

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KAMPANYE PENGELOLAAN KEUANGAN UNTUK MASYARAKAT MENENGAH DI KOTA BANDUNG

Oleh

**Joseph Christian**

**1164115**

Zaman sekarang, perencanaan atau pengelolaan keuangan merupakan hal yang penting, karena dengan perencanaan keuangan yang baik maka setiap orang akan mampu membiayai baik kebutuhan diri sendiri ataupun membantu orang lain. Menurut buku *Mengelola Keuangan Keluarga* yang ditulis oleh Safir Senduk, tertulis bahwa sebagian besar keluarga di Indonesia sering menggunakan penghasilan yang didapat hanya untuk membiayai tujuan jangka pendek, seperti membayar telepon, berbelanja kebutuhan pribadi, dan kebutuhan jangka pendek lainnya. Padahal disadari atau tidak setiap keluarga juga memiliki tujuan-tujuan jangka panjang, misal mempersiapkan dana pendidikan anak atau mempersiapkan masa pensiun. Selain itu berdasarkan hasil kuesioner pada target audiens berusia antara 25-35 tahun di Bandung, sebanyak 68 dari 100 orang belum melakukan perencanaan keuangan untuk mencapai tujuan keuangannya.

Merujuk pada faktor-faktor tersebut, perancangan kampanye ini dibuat dengan tujuan untuk menimbulkan kesadaran kepada masyarakat khususnya masyarakat menengah akan pentingnya perencanaan keuangan. Kampanye pengelolaan keuangan ini akan membahas tentang pentingnya pengelolaan dan perencanaan keuangan, langkah-langkah praktisnya, serta manfaat menabung di perusahaan asuransi investasi.

Kampanye yang berlangsung selama enam bulan ini akan disampaikan melalui media utama yakni poster berseri, yang berupa poster *awareness*, *informing*, dan *reminding*, serta media-media pendukung berupa flyer, brosur, media sosial, banner, x-banner, dan *gimmick*. Menggunakan komunikasi visual yang tepat, hal-hal yang perlu disampaikan kepada target audiens dapat diterima serta diingat, sehingga diharapkan dapat menimbulkan dampak positif berupa kesadaran akan pentingnya mengelola atau merencanakan keuangan.

Kata kunci: mengelola, merencanakan, keuangan, investasi, asuransi.

## **ABSTRACT**

### **DESIGN OF FINANCIAL MANAGEMENT CAMPAIGN FOR THE MIDDLE-CLASS PEOPLE OF BANDUNG**

**Joseph Christian**

**1164115**

*Nowadays, financial management is very important, as good financial management and planning will enable people to finance their own needs and help others. According to Safir Senduk's *Mengelola Keuangan Keluarga (Family Financial Management)*, most Indonesian families spend their earnings only on short-term needs, such as to pay telephone bills, shopping and the like. It is actually a fact that every family has long-term goals, such as children's education or retirement. In addition, based on a questionnaire distributed to 25-35 year-old Bandung adults, 68 out of 100 of them have not planned their finance for their goal.*

*Bearing those factors in mind, this campaign is design to awaken people's, especially the middle-class awareness of the importance of financial planning. This campaign will discuss the importance of financial management and planning, its practical steps and the benefit of investing money with investment insurance companies.*

*This six-month campaign is delivered using awareness, informing and reminding posters and supporting media such as flyers, brochures, social media, banners, x-banners and gimmicks. Using the proper visual medium will make the message easier to obtain and remember, so that it will result in the awareness of the importance of financial management and planning.*

*Keywords: manage, plan, finance, investment, insurance*

## DAFTAR ISI

Cover Dalam .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan .....	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak Bahasa Indonesia .....	vii
Abstrak Bahasa Inggris .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.5 Skema Perancangan .....	4
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Teori Kampanye .....	5
2.2 Keuangan .....	8
2.2.1 Definisi Keuangan .....	8
2.2.3 Tujuan Keuangan .....	8
2.2.3 Definisi Perencanaan Keuangan .....	9
2.2.4 Produk Investasi Untuk Pengelolaan Keuangan .....	10
2.2.4.1 Pasar Uang .....	10
2.2.4.2 Obligasi .....	10

2.2.4.3 Saham .....	10
2.2.4.4 Reksa Dana .....	10
2.3 Asuransi Jiwa .....	11
2.3.1 Pengertian Asuransi Jiwa .....	11
2.3.2 Kegunaan Asuransi Jiwa .....	11
2.3.3 Mengatur Risiko Pribadi Melalui Asuransi .....	12
2.3.4 Jenis Produk Asuransi Jiwa .....	12
2.3.4.1 Asuransi Berjangka .....	12
2.3.4.2 Asuransi Jiwa Seumur Hidup .....	13
2.3.4.3 Asuransi Dwiguna .....	13
2.4 Tabungan .....	13
2.5 Asuransi dan Tabungan .....	14
2.6 Teori Psikologi Orang Dewasa .....	15
<b>BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH</b>	
3.1 Data dan Fakta .....	19
3.1.1 Lembaga Terkait dan Fenomena .....	19
3.1.1.1 Financial Planning Standard Boards Indonesia .....	19
3.1.2 Contoh Perusahaan Investasi .....	21
3.1.2.1 Axa Mandiri Financial Services .....	21
3.1.2.2 Prudential Life Assurance .....	23
3.1.3 Data Fenomena .....	26
3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis .....	34
<b>3.2 Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....</b>	<b>36</b>
3.2.1 Segmentasi .....	36
3.2.2 Targeting .....	36
3.2.3 Positioning .....	36
3.2.4 SWOT .....	37

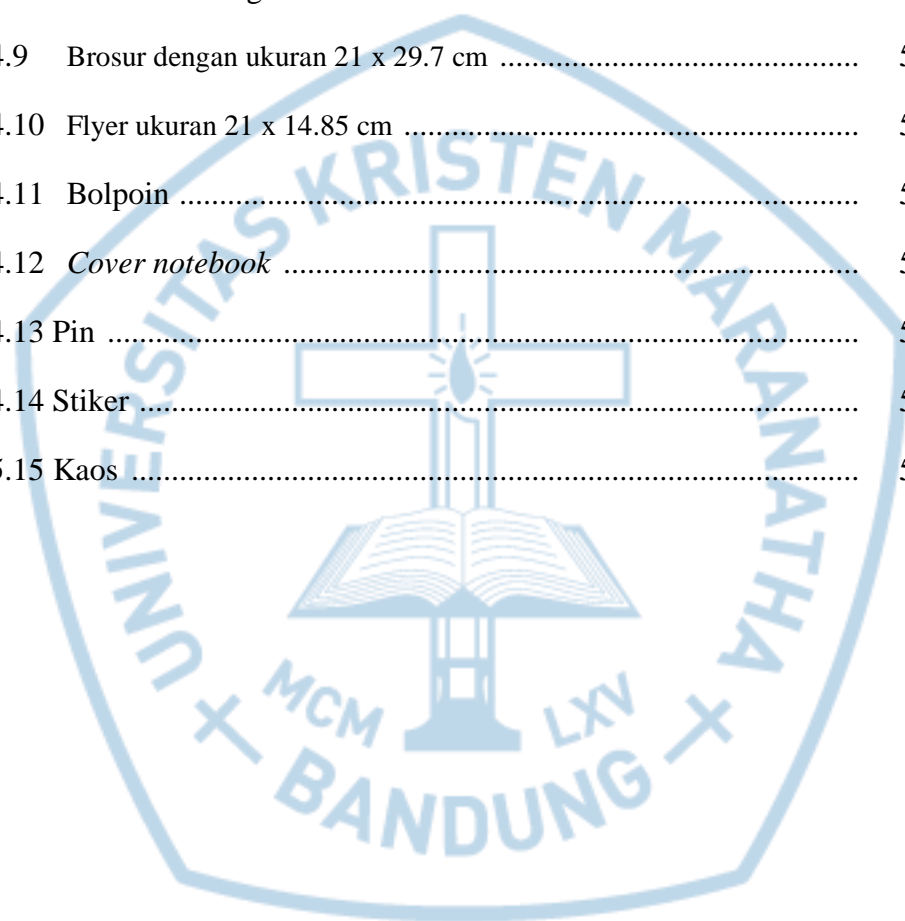
## BAB 4 PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi .....	38
4.2 Konsep Kreatif .....	39
4.3 Konsep Media .....	42
4.3.1 Media Promosi .....	43
4.4 Hasil Karya .....	45
4.4.1 Logo .....	45
4.4.2 Maskot .....	46
4.4.3 Poster .....	47
4.4.4 Banner dan X-Banner .....	50
4.4.5 Gimmick .....	51
4.5 Biaya dan Budgeting .....	53
4.5.1 Total Biaya .....	54
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Simpulan .....	55
5.2 Saran .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo FPSB Indonesia .....	19
Gambar 3.2	Logo AXA Mandiri .....	21
Gambar 3.3	Logo Prudential .....	23
Gambar 3.4	Diagram usia Responden .....	26
Gambar 3.5	Diagram apakah sudah memiliki pekerjaan tetap .....	26
Gambar 3.6	Diagram penghasilan setiap bulan .....	27
Gambar 3.7	Tipe menabung .....	27
Gambar 3.8	Diagram tipe mana yang menggambarkan diri .....	28
Gambar 3.9	Diagram tipe mana yang benar menurut responden .....	28
Gambar 3.10	Diagram perencanaan keuangan .....	29
Gambar 3.11	Diagram bentuk-bentuk persiapan .....	29
Gambar 3.12	Diagram saldo tabungan .....	30
Gambar 3.13	Diagram tujuan menabung .....	30
Gambar 3.14	Diagram media yang sering digunakan .....	31
Gambar 3.15	Diagram Media Sosial yang sering dikunjungi .....	31
Gambar 3.16	Diagram dasar orang memilih perusahaan asuransi .....	32
Gambar 3.17	Diagram perusahaan asuransi yang diminati .....	32
Gambar 3.18	Contoh gaya gambar .....	33
Gambar 3.19	Diagram gaya gambar yang disukai .....	33
Gambar 3.20	Pembukaan kampanye yang dibuka oleh Direktur Utama Bank Danamon dan Gubernur OJK .....	34
Gambar 3.21	Maskot SIKAPI dan mobil Literasi Keuangan .....	34
Gambar 3.22	Banner SIKAPI uang dengan bijak .....	35
Gambar 3.23	Brosur <i>Financial Customer Care</i> .....	35
Gambar 3.24	Infografis Waspada Investasi Bodong .....	35
Gambar 4.1	<i>Timeline</i> kampanye Pengelolaan Keuangan .....	42

Gambar 4.2	Logo Kampanye Pengelolaan Keuangan .....	45
Gambar 4.3	Maskot lebah .....	46
Gambar 4.4	Poster <i>Awareness</i> .....	47
Gambar 4.5	Poster <i>Informing</i> .....	48
Gambar 4.6	Poster <i>Reminding</i> .....	49
Gambar 4.7	<i>Banner</i> dengan ukuran 66 x 210 cm .....	50
Gambar 4.8	X-Banner dengan ukuran 160 x 60 cm .....	50
Gambar 4.9	Brosur dengan ukuran 21 x 29.7 cm .....	51
Gambar 4.10	Flyer ukuran 21 x 14.85 cm .....	52
Gambar 4.11	Bolpoin .....	52
Gambar 4.12	<i>Cover notebook</i> .....	53
Gambar 4.13	Pin .....	53
Gambar 4.14	Stiker .....	54
Gambar 5.15	Kaos .....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Total biaya kampanye Pengelolaan Keuangan untuk Masyarakat Menengah .....	56
-----------	--	----

