa dana dan manfaatnya untuk kesejahteraan rakyat maka jumlah investor akan sambil bertambah. - Dengan pemahaman akan produk reksa dana yang tidak lain adalah produk-produk asli negara Indonesia, maka terjadinya <i>capital loss</i> tidak menjadi momok bagi investor baru, tetapi menjadi sebuah proses untuk tetap berinvestasi hingga mencapai <i>capital gain</i>.
<p>Strategi Utama: Merancang <i>motion graphic</i> tentang pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai upaya meningkatkan investor muda agar tidak mengandalkan rekening/deposito saja untuk menyimpan aset yang malah terpotong bunga.</p>		

4.6 Konsep dan Keyword

Seluruh data yang telah dikumpulkan, pada tahap ini disimpulkan menjadi poin-poin pembentuk keyword.

4.6.1 Key Communication Message



Bagan 1.1 Keyword / Key Communication Message

4.6.2 Deskripsi Konsep

Konsep untuk perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia” adalah “*Enlightenment*”. Deskripsi dari kata “*Enlightenment*” adalah memiliki sebuah pencapaian dalam pengetahuan, pencerahan, petunjuk dan kesadaran. Sehingga dengan melihat *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Lokal Indonesia”, penonton akan mendapatkan pemahaman baru yang nantinya menjadi pencapaian baru dalam pengetahuan bagi mereka.

4.7 Perancangan Kreatif

4.7.1 Tujuan Kreatif

Tujuan dari perancangan animasi *motion graphic* pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai upaya meningkatkan investor muda Indonesia adalah memberikan penjelasan Reksa Dana, aneka transaksi di dalam Reksa Dana, pengecekan legalitas, jenis produk di Reksa Dana, syarat investasi yang mudah, dan jumlah investor lokal saat ini yang masih sedikit sehingga perlu mereka untuk menambah investor lokal. Dengan penetapan “*Enlightenment*” sebagai hasil keyword/konsep maka nantinya visual akan disajikan secara *simple*, informatif dan *attractive* sehingga dapat memenuhi minat tinggi target audiens (usia produktif umur 17 – 27) terhadap Reksa Dana dan menjadi investor muda.

4.7.2 Strategi Kreatif

Dalam merancang *motion graphic* Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia dibutuhkan strategi kreatif. Strategi kreatif ini akan disesuaikan dengan keyword atau konsep perancangan yang telah ditentukan yaitu “*Enlightenment*”. Unsur strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

1. *Tagline*

Tagline yang digunakan dalam perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia” adalah “Sukses Finansial dengan Reksa Dana”. *Tagline* ini

ditentukan karena sesuai dengan *keyword/konsep* “*Enlightenment*”. Menggambarkan pesan yang ditujukan untuk audiens bahwa dengan memahami Reksa Dana dan berinvestasi sejak muda, maka mereka dapat mencapai sebuah pengetahuan baru untuk bekal di masa depan.

2. *Typography*

Typography yang digunakan dalam perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia” sesuai dengan konsep “*Enlightenment*”. ini adalah tipe *font Sans Serif*. Dikarenakan terlihat tegas, *modern*, jujur, tanpa basa-basi, dan mempertimbangkan *Readability*. Karena tujuan *motion graphic* adalah untuk mengenalan Pasar Modal Reksa Dana, maka syarat *Readability* adalah mutlak. Berdasarkan hal tersebut maka dipilih huruf *Sans Serif* dengan menggunakan *font Montserrat* sebagai berikut:



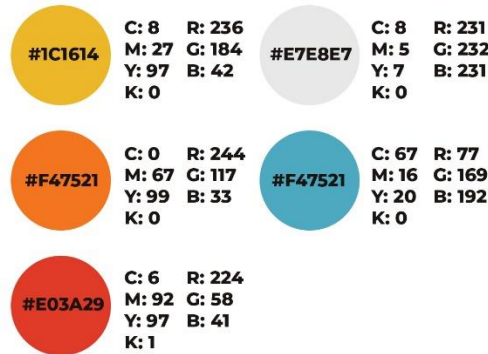
Gambar 4.7 Font Montserrat

3. Warna

Menggunakan warna yang sesuai dengan karakter dari konsep “*enlightenment*”. Pada perancangan menggunakan banyak transisi warna untuk diaplikasikan, karena *motion graphic* sendiri bersifat *attractive* yang harus menarik audiens.

Sesuai dengan psikologi warna yang telah dijelaskan pada Bab 2, maka karakter dari konsep “*Enlightenment*” yang maknanya adalah pencapaian pengetahuan dan pemahaman baru adalah Warna Abu-abu, Biru, Kuning, Oranye dan Merah. Dari segi psikologi warna, Warna Abu-Abu melambangkan

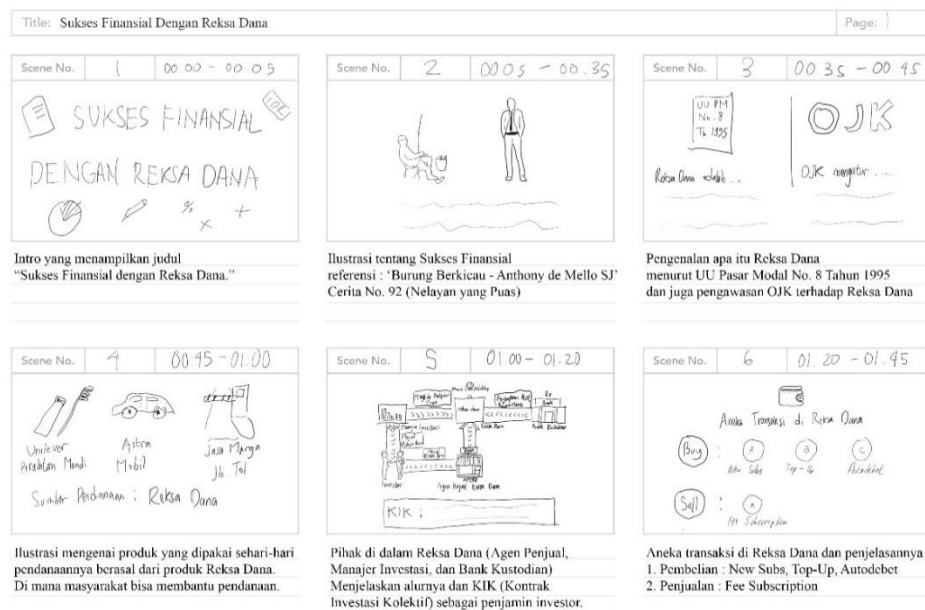
keamanan, Warna Biru melambangkan kepercayaan, Warna Kuning melambangkan perhatian dan optimisme, Warna Oranye melambangkan petualangan dan kemampuan baru, dan Warna Merah melambangkan gairah dan keberanian.



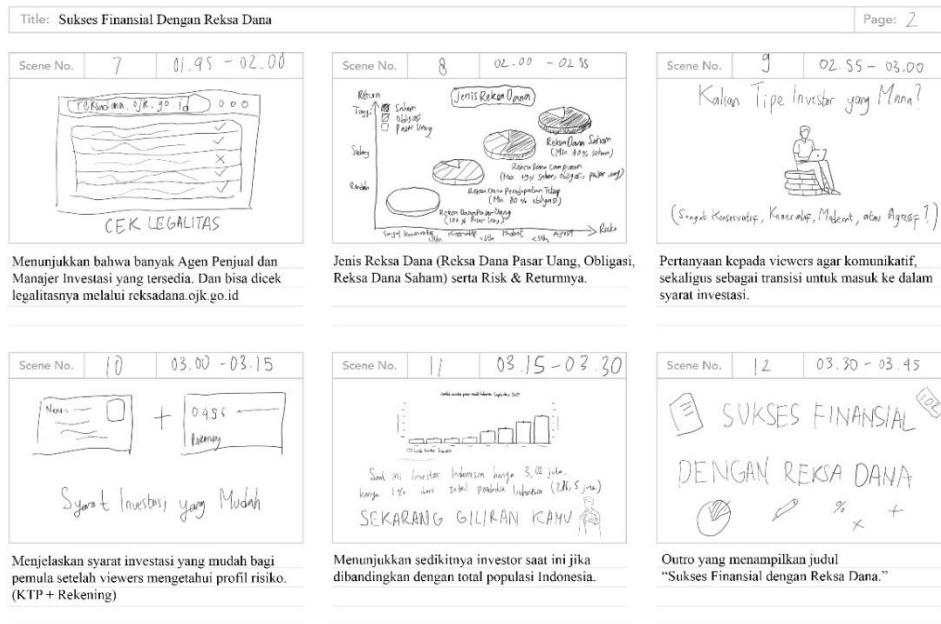
Gambar 4.8 Palette Warna

4. Storyboard

Menurut Binanto di dalam bukunya Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya halaman 255 menjelaskan bahwa *storyboard* merupakan pengorganisasi grafik. *Storyboard* mempermudah proses produksi dikarenakan semua hal teknis maupun hal-hal lain yang diperlukan dalam proses produksi tertera di *storyboard* sehingga dapat meminimalisir terjadinya kesalahan.



Gambar 4.9 Storyboard Page 1



Gambar 4.10 Storyboard Page 2

4.8 Perencanaan Media

4.8.1 Tujuan Media

Menurut Morrisans di dalam bukunya "Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu" halaman 189, tujuan media merupakan gambaran apa yang ingin dicapai suatu perusahaan berkenaan dengan penyampaian pesan suatu produk atau merk produk. Sehingga dibutuhkan beberapa media untuk *motion graphic* Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia.

4.8.2 Strategi Media

Dalam upaya perancangan animasi *motion graphic* "Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Investor Muda Indonesia" dibagi menjadi dua media untuk menyampaikan pesan, yaitu Media Utama yang berupa video dan Media Pendukung yang berupa poster dan sticker.

4.8.3 Media Sosial

1. Youtube

Media utamanya akan diupload di YouTube dikarenakan di tahun 2020 YouTube menempati peringkat nomor 1 menurut We Are Social, Hootsuite yang sudah penulis sertakan di Bab 2.

2. Instagram

Instagram akan digunakan untuk membagikan media pendukung seperti poster dan sticker sehingga bisa dilihat oleh pengguna-pengguna Instagram yang kebanyakan penggunanya adalah anak muda.

4.8.4 Media Pendukung

1. Poster

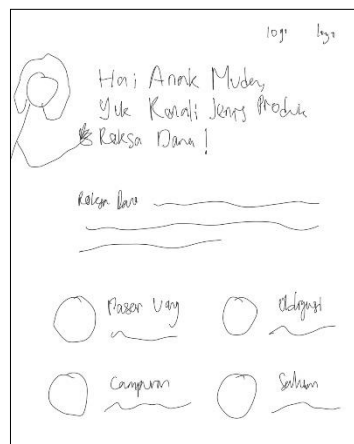
a. Alasan Pemilihan Media

Di masa pandemi yang mewajibkan Pembatasan Sosial Berskala Besar menjadi alasan pemilihan poster digital sebagai media pendukung dikarenakan poster dapat disebarluaskan melalui sosial media dengan mudah.

b. Konsep Desain

Media poster ini mengajak anak-anak muda untuk memahami reksa dana secara singkat dan mengenali berbagai jenis produknya. Poster ini berukuran 1080 x 1350 pixel.

c. Sketsa



Gambar 4.11 Sketsa Poster

2. Sticker

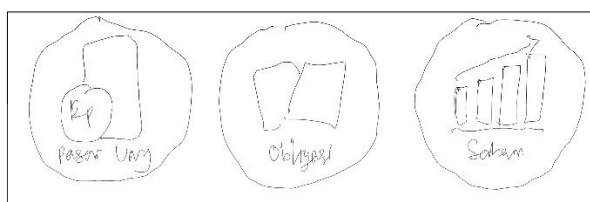
a. Alasan Pemilihan Media

Pembatasan Sosial Berskala Besar juga menjadi alasan pemilihan sticker sebagai media pendukung dikarenakan poster dapat disebarluaskan melalui sosial media dengan mudah dengan menggunakan link, sehingga masyarakat dapat mendownload dan mencetaknya sendiri.

b. Konsep Desain

Sticker ini berisi desain mengenai jenis-jenis produk reksa dana, nanti mereka dapat memilih sticker sesuai dengan jenis produk yang paling diminati. Sticker ini ini berukuran 1080 x 1350 pixel.

c. Sketsa



Gambar 4.12 Sketsa Sticker

4.9 Implementasi Desain

4.9.1 Media Utama

Media utama diimplementasikan dalam bentuk motion graphic berukuran 1920 x 1080 pixels dan berdurasi 3 menit 45 detik yang nantinya akan diupload di youtube. Di dalam motion graphic menggunakan dubber perempuan dan animasi style vector karena simple dan mendukung setiap informasi yang disampaikan sehingga attractive dan bisa mencapai *enlightenment* yang menjadi keyword karya utama.

Motion graphic diawali dengan tagline “Sukses Finansial dengan Reksa Dana sebagai intro, yang kemudian dilanjutkan ke dalam sebuah cerita seorang nelayan dan pengusaha yang sedang berbincang mengenai apa itu arti sukses finansial yang sebenarnya.



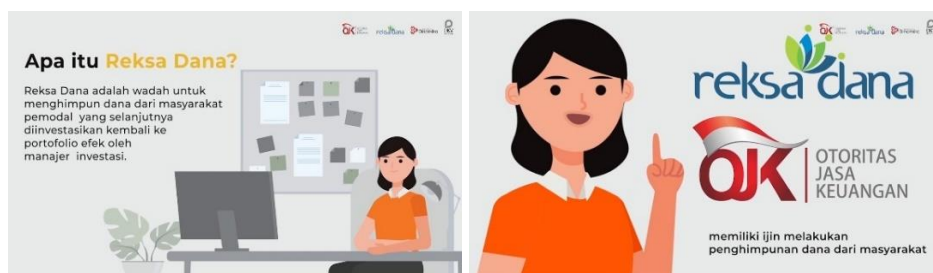
Gambar 4.13 Intro Motion Graphic

Kemudian ada kesimpulan dari sukses finansial untuk menyamakan persepsi, yaitu bukanlah menjadi sangat kaya, namun seperti: hidup berkecukupan, bebas hutang, pendapatan lebih besar dari pengeluaran, dan lebih baik lagi bisa meninggalkan warisan. Dan dengan reksa dana kita bisa meraih sukses finansial.



Gambar 4.14 Penjelasan Sukses Finansial

Dilanjutkan oleh penjabaran dari reksa dana itu sendiri, yang di mana reksa dana sudah memiliki ijin dari Otoritas Jasa Keuangan sehingga aman karena dijamin oleh negara.



Gambar 4.15 Penjelasan Reksa Dana

Menunjukkan perusahaan-perusahaan terbuka yang sumber pendanaannya melalui reksa dana, sehingga dengan berinvestasi, maka turut membantu mendanai perusahaan yang juga membantu negara.



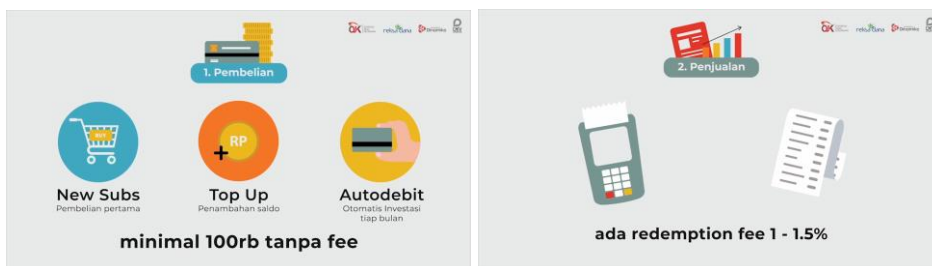
Gambar 4.16 Perusahaan-Perusahaan Terbuka

Menjelaskan berbagai pihak yang terdapat di dalam reksa dana, dan bagaimana dana akan tetap aman walau Agen Penjual / Manajer Investasi bangkrut, karena dana tersimpan di Bank Kustodian.



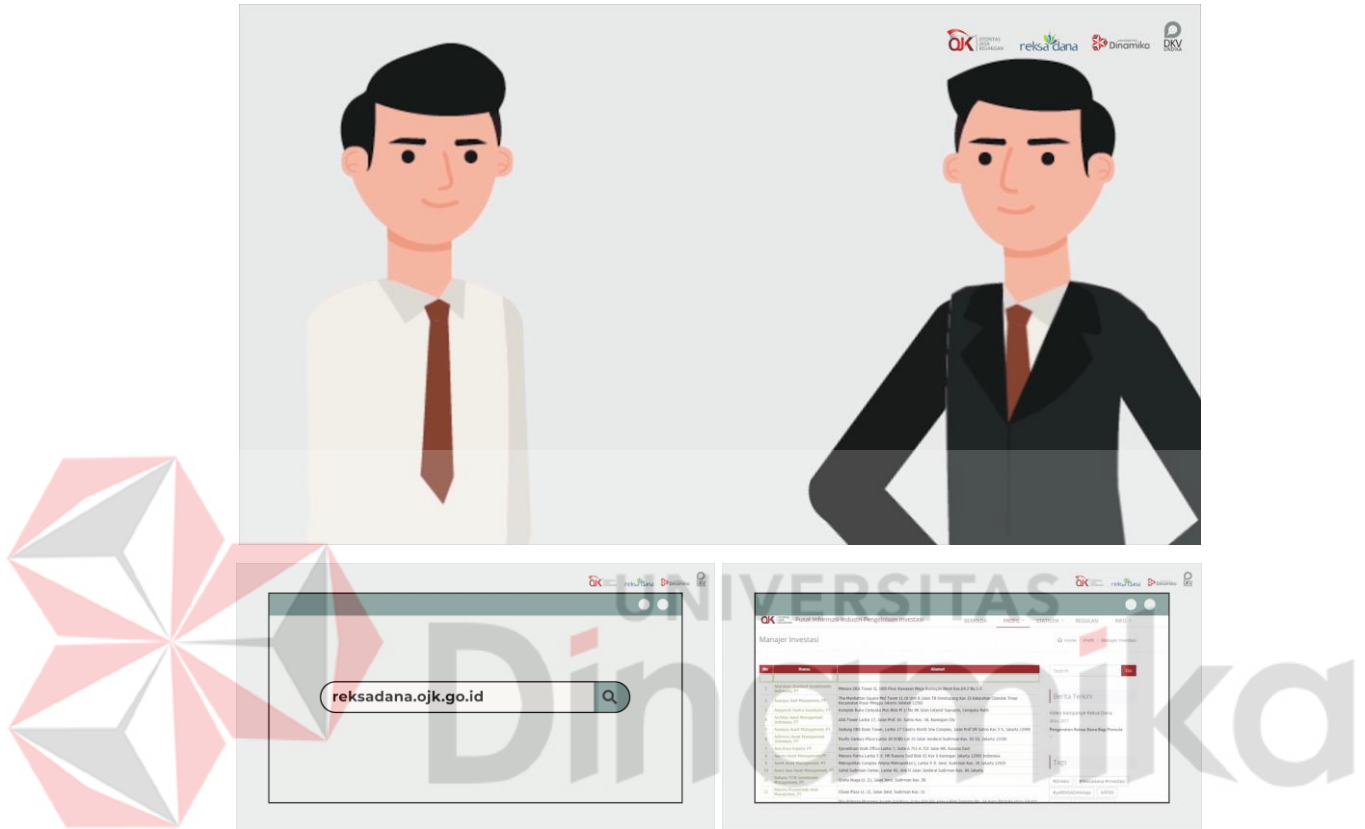
Gambar 4.17 Pihak-Pihak di Reksa Dana

Informasi mengenai jenis transaksi di dalam reksa dana (pembelian dan penjualan) yang di mana di dalamnya terdapat berbagai tipe transaksi yang lebih spesifik. Serta jumlah minimal untuk berinvestasi dan biaya penjualan.



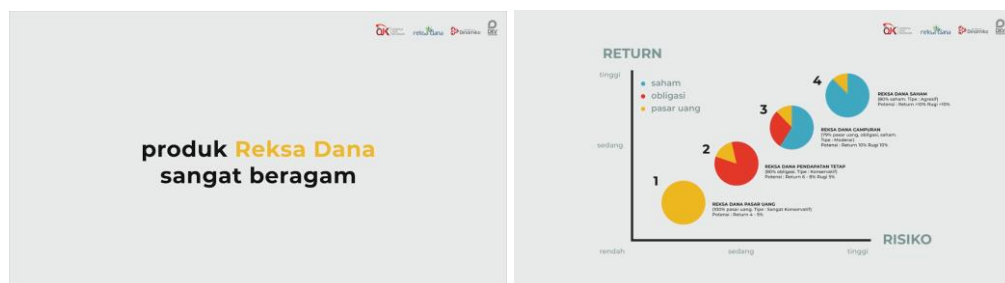
Gambar 4.18 Transaksi di Reksa Dana

Dilanjutkan dengan cara mengecek legalitas sebuah Agen Penjual/Manajer Investasi di website Otoritas Jasa Keuangan. Sehingga penonton mampu melakukan pengecekan mandiri sebelum melakukan investasi.



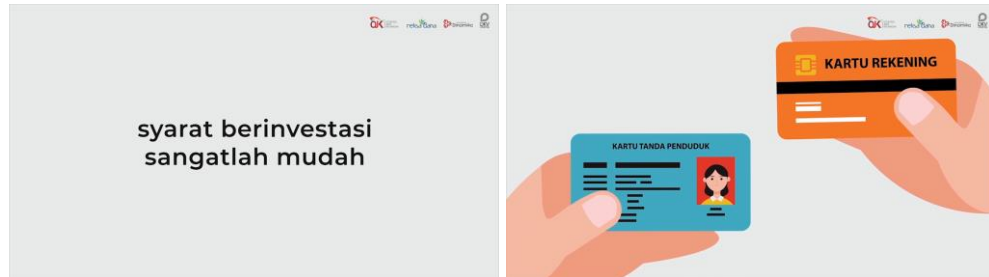
Gambar 4.19 Pengecekan Legalitas

Menunjukkan berbagai produk reksa dana yang memiliki risikonya masing-masing dan juga tingkat return, sehingga penonton bisa memahami risiko mereka. Mulai dari Reksa Dana Pasar Uang, Obligasi, Reksa Dana Saham, dan Campuran.



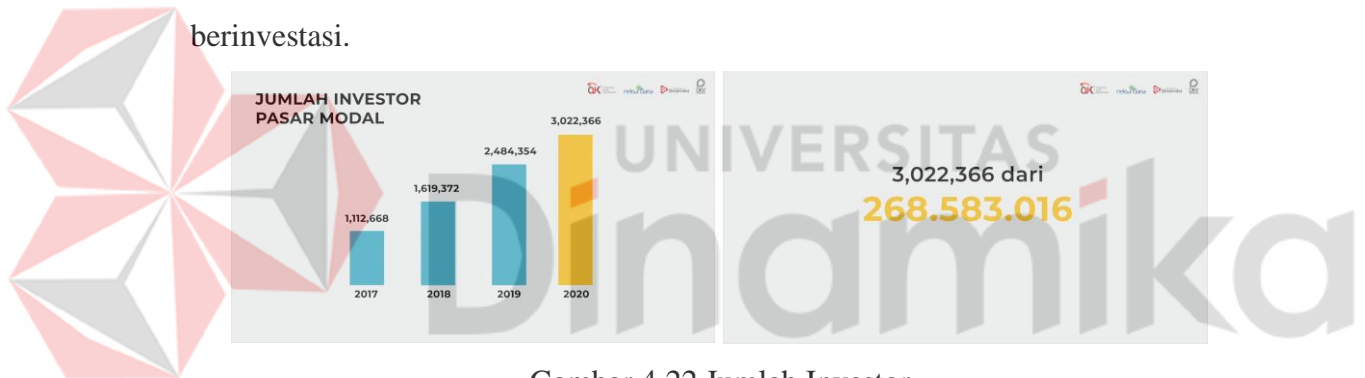
Gambar 4.20 Produk Reksa Dana

Dilanjutkan dengan syarat investasi yang mudah, hanya membutuhkan ktp dan rekening saja yang menunjukkan status kewarganegaraan dan kepemilikan rekening.



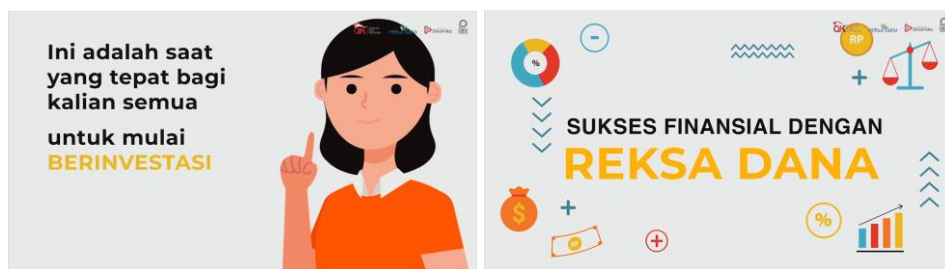
Gambar 4.21 Syarat Investasi

Menunjukkan grafik jumlah investor di Indonesia yang masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan total keseluruhan populasi di Indonesia, yang bisa dibidang hanya 1:100. Sehingga menunjukkan bahwa belum banyak yang mulai berinvestasi.



Gambar 4.22 Jumlah Investor

Ditutup dengan statement bahwa ini adalah saat yang tepat untuk berinvestasi dan sukses finansial dengan Reksa Dana.



Gambar 4.23 *Outro*

4.9.2 Media Pendukung

1. Poster



Gambar 4.24 Poster

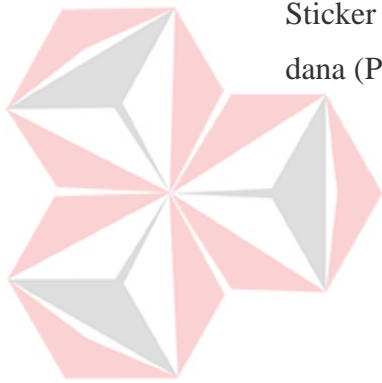
Poster ini berukuran 1080x1350 pixels yang ukurannya memang disesuaikan seperti itu agar bisa disebarakan di media sosial untuk promosi secara *online*, mengingat saat ini masa pandemi sehingga tidak memungkinkan untuk menyebarkan poster secara *offline*. Poster diawali dengan headline “Hai Anak Muda, Yuk Kenali Produk Reksa Dana!” juga didukung oleh karakter utama sehingga menjadi point of interestnya, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan dan jenis-jenis produk dari Reksa Dana. (Penjelasan menurut UU Pasar Modal No. 8 Tahun 1995 dan berbagai produk Reksa Dana seperti Pasar Uang, Obligasi, Saham, dan Campuran)

2. Sticker



Gambar 4.25 Sticker

Sticker sangat cocok sebagai cinderamata bagi penonton/pengunjung yang datang nanti, tentu file sticker bisa mereka dapatkan secara online dan bisa diprint di digital printing terdekat. Nantinya sticker ini berukuran 5x5 cm dan bisa ditempel pada helm, sepeda motor, dan benda-benda lainnya. Sticker didesain dengan mengikuti dari jenis-jenis produk di dalam reksa dana (Pasar Uang, Obligasi, dan Saham).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan implementasi karya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah investor Indonesia terbukti sangat sedikit jika dibandingkan dengan total populasi di Indonesia dan banyak orang yang masih menyimpan uangnya di rekening dan deposito.

Maka dari itu video *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia” adalah dibuat untuk memberi informasi kepada masyarakat muda, terutama di Surabaya dan sekitarnya mengenai Pasar Modal Reksa Dana. Konsep dan perancangan *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia.” adalah “*enlightenment*”.

Memiliki informasi yang berisi penjelasan reksa dana, sukses finansial, pihak-pihak di dalam reksa dana, jenis transaksi, syarat berinvestasi, dan jumlah investor. Sehingga mampu memberi pemahaman kepada masyarakat terutama di Surabaya dan sekitarnya. Diimplementasikan ke dalam *motion graphic* 1920 x 1080 px sebagai media utama serta poster online 1080 x 1350 px dan sticker 5 x 5cm sebagai media pendukung.

5.1 Saran

Penelitian mengenai Pasar Modal Reksa Dana ini menghasilkan perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia.” Oleh karena itu hasil penelitian ini ke depannya bisa sebagai pengganti sosialisasi pemerintah yang kurang mengenai investasi bagi anak muda. Dan kalangan akademis dapat mempelajari perancangan animasi *motion graphic* “Pengenalan Pasar Modal Reksa Dana sebagai Upaya Meningkatkan Investor Muda Indonesia.”

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit. Kencana.
- Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anthoine, dkk. 2014. *Sample Size Used to Validate a Scale: A Review of Publications on Newly-developed Patient Reported Outcomes Measures. Health and Quality of Life Outcomes*
- Ariesto Hadi Sutopo. 2003. *Multimedia Interaktif Dengan Flash*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Binanto, Iwan 2010. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi. Damanik
- Chijiawa, Hideaki. 1987. *Color Harmony A Guide to Creative Color*. Rockport, Mass: Rockport Publishers; Cincinnati, Ohio: For distribution by North
- Dameria, Anne. 2007. *Color Basic: Panduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta: Link Match Graphic.
- Hill, Will. 2005, *The Complete Typographer: A Manual for Designing with Type*, Page One Publishing Private Limited, Singapore.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14. New Jersey: PrenticeHall Published.
- Lankow, J., Ritchie, J., Crooks, Ross. 2014. *Infografis: Kedahsyatan Cara Bercerita Visual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Light. Ana Yulianti, 2008. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Esensi. Jakarta Utara.
- Malhotra. 2007. *Marketing Research An Applied Orientation*. International. Edition: Pearson. Suharsimi Arikunto
- Moleong 1998, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, CV. Remaja. Rosdakarya, Bandung.
- Ridwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Penulis Pemula*. Bandung: Alfabeta.

Santana, K, Septiawan. 2010. *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi 2009. *Nirmana Dasar-dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2012 *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Wirartha, I Made. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Ekonomi. Yogyakarta: Andi Offset.

Sumber Internet:

Aristanti, Nimas. 2020. *Internet*. Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi. <https://koinworks.com/blog/pertumbuhan-dan-pembangunan-ekonomi/>. Diakses tanggal 10 Oktober 2020.

Dafideff. 2020. *Internet*. Pengertian *Motion Graphic* dan Cara Membuatnya. <https://www.dafideff.com/2016/01/pengertian-motion-graphics-dan-cara-membuatnya.html>. Diakses tanggal 15 Oktober 2020.

Data Pasar Modal. 2020. *Internet*. <https://ticmi.co.id/datapasarmodal/ED/ar>. Diakses tanggal 22 Desember 2020.

Laporan Tahunan. 2020. *Internet*. <https://www.idx.co.id/tentang-bei/laporan-tahunan/>. Diakses tanggal 22 Desember 2020.

NAB Reksa Dana. 2020. *Internet*. <https://reksadana.ojk.go.id/Public/StatistikNABReksadanaPublic.aspx>. Diakses tanggal 15 Desember 2020.

Nugraheny, Dian. 2020. *Internet*. Data Kependudukan 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2020/08/12/15261351/data-kependudukan-2020-penduduk-indonesia-268583016-jiwa>. Diakses tanggal 13 Oktober 2020.

Penetrasi Sangat Rendah. 2019. *Internet*. https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=&news_id=113312&group_news=IPOTNEWS. Diakses tanggal 16 Oktober 2020.

PT Bursa Efek Jakarta, 2002. *Internet*. Saham sebagai Pilihan Investasi. *Danamas*. <http://www.danamas.com/SAHAM/panduan.asp#1>. Diakses tanggal 10 Oktober 2020.

Putra, Tri. 2020. *Internet*. RI Masih Dijajah Asing di Bursa Saham Sendiri. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200817113329-17-180287/miris-ri-masih-dijajah-asing-di-bursa-saham-sendiri>. Diakses tanggal 14 Oktober 2020.

Rojabi, Afdan. 2019. *Internet*. Kuesioner *Research Methodology*. <https://medium.com/@afdanrojabi/kuesioner-research-methodology-547df061b0e5>. Diakses tanggal 15 Oktober 2020.

Tari, Dwi. 2020. *Internet*. Investor Pasar Modal Tembus 3 Juta. <https://market.bisnis.com/read/20200810/7/1277162/tumbuh-22-persen-investor-pasar-modal-tembus-3-juta-akun>. Diakses tanggal 13 Oktober 2020.



UNIVERSITAS
Dinamika