

**PERANCANGAN BUKU EDUKASI PENINGKATAN KESADARAN DAN
PEMAHAMAN GENERASI MUDA TENTANG LAYANAN *PAYLATER***

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disusun Oleh :

Lugas Luthfisyah'bana

NIM 1601204040

Konsentrasi Desain Grafis



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS TELKOM**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN BUKU EDUKASI PENINGKATAN KESADARAN DAN
PEMAHAMAN GENERASI MUDA TENTANG LAYANAN *PAYLATER*

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disusun Oleh :
Lugas Luthfisyah'bana
NIM 1601204040
Konsentrasi Desain Grafis



Disetujui
21 Agustus 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufiq Wahab, S.Sn., M.Sn.

Intan Kusuma Ayu, S.Ds., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS TELKOM
2024

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Buku Edukasi Peningkatkan Kesadaran dan Pemahaman Generasi Muda Tentang Layanan *PayLater*” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan Tugas Akhir saya ini.

Bandung, 13 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,

Lugas Luthfisyabana

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Buku Edukasi Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman Generasi Muda Tentang Layanan *PayLater*” ini dengan baik. Shalawat serta salam juga senantiasa saya sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi umat manusia. Dengan segala hormat saya sampaikan terima kasih sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingan kepada :

1. Bapak Taufiq Wahab, S.Sn., M.Sn. dan Ibu Intan Kusuma Ayu selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, saran, serta waktunya untuk saya.
2. Bapak Bambang Melga Suprayogi, S.Sn., M.Sn. dan Bapak Paku Kusuma selaku dosen penguji I dan dosen penguji II yang telah memberi masukan serta sarannya.
3. OJK Provinsi Jawa Barat, Ibu Revina, Ibu Ambar, dan Bapak Badat selaku perwakilan Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Jawa Barat yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab segala pertanyaan, informasi, dan masukan terkait layanan PayLater yang memang ada di bawah naungan OJK.
4. Kak Cagar, kak Alfin, dan kak Fitri selaku narasumber yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberi informasi dari sudut pandang pengguna PayLater untuk penyusunan Tugas Akhir ini.

Dengan begitu, saya harap laporan ini bisa bermanfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya, maupun masyarakat. Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna sehingga saya akan sangat menerima dengan rendah hati segala kritik dan saran yang membangun demi mendapatkan hasil akhir yang lebih baik. Akhir kata, sekali lagi saya ucapkan terima kasih banyak.

ABSTRAK

Di zaman serba canggih ini, masyarakat khususnya kalangan Gen Z (kelahiran 1997-2012) dan Milenial (kelahiran 1981-1996) sudah bersahabat baik dengan *e-commerce*, atau aplikasi penyedia belanja *online*. Dengan bertambahnya waktu pula, metode-metode pembayaran berbasis internet pun makin bercabang, dan salah satu metode pembayaran terbaru adalah layanan *PayLater*. Lembaga IDSCORE mencatat bahwa kedua generasi ini merupakan pengguna *PayLater* terbesar dengan persentase 35% untuk Gen Z dan 53,12% untuk generasi Milenial per Desember 2023. Meskipun *PayLater* hadir dengan tujuan mempermudah transaksi, bagaikan pedang bermata dua, *PayLater* juga menghasilkan permasalahan baru, yakni penyalahgunaan. Penyalahgunaan layanan *PayLater* yang semakin marak di kalangan Gen Z dan Milenial ini didukung kurangnya literasi keuangan. Kedua generasi ini cenderung kurang memahami konsep bunga dan tanggung jawab pembayaran yang sebenarnya dari penggunaan layanan tersebut. Faktor-faktor seperti kemudahan akses dan penawaran promosi yang menggoda menjadi salah satu penyebab utamanya. Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa edukasi keuangan termasuk layanan *PayLater* ini harus terus digerakkan. Peneliti memilih pendekatan edukasi ini dengan merancang buku literasi yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan dua generasi ini. Dengan pendekatan sebagai berikut, diharapkan Gen Z dan generasi Milenial dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan, khususnya terkait penggunaan layanan *PayLater*, serta mengurangi risiko penyalahgunaan di masa depan.

Kata Kunci : PayLater, Gen Z, Milenial, Literasi

ABSTRACT

In this modern era, the people, especially Gen Z (born 1997-2012) and Millennials (born 1981-1996), have become good friends with e-commerce, or online shopping applications. As the time goes by, internet-based payment methods have also branched out, and one of the latest payment methods is the PayLater service. IDSCORE states that these two generations are the biggest users of PayLater with a percentage of 35% for Gen Z and 53.12% for Millennials per December 2023. Although PayLater comes with the aim of making transactions easier, like a double-edged sword, PayLater also produces new problems, namely misuse. The increasingly widespread misuse of PayLater services among Gen Z and Millennials is supported by a lack of financial literacy. Both generations tend to lack understanding of the concept of interest and the actual payment responsibility of using the service. Factors such as ease of access and tempting promotional offers are one of the main causes. The Financial Services Authority or *Otoritas Jasa Keuangan* states that financial education, including PayLater services, must continue to be encouraged. Researcher chose this educational approach by designing a literacy book that suits the preferences and needs of these two generations. With the following approach, it is hoped that Gen Z and Millennials can improve their understanding of financial management, especially related to the use of PayLater services, as well as improve their financial literacy.

Key Words : PayLater, Gen Z, Millenials, Literacy

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	3
ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
DAFTAR ISI	6
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR	9
BAB I	10
PENDAHULUAN.....	10
1.1 Latar Belakang Masalah.....	10
1.1 Identifikasi Masalah	12
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Pengumpulan Data dan Analisis	14
1.5 Kerangka Penelitian	16
1.6 Pembabakan	17
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI	18
2.1 Media Edukasi.....	18
2.2 Buku	18
2.3 Ilustrasi.....	19
2.4 Warna	21
2.5 Layout	22
2.6 Tipografi.....	24
2.7 PayLater	24
2.8 Desain Komunikasi Visual.....	25
BAB III.....	27
DATA DAN ANALISIS.....	27
3.1 Data	27
3.2 Analisis.....	44

BAB IV	48
PERANCANGAN.....	48
4.1 Konsep.....	48
4.2 Konsep Visual	49
4.3 Hasil Perancangan.....	52
BAB V.....	58
PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
Daftar Sumber Buku dan Jurnal :.....	60
Daftar Sumber Lainnya :.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data kuesioner.....	36
Tabel 3.2 Analisis matriks perbandingan.....	44
Tabel 3.3 Analisis matriks SWOT.....	45
Tabel 3.4 Matriks penarik kesimpulan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Buku orientasi vertikal.....	18
Gambar 2.2 Buku orientasi horizontal.....	19
Gambar 2.3 Anatomi sampul buku.....	19
Gambar 2.4 Ilustrasi flat design.....	20
Gambar 2.5 Color harmony.....	21
Gambar 2.6 Elemen layout.....	22
Gambar 2.7 Klasifikasi typeface.....	24
Gambar 2.8 Prinsip simplicity.....	24
Gambar 2.9 Prinsip clarity.....	25
Gambar 2.10 Prinsip balance.....	25
Gambar 3.1 Logo OJK.....	27
Gambar 3.2 Foto kantor OJK Jawa Barat.....	27
Gambar 3.3 Foto bersama narasumber pemberi proyek.....	28
Gambar 3.4 Foto narasumber 2.....	33
Gambar 3.5 Foto narasumber 3.....	34
Gambar 3.6 Foto narasumber 4.....	35
Gambar 3.7 Cover buku Muda Melek Keuangan.....	41
Gambar 3.8 Cover buku The Visual MBA.....	42
Gambar 3.9 Cover buku How to Not Always Insecure.....	43
Gambar 4.1 Warna primer.....	49
Gambar 4.2 Warna sekunder.....	50
Gambar 4.3 Jenis font.....	50
Gambar 4.4 Ilustrasi karakter.....	51
Gambar 4.5 Ilustrasi pendukung.....	52
Gambar 4.6 Cover buku.....	52
Gambar 4.7 Isi buku.....	53
Gambar 4.8 Promosi Instagram.....	56
Gambar 4.9 Merchandise.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PayLater atau Bayar Nanti adalah sistem pembayaran yang ditunda, dengan kata lain para penggunanya bisa membeli suatu barang tanpa harus dibayar saat itu juga. Menurut Juru Bicara Otoritas Jasa Keuangan, Sekar Putri Djarot memaparkan bahwa *PayLater* itu sendiri merujuk kepada layanan untuk menunda sebuah pembayaran atau berhutang, yang kemudian wajib dilunasi di kemudian hari. Pada umumnya, sistem pembayaran *PayLater* digunakan masyarakat sebagai sistem pembayaran darurat maupun digunakan untuk memenuhi gaya hidup. Namun, sistem pembayaran ini seringkali disalahgunakan sebagai alternatif untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif.

PT Pefindo Biro Kredit menyatakan per Desember 2023, sekitar 13,4 juta orang di Indonesia merupakan pengguna layanan *PayLater*. Jumlah pengguna layanan ini meningkat 1,12% dari jumlah persentase pada Desember 2022. Direktur Utama Pefindo Biro Kredit, Yohanes Arts Abimanyu mengungkapkan bahwa menurut data IdScore, total pengguna aktif *PayLater* di pelaporan Desember 2023 menyentuh angka 13.405.272 pengguna, yang mana meningkat sebesar 1,12% secara *year on year*. Menurut catatannya, pengguna aktif paling banyak ada di provinsi Jawa Barat dengan angka 28,7%, yang disusul DKI Jakarta dengan 13,85%, Jawa Timur 13,36%, dan Jawa Tengah 12,46%. Demografi kelompok usia pengguna *paylater* adalah generasi milenial dengan rentang kelahiran tahun 1981 sampai 1996 dengan rata-rata mencapai 6,99 juta debitur per bulan disusul generasi Z yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012 dengan rata-rata pengguna per bulannya mencapai 4,59 juta debitur. Selain generasi muda, generasi X yang lahir pada tahun 1965 sampai 1980 juga berkontribusi sebagai pengguna *PayLater* dengan rata-rata 1,62 juta debitur per bulan. Angka-angka ini tergolong fantastis mengingat penggunaan *PayLater* yang semena-mena ini menyumbang kredit bermasalah dengan generasi milenial sebagai penyumbang kredit macet terbesar di angka Rp1,27 triliun dari total Rp2,12 triliun kredit macet

per Desember 2023, disusul generasi Z dengan Rp460 miliar, serta generasi X dengan Rp350 miliar catatan kredit macet.

Fakta diatas membuktikan bahwa meningkatnya pengguna dan naiknya kredit bermasalah ternyata masih kurang bisa dipahami oleh generasi muda yang masih terus mendaftarkan dirinya sebagai pengguna *PayLater*. Kebanyakan pengguna kurang memikirkan angka sumbangan kredit bermasalah ini atas dasar memenuhi kebutuhan dan memenuhi standar gaya hidup yang bertentangan dengan pendapatan sehingga layanan *PayLater* ini susah untuk dihindari. Berbagai strategi pemasaran layanan *paylater* dari *platform-platform* penyedia layanan ini juga merupakan alasan lain mengapa pengguna *PayLater* terus bertambah setiap harinya, seperti adanya potongan harga, *cashback* yang besar, hingga bunga yang diklaim rendah pada awalnya karena memang umumnya promosi seperti ini memang menarik perhatian, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, edukasi finansial terutama di sektor *PayLater* ini harus disebarluaskan guna memberi informasi-informasi penting tentang *PayLater* supaya penyalahgunaan layanan ini bisa dikendalikan dan tidak semakin merugikan diri sendiri dan menyakiti keuangan negara.

Berdasarkan pemaparan di atas, solusi yang ditawarkan untuk permasalahan ini adalah dengan perancangan buku sebagai media edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman generasi muda tentang layanan *PayLater* dengan tujuan mengedukasi pengguna maupun calon pengguna *paylater* akan segala sistematika, pro kontra, sampai bagaimana cara menggunakan layanan ini secara bijak dan seperlunya dengan harapan generasi muda bisa mengontrol frekuensi penggunaan *paylater* dan tidak bertindak semena-mena saat berbelanja daring.

Selain data dan informasi mengenai layanan *PayLater* yang disusun secara tepat dan akurat, buku informatif ini juga akan disusun dengan model dan desain yang menarik menggunakan ilustrasi pendukung, *layout* yang unik, sampai warna-warna yang pas agar bisa menarik perhatian pembaca, khususnya para generasi muda. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah landasan terbaik untuk meningkatkan edukasi finansial terutama di sektor layanan *PayLater* dengan buku informatif sebagai medianya.

1.1 Identifikasi Masalah

1.1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di atas, dapat diidentifikasi berbagai masalah seperti berikut :

1. Maraknya penyalahgunaan layanan *PayLater* di kalangan Gen Z dan Milenial
2. Bertambahnya tagihan *PayLater* dan konsekuensinya
3. Terbatasnya edukasi finansial terutama di layanan *PayLater* yang benar dan informatif.

1.1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang buku edukasi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang layanan *PayLater*?

1.2 Ruang Lingkup

Fokus penelitian ini nantinya akan mengarah kepada perancangan buku sebagai media edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman Gen Z dan Milenial akan layanan *PayLater*. Untuk mencegah pembahasan yang terlalu luas, akan dibuat pembatasan sebagai berikut :

1.2.1 Apa

Mengumpulkan data mengenai sistematika dan dampak dari layanan *PayLater*. Kemudian, data yang telah diteliti akan dianalisis sebagai acuan perancangan buku ilustrasi mengenai edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman Gen Z dan Milenial akan layanan *PayLater* tersebut.

1.2.2 Siapa

Target perancangan buku ini berfokus pada pengguna maupun calon pengguna layanan *PayLater* dengan rentang usia 17-30 tahun karena menurut catatan Otoritas Jasa Keuangan, hampir 89% pengguna *PayLater* merupakan Gen Z dan Milenial.

1.2.3 Dimana

Penelitian dilaksanakan di wilayah Kota Bandung, Jawa Barat karena provinsi Jawa Barat merupakan pengguna *PayLater* terbanyak menurut PT Pefindo Biro Kredit dan Otoritas Jasa Keuangan di angka 28,7%.

1.2.4 Kapan

Pengumpulan data dilakukan mulai dari bulan November 2023 hingga Mei 2024. Sedangkan perancangan dilakukan pada bulan Mei 2024-Juli 2024.

1.2.5 Bagaimana

Dengan merancang buku mengenai peningkatan kesadaran dan pemahaman Gen Z dan Milenial akan layanan *PayLater* dengan tujuan memberi informasi yang jelas tentang layanan *PayLater* sekaligus membuat kedua generasi ini lebih melek finansial agar bisa menimbang keputusan sebelum menggunakan layanan *PayLater*. Buku ini juga dirancang semenarik mungkin dengan ilustrasi dan warna yang mampu menari perhatian pembaca khususnya generasi muda. Perancangan dimulai dengan pengumpulan data dan informasi yang kemudian dianalisis kebenarannya agar pesan yang disampaikan bisa dengan mudah dipraktikkan pembacanya. Setelah data terkumpul, dilanjutkan dengan penentuan konsep sekaligus sketsa perancangan buku. Jika ketiga langkah ini sudah dilakukan, pembuatan ilustrasi dan penataan *layout* buku perlu dilakukan sebelum buku bisa dicetak dan didistribusikan.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengedukasi Gen Z dan Milenial tentang layanan *PayLater* guna mengurangi angka penyalahgunaan layanan ini yang mengakibatkan naiknya angka kredit macet nasional.

1.4 Pengumpulan Data dan Analisis

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Pendekatan ini umumnya menghasilkan data deskriptif berdasarkan objek yang diamati, biasanya berupa ucapan atau tulisan secara langsung. (Bogdan dan Biglen, 2016).

1.4.1 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian guna mengetahui data responden secara mendalam dan mendetail (Sugiyono, 2016:194). Hal ini dilakukan guna mendapat sudut pandang secara langsung pengguna *PayLater* dan Otoritas Jasa Keuangan sebagai pihak yang mengawasi *PayLater* dari berbagai *platform* penyedia. Wawancara di penelitian ini dilaksanakan secara terstruktur melalui sesi tanya jawab dengan pihak institusi pemberi proyek (Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Jawa Barat) dan pengguna layanan *PayLater* demi mendapatkan informasi mendetail akan layanan *PayLater* itu sendiri.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang berfokus pada studi perilaku objek dan memahami makna dari perilaku tersebut. Observasi di penelitian ini akan dilaksanakan pada pengguna layanan *paylater* sebagai objek penelitian sehingga dapat dihubungkan dengan wawancara yang sudah dilakukan sebelumnya. Observasi dilaksanakan dengan mengamati perilaku dan fenomena pengguna layanan *PayLater* di *platform* sosial media *X* atau *Twitter*, dan *TikTok*.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengkaji segala teori dan referensi ahli atau jurnal maupun sumber resmi lainnya guna mendapat informasi sebagai pembangun media edukasi layanan *PayLater*.

d. Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden dengan demografis yang sudah ditentukan untuk mendapat jawaban rata-rata sehingga bisa ditarik kesimpulan berdasarkan massa. Pada pengumpulan data kuesioner, peneliti membagikan 13 pertanyaan kepada 50 responden Gen Z dan Milenial di daerah Bandung dengan menggunakan Google Form atau daring.

1.4.2 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengumpulkan data dan mengorganisasikannya berdasarkan kategori, yang kemudian dijabarkan ke dalam unit-unit agar bisa dijabarkan dan disimpulkan sehingga mudah dipahami oleh peneliti maupun orang lain (Sugiyono, 2018:482). Metode analisis yang akan digunakan di penelitian ini adalah :

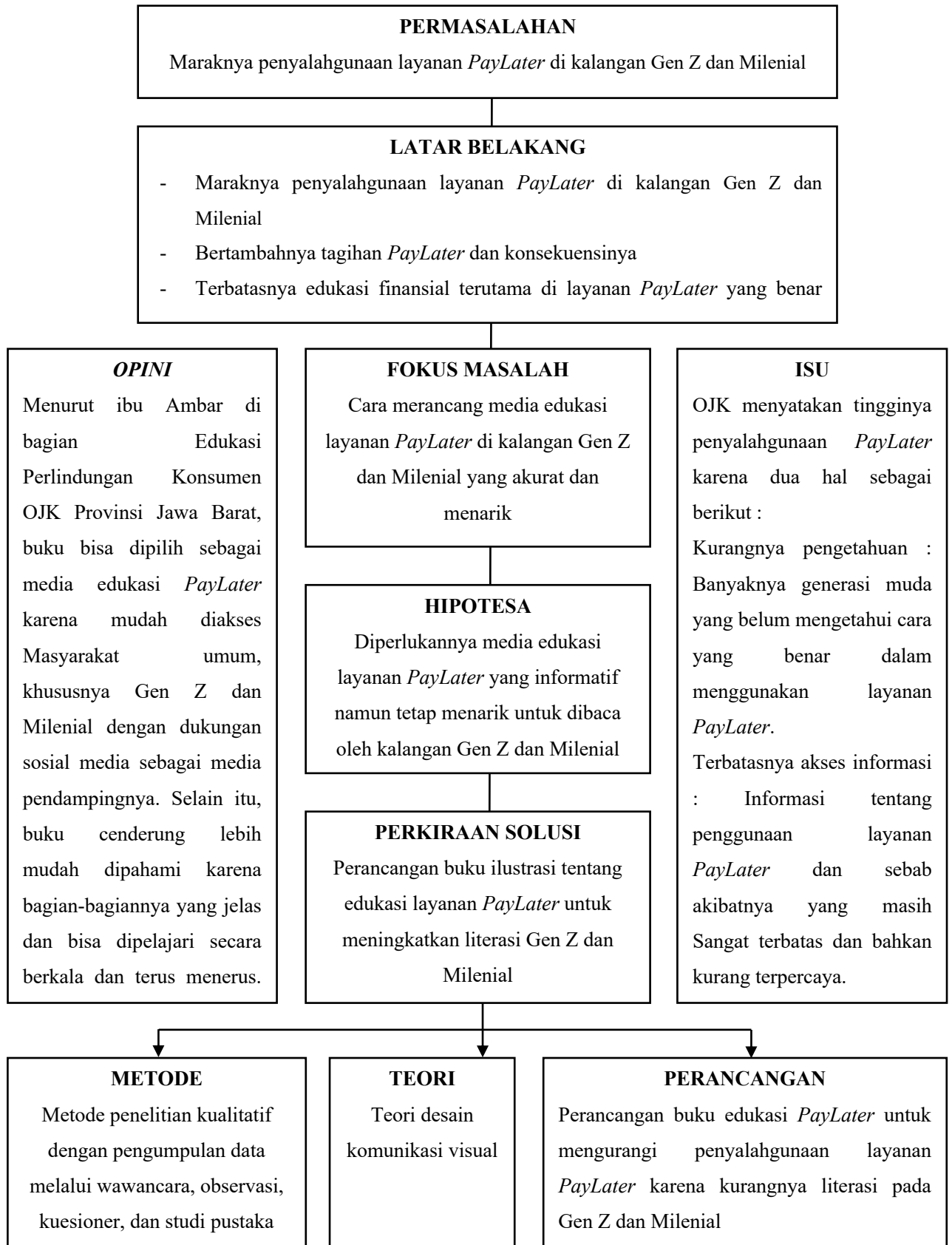
1. Analisis Matriks Perbandingan

Matriks merupakan perbandingan informasi yang dilakukan dengan menempatkan informasi tersebut secara berdampingan (Soewardikoen, 2019:1040). Analisis matrik perbandingan ini akan dilakukan guna membandingkan beberapa buku edukatif serupa sehingga dapat dijadikan sebagai standar perancangan buku ilustrasi edukatif yang benar sesuai pasar.

2. Analisis SWOT

SWOT merupakan analisis menyeluruh yang dibuat untuk mengetahui kekuatan (strength), kelemahan (weakness), kesempatan (opportunity), dan ancaman (threat) yang dihadapi oleh Perusahaan atau desainer. Dengan mengetahui keempat ini, akan diperoleh strategi yang cocok untuk diterapkan oleh Perusahaan atau desainer tersebut (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2008:64).

1.5 Kerangka Penelitian



1.6 Pembabakan

- **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi informasi mengenai latar belakang permasalahan yang terjadi di kalangan generasi muda pengguna layanan *paylater* dengan dasar fenomena maraknya penyalahgunaan layanan ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, kemudian dirumuskan menjadi bagian-bagian berupa identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, pengumpulan data dan analisis, serta kerangka penelitian yang kemudian juga ditutup oleh pembabakan untuk mengurai isi dari setiap bab.

- **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi teori-teori sebagai fondasi penelitian untuk menguraikan permasalahan yang disebut di BAB I. Teori-teori yang digunakan di penelitian ini meliputi design thinking, ilustrasi, layout, desain, serta komunikasi visual. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

- **BAB III DATA DAN ANALISIS DATA**

Berisi data-data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi Pustaka yang kemudian dilanjutkan dengan analisis visual dan analisis matriks perbandingan dengan kesimpulan hasil analisis sebagai penutupnya.

- **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Di bab ini akan dijelaskan mengenai konsep perancangan awal hingga finalisasi.

- **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dipaparkan dari awal hingga akhir di laporan ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Media Edukasi

Media edukasi atau media pembelajaran merupakan alat yang digunakan untuk menyebarkan suatu pesan penting agar dapat merangsang empati, pikiran, dan perhatian audiensnya (Dadan Djuanda, 2018). Tujuan dari adanya media edukasi adalah mempermudah penyampaian materi pembelajaran sekaligus memotivasi audiens untuk berpikir kritis dengan imajinasinya sendiri (Hasan dkk, 2021).

2.2 Buku

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), buku memiliki arti lembaran kertas yang dijilid, entah berisi tulisan maupun kosong. Sedangkan pendamping memiliki arti dekat dan yang menemani. Buku pendamping secara umum merupakan buku yang berisi informasi yang digunakan sebagai pendukung buku utama di pembahasan yang sama namun dengan bahasa yang lebih sederhana (Sitepu, 2015).

2.2.1 Ukuran dan Bentuk

Bentuk buku bisa berupa persegi Panjang dengan orientasi vertikal yang memiliki alur baca atas ke bawah, maupun orientasi horizontal yang memiliki alur baca kiri ke kanan (Matulka, 2008).



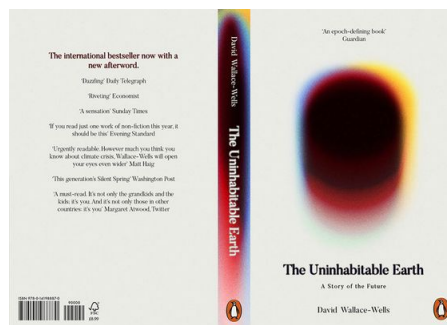
Gambar 2.1 Buku orientasi vertikal
Sumber : behance.net , akses April 2024



Gambar 2.1 Buku orientasi horizontal
 Sumber : behance.net , akses April 2024

2.2.2 Sampul

Pada struktur buku, sampul terdiri dari tiga bagian, yaitu sampul depan, punggung buku, dan sampul belakang. Sampul depan berisi identitas buku yang juga merupakan sumber daya tarik dari sebuah buku, punggung buku biasanya berisi judul dan penulis, sedangkan sampul belakang berisi sinopsis buku atau biografi penulis.



Gambar 2.3 Anatomi sampul buku
 Sumber : penguin.co.uk , akses April 2024

2.3 Ilustrasi

2.3.1 Pengertian Ilustrasi

Menurut Fleishman (Maharsi, 2004), ilustrasi adalah seni yang dijadikan pendamping suatu prosedur penerapan gambar, foto, ataupun diagram yang wujudnya bisa berbentuk naskah cetak, maupun elektronik. Selain itu, ilustrasi bisa diartikan juga sebagai seni gambar yang dibuat untuk mengartikan atau memberi suatu tujuan secara visual (Kusrianto,

2007). Dalam dunia desain grafis, ilustrasi merupakan salah satu elemen terkuat karena memiliki fungsi sebagai daya tarik dalam merancang karya (Puteri Tantin & Taufiq Wahab, 2019).

Berdasarkan dua pengertian ilustrasi di atas, pembuatan ilustrasi yang baik harus mampu memvisualisasikan secara jelas pesan atau hal yang ingin disampaikan. Ilustrasi dapat berupa kartun, animasi, grafis, dan lain sebagainya.

Gaya ilustrasi yang akan digunakan di perancangan buku ini adalah *flat design* yang merupakan gaya paling populer di tahun 2013. Gaya ilustrasi ini ditandai dengan tampilannya yang sangat minimalis dan cenderung tidak memiliki elemen tambahan seperti bayangan, pencahayaan, tekstur, dan beberapa malah tidak memiliki *outline* atau garis tepi di tiap desainnya. Gaya ilustrasi ini menghasilkan tampilan yang datar dan memiliki pendekatan yang sangat sederhana, sehingga gaya ilustrasi ini masih banyak dipakai sampai sekarang karena mengundang ketertarikan (Pratas, 2014).



Gambar 2.4 Ilustrasi *Flat Design*
Sumber : danielasosa.com , akses April 2024

2.3.2 Tujuan Ilustrasi

Ilustrasi bertujuan untuk menjelaskan suatu informasi dengan visual yang menetralkan intonasi tulisan bahkan memperindah bacaan agar bisa lebih mudah diterima audiens. Menurut Syakir, ilustrasi sendiri pada

perkembangannya berfungsi sebagai pendukung cerita dan penghias ruang kosong di cerita tersebut (Wahyuningrum dan Gunadi, 2021).

2.4 Warna

Warna adalah kesan yang diterima mata dari pantulan benda-benda yang dikenai cahaya (Ali Nugraha, 2008). Jenis warna ada lima, yaitu warna primer, sekunder, intermediate, tersier, dan kuartier. Warna juga memiliki *color harmony* atau kombinasi warna, yaitu :

a. Warna *Monochrome*

Monochrome ialah kombinasi berbagai warna dengan *shade*, *tones*, dan *tint* yang berbeda. Contohnya merah tua, merah muda, dan merah.

b. Warna *Complementary*

Complementary ialah kombinasi warna yang saling berseberangan Letaknya di *color wheel*.

c. Warna *Split Complementary*

Split Complementary ialah kombinasi warna yang hampir berseberangan dengan sudut mendekati 180 derajat dalam *color wheel*. Biasanya *split complementary* menggunakan dua warna lain sebagai jembatannya.

d. Warna *Triadic*

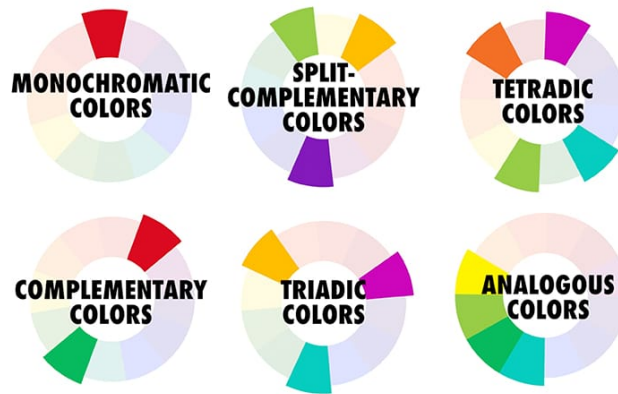
Triadis ialah tiga warna berseberangan membentuk sudut 60 derajat dalam *color wheel* membentuk segitiga sama sisi.

e. Warna *Tetradic*

Tetradic ialah kombinasi empat warna yang disusun menjadi dua pasang yang saling melengkapi. Sering juga disebut *double complementary*.

f. Warna *Analogous*

Analogous ialah kombinasi dua warna berdekatan dalam *color wheel*. Pilih satu warna lalu ambil 1-2 warna berdampingan dalam *color wheel*.



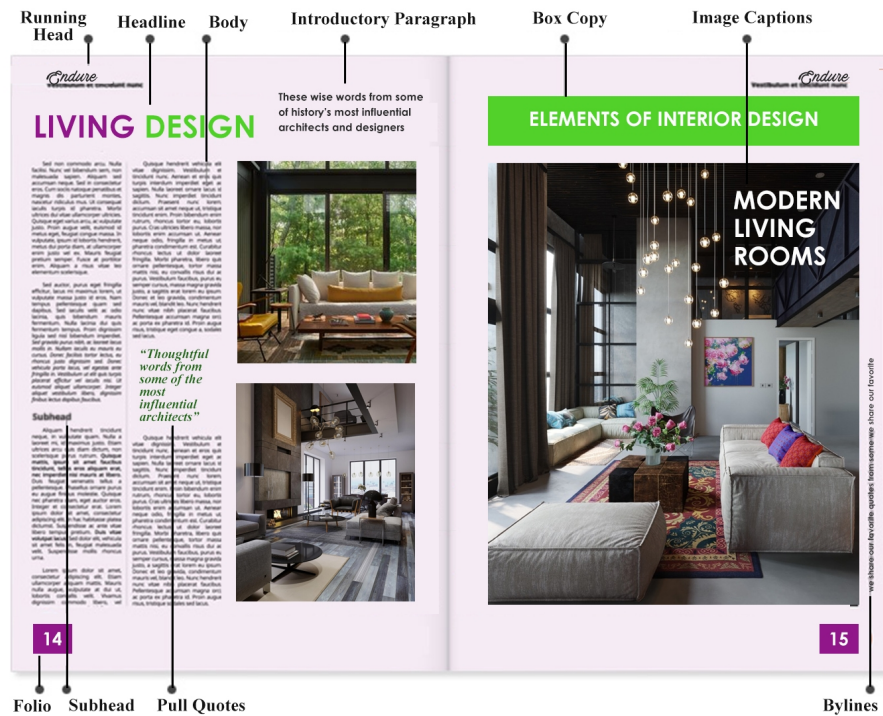
Gambar 2.5 Color Harmony
Sumber : sarahreanaelark.com , akses April 2024

Pada perancangan ini, peneliti menggunakan warna-warna yang cerah dan *vibrant* karena warna jenis ini mencerminkan keceriaan, kebahagiaan, dan energi positif sehingga peneliti berharap pembaca tidak akan bosan dan termotivasi untuk membaca sekaligus memahami isi dari pesan yang ingin disampaikan namun tetap *enjoyable*.

2.5 Layout

2.5.1 Pengertian *Layout*

Layout merupakan tata letak yang digunakan untuk mengatur komposisi sebuah desain seperti huruf, teks, bidang, garis, gambar, dan bentuk pada suatu konteks (Susanto, 2011). Dalam membuat *layout* diperlukan kemampuan mengkombinasikan elemen satu dengan yang lainnya agar bisa seimbang dan menarik perhatian audiens (Puteri Tantin & Taufiq Wahab, 2019) karena *layout* juga merupakan penyusunan berbagai elemen desain yang berhubungan di satu bidang sampai membentuk susunan artistik, yang disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan *layout* adalah untuk menampilkan semua elemen desain agar menjadi sebuah media yang bersifat komunikatif untuk mempermudah audiens menerima informasi yang disajikan.



Gambar 2.6 Elemen Layout
 Sumber : proglobabusinesssolution.com , akses Juni 2024

2.5.2 Faktor *Layouting*

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam merancang sebuah media adalah sebagai berikut :

- a. Huruf dan ukurannya
- b. Bentuk, ukuran, dan komposisi
- c. Warna dan ukuran kertas cetak (bila dicetak)

2.5.3 Prinsip *Layouting*

Menurut Tom Lancy (Kusrianto, 2007), prinsip *layout* yang baik mengandung 5 prinsip utama desain, yakni :

- a. Proporsi
- b. Keseimbangan
- c. Kontras

- d. Irama
- e. Kesatuan

2.6 Tipografi

Tipografi adalah disiplin ilmu yang mempelajari huruf. Tipografi dalam desain komunikasi visual bertujuan mengolah huruf-huruf pada suatu karya untuk membantu memaksimalkan pemahaman dan menjadi daya tarik dalam karya tersebut (Rustan dan Santosa, 2016). Penggunaan tipografi di media cetak juga berperan penting dalam menciptakan identitas brand media tersebut. Pada sampul, tipografi biasanya bisa menggunakan *typeface* atau *font* yang bersifat dekoratif, sedangkan pada bagian isi disarankan untuk menggunakan *typeface* atau *font* yang sifatnya mudah dibaca. Pemilihan *font* juga sangat penting untuk mengidentifikasi suatu karya. Misal untuk media yang membahas materi dengan pembawaan formal, *font* yang digunakan juga bersifat formal pula, seperti *Times New Roman*, dan lain sebagainya.



Gambar 2.6 Klasifikasi *Typeface*
 Sumber : pinterest.com , akses April 2024

2.7 PayLater

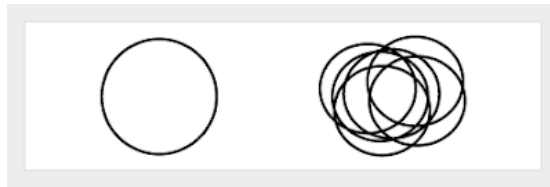
PayLater merupakan salah satu pilihan metode pembayaran yang mengadopsi sistem serupa dengan kartu kredit tanpa membutuhkan kartu kredit yang sebenarnya. Banyak platform keuangan mulai banyak menggunakan

teknologi “bayar nanti” ini (Quiserto, 2019). *PayLater* di tahun 2020 sudah bisa digunakan untuk berbelanja *online*, *booking* tiket hotel dan transportasi *online*, sampai pembayaran tagihan rumah tangga.

2.8 Desain Komunikasi Visual

2.8.1 Prinsip Kesederhanaan (*Simplicity*)

Kesederhanaan dalam prinsip ini berarti tidak kurang, tidak lebih. Prinsip ini memastikan bahwa desain yang dihasilkan menarik serta pesan yang disampaikan juga jelas dan mudah dipahami.

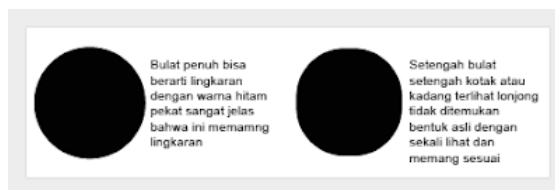


Gambar 2.8 Prinsip *Simplicity*

Sumber : komunikasipraktis.com , akses Mei 2024

2.8.2 Prinsip Kejelasan (*Clarity*)

Prinsip ini diartikan sebagai kejelasan penafsiran audiens terhadap karya yang disajikan. Hal ini mengarah ke bagaimana karya tersebut bisa dipahami tanpa ada makna ambigu atau ganda.



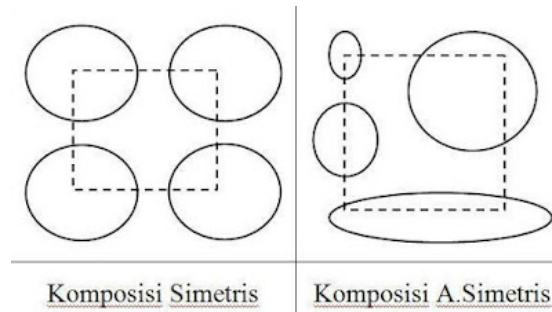
Gambar 2.9 Prinsip *Clarity*

Sumber : komunikasipraktis.com , akses Mei 2024

2.8.3 Prinsip Keseimbangan (*Balance*)

Prinsip ini mengedepankan komponen-komponen yang ada di dalam sebuah desain untuk tampak seimbang. Keseimbangan dibagi menjadi dua pendekatan yakni keseimbangan simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris ialah susunan beberapa elemen yang merata,

sementara keseimbangan asimetris ialah keseimbangan dengan penyusunan berbeda di setiap sisinya.



Gambar 2.10 Prinsip *Balance*
Sumber : komunikasipraktis.com , akses Mei 2024

2.8.4 Prinsip Kesatuan (*Unity*)

Merupakan kesatuan dalam prinsip yang isinya adalah keterpaduan, konsistensi, kesatuan atau kelengkapan yang merupakan hakikat komposisi. Prinsip ini diyakini bisa membantu seluruh elemen menjadi sebuah keterpaduan yang kuat dan mengikat.

2.8.5 Prinsip Penekanan (*Emphasis*)

Bertujuan membuat desain menjadi berbeda dari satu kesatuan yang lain yang disebut juga dengan pusat perhatian.

2.8.6 Prinsip Irama (*Rhythm*)

Menciptakan suatu pemersatu irama yang diartikan pula sebagai pengulangan atau variasi berbagai komponen grafis. Hal ini bertujuan untuk menempatkan elemen dalam sebuah layout sehingga menciptakan kesan halus.

2.8.7 Prinsip Proporsi (*Proportion*)

Sebuah ukuran objek dalam suatu desain. Saat membuat desain, perlu pertimbangan yang menonjolkan objek tersebut. Umumnya elemen yang dinilai paling penting akan ditonjolkan disbanding pelenhkap lainnya.

BAB III

DATA DAN ANALISIS

3.1 Data

3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek



Gambar 3.1 Logo OJK
Sumber : ojk.go.id , akses Mei 2024



Gambar 3.2 Foto Kantor OJK Jawa Barat, Bandung
Sumber : dokumentasi OJK Jawa Barat , akses Mei 2024

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merupakan Lembaga negara yang dibentuk sesuai Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 yang memiliki fungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan terintegrasi terhadap seluruh kegiatan di sektor jasa keuangan baik di sektor perbankan, pasar

modal, dan jasa keuangan non-bank seperti asuransi, dana pension, Lembaga pembiayaan, dan jasa keuangan lainnya.

Penulis melakukan wawancara terkait layanan PayLater dengan pihak Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Jawa Barat yang berada di Jalan Ir. H. Juanda Nomor 152, Kota Bandung, Jawa Barat.

3.1.2 Data Produk

Permasalahan yang diangkat di penelitian ini adalah maraknya penyalahgunaan layanan PayLater di kalangan Gen Z dan Milenial. Hal ini merupakan akibat dari kurangnya literasi keuangan, dan PayLater sebagai salah satu bagian di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk merancang buku sebagai media edukasi utamanya karena buku lebih mudah untuk dipelajari dan dipahami setiap bagiannya. Selain perancangan buku, peneliti juga merancang media pendukung berupa akun sosial media yang ditujukan untuk mencakup audiens lebih luas.

Metode yang akan digunakan adalah metode desain komunikasi visual, dimana dalam metode ini penyampaian pesan merupakan tujuan utama dalam merancang sebuah karya. Perancangan karya memperhatikan aspek-aspek desain yang didasari pemikiran karya serta kreativitas agar tercapai sebuah produk desain komunikasi visual yang bisa menyampaikan pesan tersebut.

3.1.3 Data Studi Literatur

a. Buku

Terdapat dua buku yang dijadikan sebagai acuan penelitian ini, yakni sebagai berikut :

1. Seni Mengatur Keuangan : Tips Cerdas Melakukan Perancangan Keuangan (2021)

Buku ini dijadikan acuan dalam pembahasan pengaturan keuangan yang akan dibahas disamping pembahasan utama atau layanan PayLater. Dengan materi pemahaman yang lengkap seputar PayLater,

pastinya akan disajikan juga dengan cara menghindari layanan ini dengan manajemen keuangan yang baik.

2. Your Money or Your Life (1992)

Buku ini dijadikan sebagai sumber pendamping dari buku utama yang pembahasannya masih seputar mengatur keuangan.

b. Jurnal

Kembali ke topik awal, yakni mengenai layanan PayLater, jurnal-jurnal ini secara spesifik membahas fokus yang berbeda dengan topik yang sama. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, jurnal-jurnal yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Penggunaan PayLater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia (Rahmatika Sari, 2020)

Penelitian di jurnal ini dilakukan dengan tujuan mengetahui hubungan penggunaan PayLater dengan impulse buying pada penggunanya. Penelitian ini memberi informasi kepada peneliti bahwa PayLater tidak selamanya digunakan untuk kebutuhan yang sifatnya mendesak, akan tetapi juga dipakai untuk memenuhi gaya hidup yang tidak didasari dengan alasan yang dapat dikatakan penting. Terutama pada anak-anak muda yang belum terlalu banyak memiliki tagihan rumah tangga.

2. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater pada Generasi Milenial (Gina Rahmawati dan Elly Mirati, 2022)

Jurnal ini sebenarnya masih membahas fokus yang sama dengan jurnal sebelumnya, yakni hubungan paylater dengan perilaku konsumtif yang didasari oleh kemudahan akses dan penggunaan

PayLater di e-commerce. Di jurnal ini juga target audiensnya serupa dengan penelitian yang dibahas sehingga dapat membantu mendukung perspektif peneliti dengan fenomena yang sedang terjadi.

3. *Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Mencintai Diri Sendiri Untuk Meningkatkan Harga Diri Pada Korban Bullying (Dinar Nuramini, Diani Apsari, S.Ds., Taufiq Wahab, S.Sn., M.Sn., 2020)*

Meskipun fokus jurnal ini berbeda dengan kedua jurnal sebelumnya, penulis memilih ini sebagai salah satu jurnal pembantu untuk mengetahui standar merancang sebuah buku dengan ilustrasi di dalamnya agar mudah diterima dan diaplikasikan oleh pembacanya.

3.1.4 Observasi

Observasi dilakukan di dua *platform* media sosial yakni *X* atau *Twitter* dan *TikTok*. Dengan mencari topik “*PayLater*” di kolom pencarian, banyak sekali netizen yang menggunakan *PayLater* dengan konsentrasi cuitan atau video yang berbeda. Namun saat diobservasi lebih dalam, permasalahan terbesar adalah pengguna *PayLater* yang kurang bertanggungjawab, seperti pengguna-pengguna yang terus menggunakan *PayLater* tanpa memikirkan kewajiban setelahnya sehingga tagihan terus bertambah setiap bulannya karena pengguna tidak taat membayar tagihan. Dengan keterlambatannya, konsekuensi yang diberikan penyedia layanan adalah dengan bunga yang terus berjalan dan denda keterlambatan yang tiap harinya terus naik. Salah satu video yang dilihat 5,6 juta kali di *TikTok*, pengguna mengeluhkan tagihan *Shopee PayLaternya* yang menghantuinya dengan nominal yang bisa dikatakan besar, mulai dari Rp100.000 sampai Rp1.500.000an di setiap bulannya dari tahun 2020 sampai 2021, karena video diupload pada tahun 2021 namun masih terus mendapat engagement di algoritme *TikTok*. Yang lebih mengejutkan adalah 8000 sekian komentar dari pengguna lain yang meninggalkan komentar di video tersebut, banyak sekali pengguna yang menyarankan

untuk tidak usah membayar tagihan tersebut atau yang biasa disebut dengan “*galbay*” atau gagal bayar yang sifatnya illegal dan merugikan diri sendiri karena meninggalkan hutang dengan menghapus data dan memperburuk catatan keuangannya di SLIK OJK. Banyak pula pengguna yang memberi saran sesuai hukum yakni dengan membayar dan meminta keringanan kepada pihak *Shopee* serta banyak pengguna juga yang mengalami nasib sama dan ingin berbagi pengalamannya.

Selain mengajak pengguna lain untuk *galbay*, banyak pula oknum tidak bertanggung jawab yang menyarankan pengguna *PayLater* untuk “*gestun*” atau gesek tunai yang artinya pengguna mencairkan saldo *limit PayLaternya*. Hal ini juga illegal menurut OJK karena *gestun* merupakan salah satu tindakan yang berpotensi besar dimanfaatkan untuk membantu kecurangan pemilik *merchant* yang mana pengguna yang tidak paham dimanfaatkan untuk masuk ke praktik cuci uang karena *gestun* yang sifatnya mengganti fungsi *PayLater* sebagai alat berhutang, bukan alat pembayaran seperti yang seharusnya.

Masih banyak sekali masyarakat yang salah persepsi akan sistem *PayLater*, layanan yang seharusnya mempermudah penggunanya malah menjadi bumerang tersendiri. Berdasarkan observasi ini, edukasi sangatlah perlu untuk dilakukan untuk meluruskan segala pengaruh salah yang diberikan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab agar masyarakat paham bahwa tidak semua yang mudah itu bebas dari resiko.

3.1.5 Wawancara



Gambar 3.3 Foto bersama narasumber pemberi proyek
Sumber : dokumentasi pribadi , akses Mei 2024

Nama : Ibu Revina, Ibu Ambar, dan Bapak Badat

Posisi : Analisis Kajian, Edukasi Perlindungan Konsumen, Kemitraan

Lokasi Wawancara : Kantor OJK Provinsi Jawa Barat, Bandung

Waktu Wawancara : 22 Mei 2024

Narasumber keempat merupakan pihak pemberi proyek untuk penelitian ini. Karena penelitian membahas tentang layanan *PayLater*, peneliti mewawancarai tiga pegawai Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Jawa Barat yang berlokasi di Jalan Ir Juanda No. 152, Kota Bandung, Jawa Barat. Bapak dan Ibu pegawai OJK ini menjelaskan bahwa pengguna *PayLater* di terbanyak memang provinsi Jawa Barat. Akan tetapi, tingginya angka pengguna bukan berarti negatif, namun positif juga karena menandakan bahwa Masyarakat Jawa Barat lebih paham akan teknologi finansial dan mengikuti zaman, bagaikan pedang bermata dua.

OJK Jawa Barat sendiri kerap menerima pertanyaan dan laporan dari pengguna dan calon pengguna *PayLater* demi mendapatkan informasi yang jelas mengenai sistemika dan efek samping dari layanan *PayLater* itu sendiri. Di tahun 2022, OJK Jawa Barat menerima lebih dari 20 masyarakat,

dan setidaknya lebih dari 5 masyarakat sepanjang Mei 2024. Meskipun tidak terlihat banyak, OJK Jawa Barat merasa bahwa hal ini terus menjadi permasalahan sehingga edukasi masih harus terus dilaksanakan. Pihak OJK Jawa Barat juga memberi arahan kepada peneliti untuk tidak menghimbau audiens untuk menghindari layanan *PayLater*, namun lebih bijak dalam menggunakannya karena *PayLater* diciptakan untuk mempermudah penggunaannya dengan literasi yang cukup.

OJK Jawa Barat juga berharap agar karya memiliki kesamaan dengan konsep konten sosial media OJK Indonesia beserta akun-akun yang ada dibawah naungannya. Kesamaan ini dimaksudkan agar menjadikan karya atau buku edukasi ini seragam dengan konsep edukasi oleh OJK sendiri. Namun demikian, peneliti tidak diwajibkan untuk merancang karya dengan konsep yang sama persis dengan milik OJK.



Gambar 3.4 Foto Narasumber 2
Sumber : [instagram.com](https://www.instagram.com) , akses Mei 2024

Nama : Cagar Channani

Usia : 25

Pekerjaan : Mahasiswa dan Wirausaha

Lokasi Wawancara : *WhatsApp Text*

Waktu Wawancara : 9 Mei 2024

Narasumber pertama merupakan pengguna *PayLater* di *platform Shopee* yang sudah menggunakan layanan ini sejak awal tahun 2022. Narasumber memutuskan untuk mendaftarkan diri sebagai pengguna karena pekerjaan sampingan narasumber sebagai pemilik bengkel yang mengharuskan usahanya untuk membeli peralatan dan keperluan mekanik di awal agar penghasilannya bisa terus diputar untuk melengkapi segala kebutuhan bengkelnya. Narasumber merasa terbantu dengan adanya layanan *PayLater* karena ia tidak perlu mengeluarkan modal terlebih dahulu untuk memulai usahanya. Di samping itu, ia menjelaskan bahwa dirinya tidak pernah menggunakan *PayLater* untuk keperluan pribadinya. Narasumber juga menegaskan bahwa ia tidak pernah sekalipun terlambat membayar tagihan dan tidak pernah terkena bunga karena tidak menggunakan pilihan cicilan 3,6, atau 12 bulan sehingga harga kebutuhan usaha yang dibeli menggunakan *PayLater* merupakan harga flat tanpa tambahan bunga.



Gambar 3.5 Foto Narasumber 3
Sumber : [instagram.com](https://www.instagram.com) , akses Mei 2024

Usia : 25

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Lokasi Wawancara : *WhatsApp Text*

Waktu Wawancara : 9 Mei 2024

Narasumber kedua merupakan pengguna *Shopee PayLater* juga yang sudah menggunakan layanan ini sejak 4 tahun kebelakang. Awalnya ia mendaftarkan diri karena ada kebutuhan mendesak yang mengharuskan ia untuk menggunakan layanan yang dimana ia bisa membayar nanti. Di samping menggunakan *PayLater* untuk keperluan yang bersifat mendesak, narasumber akhirnya menggunakan layanan ini untuk berbelanja barang yang tidak terlalu mendesak atau penting, atau murni karena keinginannya saja untuk memiliki barang-barang tersebut. Ia juga merasa terbantu juga akan layanan ini karena promo diskon atau *cashback* yang lumayan besar. Narasumber menjelaskan bahwa dirinya tidak pernah menggunakan sistem cicilan 3,6, atau 12 karena barang yang diinginkan akan menjadi lebih mahal, berbeda dengan sistem bayar bulan depan yang tidak memiliki bunga di tagihan akhirnya. Narasumber juga tidak pernah terlambat membayar karena takut memiliki skor jelek di SLIK OJK.



Gambar 3.6 Foto Narasumber 4
Sumber : tiktok.com , akses Mei 2024

Nama : Fitri

Usia : 29

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Lokasi Wawancara : *Direct Message TikTok*

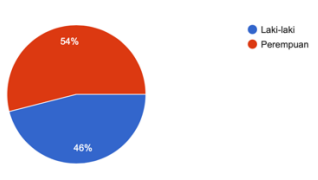
Waktu Wawancara : 9 Mei 2024

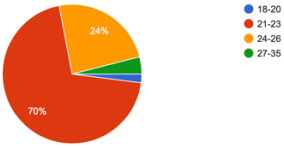
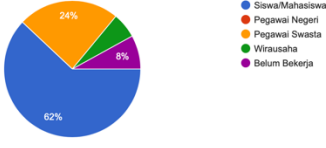
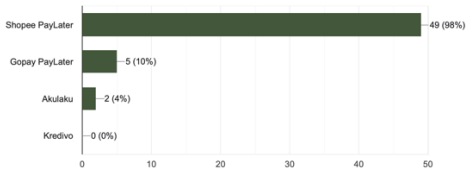
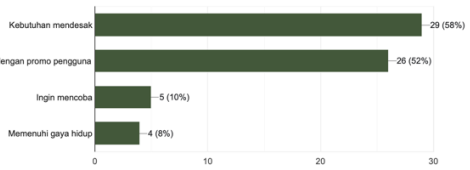
Narasumber ketiga merupakan pengguna Shopee *PayLater* yang sudah menggunakan layanan ini di akhir tahun 2019. Narasumber juga merupakan pengguna yang meng-upload video keluhan tagihan yang membengkak yang mana sudah peneliti sampaikan di bagian observasi. Narasumber menggunakan layanan ini untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi ia kesulitan mengatur keuangannya sehingga tagihan-tagihan ini terus berjalan dan bertambah sedangkan pendapatan keluarga masih kurang untuk menutup segala bentuk tagihan di *PayLater* ini sendiri. Narasumber mengaku menyesal menggunakan *PayLater* tanpa pengetahuan yang cukup mengenai layanan ini. Ia juga menambahkan bahwa dirinya akan berhenti menggunakan layanan ini setelah beberapa tagihan terakhirnya terbayar.

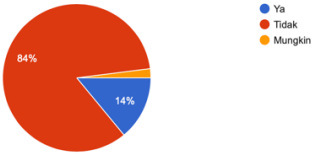
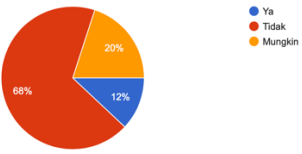
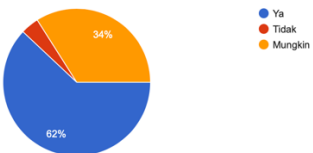
3.1.6 Kuesioner

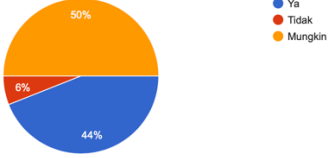
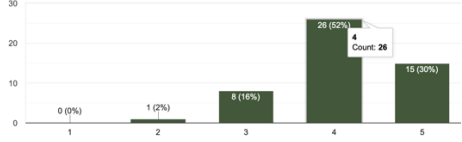
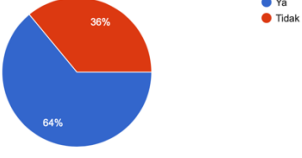
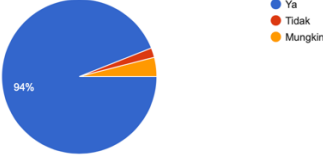
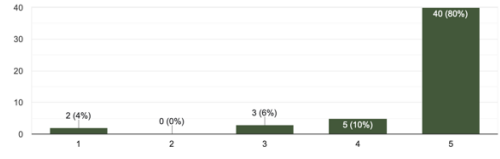
Kuesioner dibuat dan disebarakan melalui platform *Google Form* yang kemudian diisi oleh 50 responden dengan target audiens di kalangan Gen Z dan Milenial dari usia 17-30 tahun di wilayah Bandung, Jawa Barat.

Tabel 3.1 Data Kuesioner

<p>Jenis Kelamin 50 responses</p>  <p>Legend: ● Laki-laki ● Perempuan</p>	<p>Berdasarkan hasil kuesioner, dari 50 responden pengguna <i>PayLater</i> terdiri dari 54% perempuan dan 46% laki-laki.</p>
--	--

<p>Usia 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Usia</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>18-20</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>21-23</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>24-26</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>27-35</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	Usia	Persentase	18-20	2%	21-23	70%	24-26	24%	27-35	4%	<p>Sebagian besar responden berusia 21-23 tahun di angka 70%. Kemudian disusul 24% 24-26 tahun, 4% 27-35 tahun, dan 2% 18-20 tahun.</p>					
Usia	Persentase															
18-20	2%															
21-23	70%															
24-26	24%															
27-35	4%															
<p>Pekerjaan 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Pekerjaan</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Siswa/Mahasiswa</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>Pegawai Negeri</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Pegawai Swasta</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Wirausaha</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Belum Bekerja</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Pekerjaan	Persentase	Siswa/Mahasiswa	62%	Pegawai Negeri	0%	Pegawai Swasta	24%	Wirausaha	6%	Belum Bekerja	8%	<p>Dari 50 responden, 62% merupakan siswa/mahasiswa, 24% pegawai swasta, 8% belum bekerja, dan 6% merupakan wirausaha.</p>			
Pekerjaan	Persentase															
Siswa/Mahasiswa	62%															
Pegawai Negeri	0%															
Pegawai Swasta	24%															
Wirausaha	6%															
Belum Bekerja	8%															
<p>Penyedia PayLater apa yang anda gunakan? 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Penyedia PayLater</th> <th>Jumlah</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Shopee PayLater</td> <td>49</td> <td>98%</td> </tr> <tr> <td>Gopay PayLater</td> <td>5</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Akulaku</td> <td>2</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Kredivo</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Penyedia PayLater	Jumlah	Persentase	Shopee PayLater	49	98%	Gopay PayLater	5	10%	Akulaku	2	4%	Kredivo	0	0%	<p>Berdasarkan 50 responden, penyedia <i>PayLater</i> terbesar adalah <i>Shopee PayLater</i> yang digunakan sekitar 98% responden, disusul <i>Gopay PayLater</i> di angka 10%, dan <i>Akulaku</i> di angka 4%. Sedangkan <i>Kredivo</i> tidak digunakan seorangpun dari 50 pengguna. Responden bisa memilih lebih dari satu penyedia di pertanyaan ini.</p>
Penyedia PayLater	Jumlah	Persentase														
Shopee PayLater	49	98%														
Gopay PayLater	5	10%														
Akulaku	2	4%														
Kredivo	0	0%														
<p>Apa alasan anda menggunakan layanan PayLater? 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Alasan</th> <th>Jumlah</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kebutuhan mendesak</td> <td>29</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>Tertarik dengan promo pengguna</td> <td>26</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>Ingin mencoba</td> <td>5</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Memenuhi gaya hidup</td> <td>4</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Alasan	Jumlah	Persentase	Kebutuhan mendesak	29	58%	Tertarik dengan promo pengguna	26	52%	Ingin mencoba	5	10%	Memenuhi gaya hidup	4	8%	<p>Alasan penggunaan <i>PayLater</i> Sebagian besar adalah memenuhi kebutuhan mendesak di angka 58% dan adanya promo pengguna di angka 52%. Selain itu ada alasan berupa ingin mencoba di</p>
Alasan	Jumlah	Persentase														
Kebutuhan mendesak	29	58%														
Tertarik dengan promo pengguna	26	52%														
Ingin mencoba	5	10%														
Memenuhi gaya hidup	4	8%														

	<p>angka 10% serta memenuhi gaya hidup di angka 8%. Responden juga bisa memilih lebih dari satu alasan di pertanyaan ini.</p>								
<p>Apakah anda pernah terkendala dalam membayar tagihan? 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Response</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>84%</td> </tr> <tr> <td>Mungkin</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	Response	Percentage	Ya	14%	Tidak	84%	Mungkin	2%	<p>84% responden mengaku tidak pernah terlambat membayar tagihan, sedangkan 14% mengaku pernah, dan 2% menjawab mungkin.</p>
Response	Percentage								
Ya	14%								
Tidak	84%								
Mungkin	2%								
<p>Apakah anda pernah merasakan dampak negatif dari layanan PayLater? 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Response</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>Mungkin</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Response	Percentage	Ya	12%	Tidak	68%	Mungkin	20%	<p>dari 50 responden, 68% dari mereka tidak pernah merasakan dampak negatif <i>PayLater</i>, sedangkan 20% menjawab mungkin, dan 12% mengaku pernah merasakan dampak negatifnya.</p>
Response	Percentage								
Ya	12%								
Tidak	68%								
Mungkin	20%								
<p>Apakah anda akan tetap menggunakan layanan PayLater dalam jangka panjang? 50 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Response</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Mungkin</td> <td>34%</td> </tr> </tbody> </table>	Response	Percentage	Ya	62%	Tidak	4%	Mungkin	34%	<p>Sebagian besar responden atau 62% memilih untuk tetap menggunakan <i>PayLater</i> dalam jangka Panjang. 34% menjawab mungkin dan 4% memilih untuk tidak menggunakan <i>PayLater</i> dalam jangka Panjang.</p>
Response	Percentage								
Ya	62%								
Tidak	4%								
Mungkin	34%								

<p>Apakah anda merekomendasikan layanan PayLater kepada orang terdekat?</p> <p>50 responses</p>  <p>Legend: Ya (Blue), Tidak (Red), Mungkin (Orange)</p>	<p>50% responden merekomendasikan <i>PayLater</i> ke orang terdekat, 44% menjawab mungkin, dan 6% lainnya memilih untuk tidak merekomendasikan <i>PayLater</i>.</p>
<p>Seberapa puas anda menggunakan layanan PayLater sejauh ini?</p> <p>50 responses</p>  <p>Count: 26</p>	<p>52% responden merasa puas terhadap <i>PayLater</i>, 5% sangat puas, 16% merasa biasa saja, dan 2% merasa tidak puas akan layanan ini.</p>
<p>Apakah anda pernah mencari tahu atau belajar tentang apa dan bagaimana itu layanan PayLater?</p> <p>50 responses</p>  <p>Legend: Ya (Blue), Tidak (Red)</p>	<p>dari 50 responden, 64% pernah setidaknya mencari tahu tentang <i>PayLater</i>, sedangkan 36% tidak pernah sekalipun.</p>
<p>Menurut anda, apakah masyarakat muda perlu diberi edukasi mengenai layanan PayLater yang saat ini sedang marak?</p> <p>50 responses</p>  <p>Legend: Ya (Blue), Tidak (Red), Mungkin (Orange)</p>	<p>94% responden berpendapat bahwa edukasi <i>PayLater</i> perlu dilakukan, sedangkan 4% menjawab mungkin, dan 2% memilih tidak perlu.</p>
<p>Seberapa penting edukasi PayLater harus dilakukan?</p> <p>50 responses</p>  <p>Count: 26</p>	<p>Sebagian besar atau 80% responden merasa bahwa edukasi <i>PayLater</i> sangatlah penting. 10% merasa penting, 6% merasa cukup penting, dan 4% merasa edukasi tidaklah penting.</p>

3.1.7 Pengguna

Berdasarkan data yang sudah didapatkan melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuesioner, maka analisis khalayak pasar yang didapatkan adalah sebagai berikut :

a. Geografis

Target audiens yang dituju adalah pengguna *e-commerce*, pengguna aktif *PayLater*, dan calon pengguna *PayLater* di daerah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa buku dan *e-book* ini bisa tersebar di seluruh Indonesia untuk mencegah penyalahgunaan *PayLater* dan mengedukasi pengaturan keuangan masyarakat muda.

b. Demografis

Secara demografis, khalayak pasar yang menjadi target sasaran adalah sebagai berikut :

1. Usia : 17 sampai 30 tahun
2. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
3. Pekerjaan : Siswa/mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai, dan wirausaha
4. Agama : Seluruh agama dan kepercayaan
5. Kelas Sosial : Menengah sampai menengah ke atas

Segmentasi ini ditujukan kepada pengguna *e-commerce*, pengguna aktif *PayLater*, dan calon pengguna *PayLater* yang berusia 17-30 tahun. Segmentasi ini juga dirasa sudah cukup untuk mempelajari seputar layanan *PayLater* sekaligus cara mengatur keuangan dengan pemahaman yang mudah.

c. Psikografis

Secara psikografis, khalayak pasar sebagai target sasaran utama dari penelitian ini umumnya adalah orang-orang yang belum menggunakan layanan *PayLater* namun pengguna aktif juga bisa untuk menambah pengetahuan *PayLater* dan keuangan.

d. Behavior

Target sasaran penelitian ini adalah para pengguna *e-commerce*, pengguna aktif *PayLater*, dan calon pengguna *PayLater* yang belum mengetahui bagaimana dan apa saja yang perlu diketahui saat menggunakan layanan *PayLater* untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan saat menggunakan dan ingin tahu bagaimana mengatur keuangan yang benar agar bisa menghindari penggunaan *PayLater*.

3.1.8 Data Proyek Sejenis

a. Muda Melek Keuangan



Gambar 3.7 Cover Buku Muda Melek Keuangan
Sumber : Gramedia.com , akses Mei 2024

Penulis : Febiansyah Afifuddin, CFP

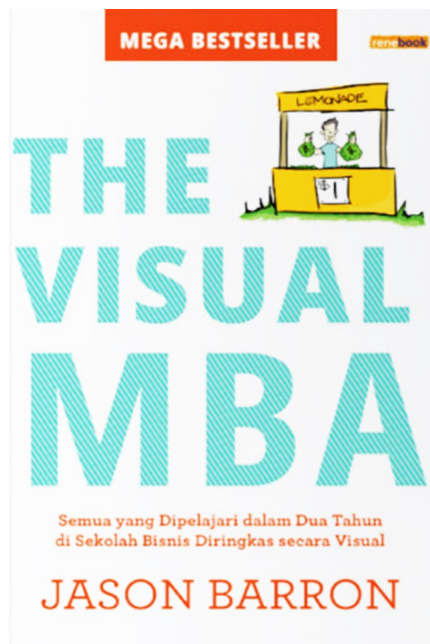
Penerbit : Bumi Aksara Pt

Tahun Terbit : 2022

Kategori : Finansial Bisnis

Muda Melek Keuangan merupakan buku yang membahas cara mengatur keuangan dan cara investasi untuk generasi muda yang disajikan dengan animasi serupa komik dengan warna hitam putih. Buku ini berukuran 14x20 cm dan tentunya berbahasa Indonesia.

b. The Visual MBA



Gambar 3.8 Cover Buku The Visual MBA
Sumber : Gramedia.com , akses Mei 2024

Penulis : Jason Barron

Penerbit : Renebook

Tahun Terbit : 2024

Kategori : Finansial Bisnis

Buku *The Visual MBA* adalah rangkuman dari materi sekolah bisnis yang dijelaskan dengan visual seperti ilustrasi-ilustrasi sederhana agar lebih mudah dipahami dan menarik perhatian generasi muda, mengingat buku tentang bisnis dapat dikategorikan sebagai buku yang monoton dan cenderung membosankan tanpa adanya jeda dari materi yang Panjang. Buku ini merupakan translasi dari Bahasa Inggris karena memang diterbitkan di Kanada dengan

c. How to Not Always Feel Insecure



Gambar 3.9 Cover Buku *How to Not Always Feel Insecure*
Sumber : filltheblankspace , akses Mei 2024

Penulis : Tim Rahasia Gadis

Penerbit : *Fill the Blank Space*

Tahun Terbit : 2023


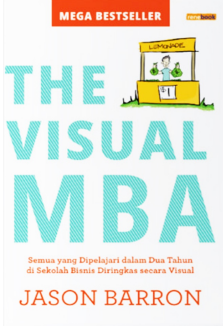

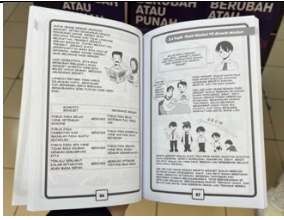


Kategori : *Self Improvement*

Buku *How to Not Always Feel Insecure* merupakan buku yang membahas tentang cara mencintai diri sendiri. Meskipun berbeda pembahasan, peneliti mengamati buku ini karena gaya perancangannya yang menginspirasi, karena target pasarnya juga merupakan Gen Z dan Milenial. Buku ini memiliki ilustrasi dan penulisan yang menarik sehingga peneliti pilih untuk menjadi salah satu inspirasi perancangan.

3.2 Analisis

3.2.1 Analisis Buku Sejenis

Tabel 3.2 Analisis Matriks Perbandingan

Aspek Perbandingan	Muda Melek Finansial	The Visual MBA	How to Not Always Insecure
Cover / Sampul			
Isi / Konten			
Ilustrasi	Menggunakan ilustrasi gaya komik dan sedikit lebih mendetail	Menggunakan ilustrasi sederhana dan tidak mendetail	Menggunakan ilustrasi sederhana namun sedikit mendetail
Warna	Cover berwarna terang selayaknya buku komik namun isi buku tidak berwarna atau hitam putih saja	Memiliki warna-warna yang <i>soft</i> atau halus, cenderung mengarah ke warna <i>pastel</i>	Memiliki warna-warna yang <i>soft</i> atau halus dan palet warnanya luas
Tipografi	Font yang dipakai adalah <i>comic sans</i> karena font ini memang biasa dipakai di buku komik	Menggunakan font turunan <i>serif</i> dan sedikit <i>font</i> bergaya <i>handwriting</i>	Menggunakan font bergaya <i>handwriting</i> yang sesuai dengan gaya ilustrasi
Layout	Cenderung ramai dan selalu ada ilustrasi di tiap	Cenderung minimalis dan tidak semua	Cenderung ramai tapi tidak mengganggu

	halamannya	halaman memiliki ilustrasi	pesan di dalamnya. Tiap halamannya memiliki setidaknya satu ilustrasi.
--	------------	----------------------------	--

3.2.2 Analisis Matriks SWOT

Tabel 3.3 Analisis Matriks SWOT

IFAS	Kelebihan (S) <ul style="list-style-type: none"> - Belum ada buku yang membahas PayLater - Data didapat dari sumber terpercaya - Mudah didapat/diakses 	Kelemahan (W) <ul style="list-style-type: none"> - Terbatasnya sumber perolehan data terpercaya 	
EFAS	Peluang (O) <ul style="list-style-type: none"> - Tuntutan kebutuhan untuk mempelajari sistem <i>PayLater</i> - Adanya SLIK OJK 	Strategi (SO) <ul style="list-style-type: none"> - Bekerja sama dengan <i>platform</i> penyedia PayLater - Bekerja dibawah OJK 	Strategi (WO) <ul style="list-style-type: none"> - Mengumpulkan data sebanyak mungkin dan menimbanginya - Promosi dan <i>Campaign</i> di sosial media
Ancaman (T)	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya minat baca 	Strategi (ST) <ul style="list-style-type: none"> - Membuat akun edukasi di sosial media - Banyak melakukan sosialisasi seperti di kampus atau masyarakat umum - Merancang buku dengan tema yang trendy untuk menarik perhatian 	Strategi (WT) <ul style="list-style-type: none"> - Sering melakukan evaluasi - Mempererat kerjasama dengan pihak terkait

3.2.3 Matriks Penarik Kesimpulan

Tabel 3.4 Matriks Penarik Kesimpulan

Jenis Data	Temuan
Hasil Wawancara	<p>Pengguna <i>PayLater</i> merasa terbantu akan adanya layanan ini dalam mencukupi kebutuhan sehari-harinya sampai sekedar memenuhi hasrat memiliki barang yang sifatnya diluar kebutuhan primer atau penunjang gaya hidup. Meskipun demikian, pengguna juga masih merasa kurang jelas akan sistematika <i>PayLater</i> dan merasa kurang percaya dalam mencari informasi di internet karena banyaknya pihak tak bertanggungjawab yang menawarkan jasa illegal seperti <i>gestun</i> ataupun menghapus data sehingga kumpulan informasi <i>PayLater</i> yang akurat dan terpercaya bisa membantu para pengguna mendapat informasi yang benar. Menurut OJK Jawa Barat, <i>PayLater</i> memang bertujuan positif untuk mempermudah akses keuangan masyarakat namun sekali lagi, literasi masyarakat yang masih rendah menjadi salah satu alasan kuat akan banyaknya penyalahgunaan <i>PayLater</i>.</p>
Hasil Perbandingan Buku Sejenis	<p>Kedua buku yang dibandingkan di atas memang tidak membahas khusus tentang <i>PayLater</i>. Akan tetapi, kedua buku tersebut membahas sedikit banyak tentang bagaimana cara mengatur keuangan untuk kalangan generasi muda yang mana akan dibahas juga di buku ilustrasi penelitian ini. Kedua buku juga memiliki ilustrasi yang sesuai target pasar meskipun memiliki gaya dan konsep yang berbeda.</p>
Kesimpulan	
<p>Tujuan dari perancangan buku ilustrasi ini adalah mengedukasi masyarakat muda khususnya generasi milenial dan Gen Z tentang layanan <i>PayLater</i>. Didalamnya</p>	

akan dibahas mulai dari apa itu *PayLater*, bagaimana cara menggunakannya dengan benar, bahaya *PayLater*, sampai bagaimana cara mengatur keuangan dengan benar guna mengurangi frekuensi penggunaan *PayLater*. Buku ilustrasi ini akan dirancang semaksimal mungkin agar mudah dipahami namun tetap menarik untuk dipelajari oleh masyarakat muda. Selain visual, buku ini juga tentunya akan dirancang dengan data yang akurat agar tidak mengarahkan pembaca ke perspektif yang salah. Dengan dirancangnya buku ilustrasi ini diharapkan bisa mengurangi permasalahan kurangnya literasi keuangan yang menyebabkan permasalahan-permasalahan seputar *PayLater* ini.

BAB IV

PERANCANGAN

4.1 Konsep

4.1.1 Konsep Pesan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui studi pustala, observasi, wawancara, kuesioner, matriks perbandingan, dan analisis SWOT, dapat ditarik Kesimpulan bahwa acuan konsep pesan untuk penelitian ini adalah :

1. Buku merupakan media yang cocok untuk mengedukasi pembaca dengan rentang usia yang beragam, termasuk Gen Z dan Milenial. Pembahasan per bagian juga lebih membantu pembaca untuk mengetahui informasi secara menyeluruh.
2. Ilustrasi membantu mencegah kebosanan dalam media edukasi, terutama bahan bacaan yang lebih mengedepankan materi dan informasi agar tidak terkesan monoton dan datar.
3. Penggunaan tema sebisa mungkin mengikuti trend desain grafis terutama di kalangan Gen Z dan Milenial agar tidak terkesan ketinggalan zaman.

4.1.2 Konsep Kreatif

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, masih banyak sekali masyarakat yang masih belum terlalu paham akan layanan PayLater. Di samping itu, kelalaian dalam penggunaan layanan ini disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan yang harusnya dapat dipahami sejak kecil. Konsep buku ilustrasi ini didasari oleh perlunya edukasi kepada generasi muda sehingga buku ini akan dirancang dengan tema yang mengikuti pasar, dan di kasus ini akan memakai tema ilustrasi retro. Meskipun menggunakan tema retro, buku ini akan disusun dengan sederhana atau minimalis agar tidak menarik perhatian dari topik yang seharusnya dibahas dan tetap bersifat persuasif. Konsep buku ini adalah cerah, bahagia, dan minimal karena warna-warna yang cerah atau vibrant bisa mendorong pembaca untuk lebih bersemangat dalam mempelajari konten buku ini sendiri.

4.1.3 Konsep Media

a. Media Utama

Media utama yang digunakan di dalam perancangan ini adalah buku cetak dan *e-book* atau buku digital, sesuai dengan hasil kesimpulan analisis data pada bab 3. Perancangan buku ilustrasi ini akan memanfaatkan software *Procreate*, *Adobe Illustrator*, dan *Adobe InDesign*.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang akan digunakan pada perancangan ini untuk meningkatkan *brand awareness* dan memperkenalkan buku ini kepada audiens adalah dengan memanfaatkan media sosial *Instagram*, *banner*, *flyer*, *sticker pack*, dan kartu nama. Hal ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang bisa digunakan sebagai media promosi.

4.2 Konsep Visual

a. Warna



Gambar 4.1 Warna Primer
Sumber : dokumentasi pribadi , akses Mei 2024

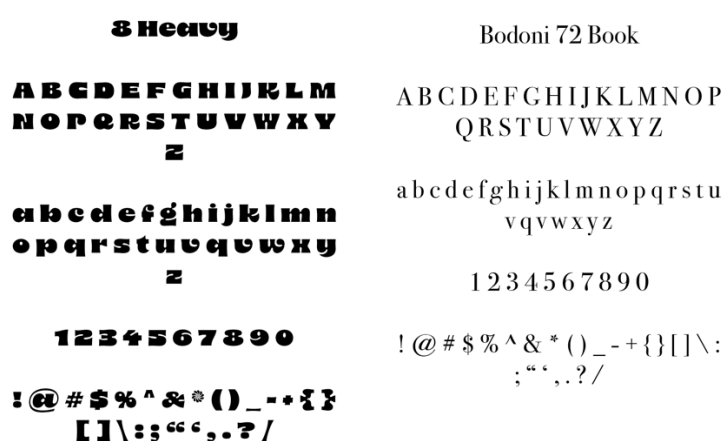
Warna primer atau *base* yang dipilih peneliti adalah warna *cream* atau #FFF2D5 karena sifatnya yang netral dan cenderung bisa dipadukan dengan warna apa saja.



Gambar 4.2 Warna Sekunder
 Sumber : dokumentasi pribadi , akses Mei 2024

Peneliti menggunakan warna-warna di atas yang mana memiliki kesamaan dengan konten milik OJK Indonesia dan akun-akun di bawahnya sesuai dengan apa yang disarankan oleh pihak OJK Jawa Barat ketika peneliti melakukan wawancara. OJK Jawa Barat menyatakan bahwa warna-warna yang cerah dan vibrant ini membawa keceriaan dan semangat agar konten bisa dinikmati pembaca tanpa mengurangi fungsi penyampaian pesan.

b. Tipografi

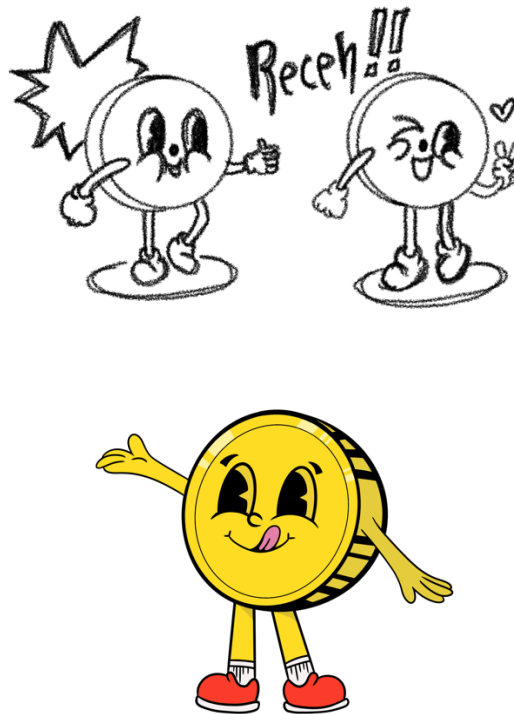


Gambar 4.3 Jenis Font
 Sumber : pinterest.com , akses Mei 2024

Font yang akan digunakan terdiri dari dua jenis. Pada bagian sampul, font yang dipilih adalah font berjenis retro dengan bentuk tebal dan bergelombang atau dekoratif untuk memberi kesan yang unik dan menarik. Font berjenis retro juga mendukung kesan yang akan ditampilkan yakni vibrant, ceria, dan menyenangkan. Sedangkan pada isi konten, font yang dipilih adalah font sederhana turunan Serif agar mudah dibaca dan tidak terlalu penuh atau rumit.

c. Ilustrasi

Ilustrasi yang akan dipakai adalah ilustrasi sederhana 2 dimensi. Pada buku ini akan ada satu karakter utama, yakni karakter dengan uang logam sebagai tubuhnya yang bernama Receh. Selain karakter Receh, akan dibuat juga ilustrasi pendukung yang dibuat dengan warna-warna *vibrant*.. Adapun sketsa kasar karakter Receh sebagai berikut :



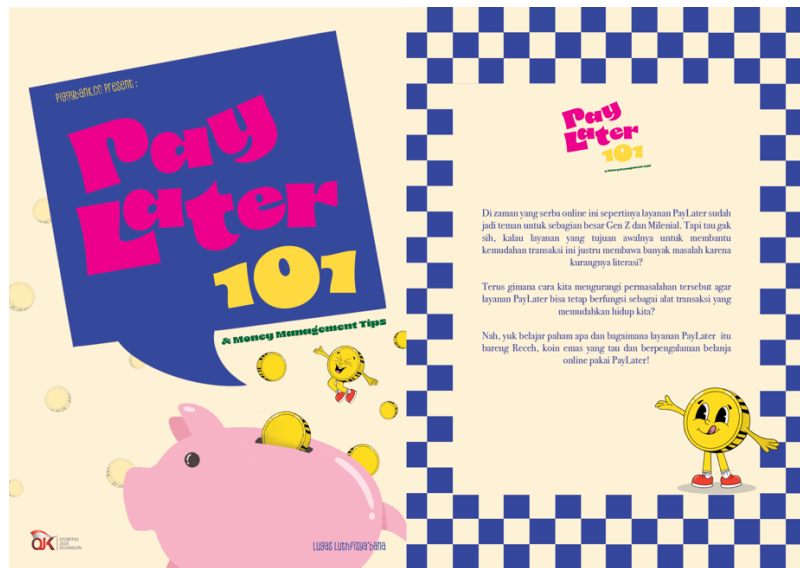
Gambar 4.4 *Ilustrasi Karakter*
Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Mei 2024



Gambar 4.5 *Ilustrasi Pendukung*
 Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

4.3 Hasil Perancangan

4.3.1 Cover Buku



Gambar 4.6 *Cover Buku*
 Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

4.3.2 Isi Buku

PayLater 101
100 Pertanyaan dan Jawaban

Dalam yang serba online ini seperti layanan PayLater sudah jadi teman untuk kegiatan sehari-hari. Tapi, apakah kamu sudah tahu apa itu PayLater? Bagaimana cara kerjanya? Dan apa saja manfaatnya? Yuk, simak jawabannya!

Tentu, gimana cara kamu mengatasi permasalahan tersebut agar layanan PayLater bisa tetap berguna sebagai alat transaksi yang memudahkan hidup kamu?

Nah, yuk belajar lebih lanjut dan bagaimana layanan PayLater ini bekerja. Baca buku ini, dan dapatkan informasi lengkap tentang PayLater!

Kata Pengantar

Berkembangnya teknologi finansial saat ini telah menciptakan banyak kemudahan bagi masyarakat luas untuk mengelola dan mengatur keuangan mereka. Salah satu contohnya adalah PayLater, yang menawarkan kemudahan untuk berbelanja online dan membayar nanti dan tentunya layanan ini sekarang sangat populer di kalangan generasi muda.

Namun sayangnya, budaya PayLater ini juga membawa fenomena baru di dunia finansial teknologi (fintech) dalam kehidupan mereka. Oleh karena itu, dengan dukungan OJK Provinsi Jawa Barat, Buku ini hadir sebagai panduan untuk generasi muda dalam memahami, menggunakan, dan mengelola PayLater secara bijak, karena sebagai PayLater sangat mudah di akses, penggunaannya sendiri harus dilakukan dengan benar agar tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

Panda

Daftar Isi

- Pendahuluan **01**
- Apa itu PayLater? **02**
- Fungsi PayLater **03**
- Cara Kerja PayLater **07**
- Cara Daftar PayLater **10**
- Hak & Kewajiban Pengguna **11**
- Manfaat PayLater **12**
- Kemungkinan PayLater **13**
- Risiko PayLater **17**
- Isi lebih lanjut **20**
- Tipe Penghasilan PayLater **21**
- Cara CA S&K OJK **22**
- Cara Menjalankan Uang **27**
- Pusat Aduan PayLater **29**
- Teka Teki Sibang **30**
- Mengantar Kewajiban **31**
- Callbox **32**
- Salah Persepsi **33**
- Prinsip 20/20/20 **35**
- Dana Dataran **37**
- Menggunakan Hitung **40**
- Evaluasi Kewajiban **41**
- Investasi **42**
- Find the Words **45**
- Daftar Pustaka **47**

What's Up, Kawula Muda!

Kawan kawan kita, kami sudah siap untukmu. Kami hadir untukmu, ya! Nanti kita akan membahas tentang apa itu layanan PayLater? Udh tau PayLater, kan? Apa belum?

Yuk, kita belajar, diskusi kita akan belajar menggunakan cara kerja sampai cara pakai PayLater secara gimana, sih cara yang benar yang kita bisa kita manfaatkan secara maksimal.

Apa itu PayLater?

PayLater sendiri adalah salah satu layanan pembayaran alternatif yang menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja online dan membayar nanti.

Layanan PayLater ini menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja online dan membayar nanti.

PayLater itu bagaikan pisau bermata dua, mempermudah namun bisa berbahaya bagi penggunanya.

Siapa yang Menyediakan PayLater?

Produk PayLater yang tersedia di Indonesia:

- Shopee
- Gojek
- OVO
- Grab
- Bank

Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali. Itu, platform yang menyediakan layanan ini merupakan platform yang menyediakan layanan ini.

Aplikasi aplikasi tersebut tersedia di Shopee PayLater, yang merupakan salah satu aplikasi belanja online terbesar di Indonesia. Selain itu, sudah ada GoPay, PayLater, Kredivo PayLater, Alfabeta PayLater, Tokopedia PayLater, dan bahkan aplikasi bank seperti BCA, BSI, Mandiri, DBS, Ayo Bank, BNI, BTN, dan CIMB.

Berbagai aplikasi yang menyediakan layanan PayLater ini sangat memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Tapi, gimana sih cara kerjanya PayLater itu sendiri?

Bagaimana Cara Kerja PayLater?

Singkatan, untuk menggunakan PayLater ini, kamu harus mendaftar dulu di salah satu platform yang menyediakan layanan ini. Setelah itu, kamu bisa menggunakan layanan ini untuk berbelanja online dan membayar nanti.

Selanjutnya, PayLater sendiri menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja online dan membayar nanti.

Bagaimana Cara Daftar PayLater?

Sebelum belajar cara kerja PayLater, gimana sih cara mendaftar di salah satu platform yang menyediakan layanan ini? Yuk, simak jawabannya!

Sebelum kamu bisa menggunakan PayLater, kamu akan diarahkan untuk melakukan pendaftaran terlebih dahulu. Untuk itu, kamu perlu menyiapkan beberapa dokumen yang diperlukan.

Eksistensi kita sebagai pengguna PayLater ini akan sangat bergantung pada seberapa baik kita mengelola keuangan kita. Oleh karena itu, kita perlu memahami cara kerja PayLater ini dengan baik.

Kawan-kawan, yuk belajar dan lakukan verifikasi yang diperlukan agar kamu bisa menggunakan layanan ini dengan maksimal.

Jangan pernah menyalahgunakan kode OTP yang dikirim ke nomor kamu.

Hak & Kewajiban Pengguna

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, program PayLater memiliki hak dan kewajiban yang perlu dipahami. Apa saja, sih?

Hak Pengguna

1. Menuntut produk dan layanan keuangan
2. Mendapat informasi mengenai produk dan layanan keuangan
3. Mendapat edukasi keuangan
4. Diperlakukan atau dilayani secara benar
5. Mendapat perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa

Kewajiban Pengguna

1. Mendapatkan produk/informasi
2. Membaca, memahami, dan melaksanakan perjanjian baku
3. Berdiskusi
4. Menyerahkan dokumen/dikawatir yang benar
5. Membayar sesuai nilai yang dipaparkan
6. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa/perlitigasi keuangan

Apa Manfaat PayLater?

1. Memperoleh kemudahan di e-commerce

Manfaat PayLater ini pastinya mempermudah kamu dalam melakukan pembelian yang tentunya tidak harus bayar tunai langsung. Hal ini sangat berpengaruh dalam kamu sebagai pembeli yang cerdas.

2. Menghemat biaya

Kamu akan semakin hemat, PayLater bisa menggantikan biaya kamu dan membantu, lho. Layanan ini bisa kamu pakai sebagai modal dan keuangan kamu akan terus bekerja untuk penghasilan dan pertumbuhan bisnis di akhir setiap bulannya.

Apa Saja Keuntungan PayLater?

Selain manfaat kegunaan PayLater, apa saja keuntungan lainnya?

1. Proses pendaftaran yang mudah

Yang harus dilakukan PayLater yang mudah bisa kamu lakukan di bank, di e-commerce, atau melalui aplikasi. Persyaratan pendaftaran ini pun sudah sangat ringan dan tidak memerlukan dokumen KIP, atau seperti pengajuan kredit bank. Cara pendaftaran juga sudah lengkap proses dan aman.

2. Denda 0%

Otoritas Jasa Keuangan sudah adalah bahwa yang mengatur, mengatur, mengatur, dan mengatur, jadi modal yang sangat ringan. Selain itu, ada produk layanan PayLater yang menawarkan 0% denda, jadi kamu nggak perlu khawatir soal denda yang akan dikenakan.

Apa Saja Resiko Penggunaan PayLater?

1. Tidak bisa tunai

Program ini PayLater ini mengatur syarat dan ketentuan mengenai kamu punya skor kredit yang kurang sempurna. PayLater sering dibatasi oleh jumlah limit yang bisa digunakan. Selain itu, limit pun akan dibatasi PayLater, kamu akan harus menunggu maksimal 24 jam untuk menunggu limit yang bisa dipakai untuk transaksi di e-commerce pembeli lainnya ini. Cukup baik, kan?

2. Proses dan prosedur

Nah, kalau kamu naka beberapa vendor dan penjual yang. PayLater menawarkan banyak sekali proses untuk berbagai di e-commerce pembeli lainnya ini. Proses ini sendiri ini bisa diberikan sebagai pembeli lainnya ini. Proses ini sendiri ini bisa diberikan sebagai pembeli lainnya ini. Proses ini sendiri ini bisa diberikan sebagai pembeli lainnya ini.

3. Tidak ada jaminan

Manajemen PayLater menaruh kamu untuk mengatur atau keuangan, di sini kamu akan kurang paham dan kurang paham dengan keuangan kamu, PayLater bisa menjadi alternatif bank kamu, lho.

4. Tidak ada jaminan

Manajemen PayLater menaruh kamu untuk mengatur atau keuangan, di sini kamu akan kurang paham dan kurang paham dengan keuangan kamu, PayLater bisa menjadi alternatif bank kamu, lho.

5. Risiko keamanan

Sebagai pengguna modern, tentu kamu tetap saja khawatir dan takut terhadap platform yang berisikan data, kepastian berupa informasi yang diberikan oleh platform ini. Kalau hal ini terjadi ke kamu, jangan lupa ke kepolisian, ya, karena ini sudah masuk dalam tindak kriminal. Berhati-hatilah dan jangan lupa untuk selalu update data kamu, lho.

3. Menakutkan sikap konsumen

Hadiera e-commerce sudah adalah masalah perubahan perilaku konsumen yang sebelumnya kamu dapat berbagai macam layanan ke penjual melalui toko fisik yang bisa dilakukan tanpa menggunakan modal dan hanya menggunakan modal dan internet.

Dengan keragaman metode pembayaran yang sudah ada ini akan perubahan perilaku konsumen, lho. Banyaknya pengguna PayLater, kamu sudah jadi pembeli menggunakan uang tunai atau jajan ketika kamu akan membeli barang atau jasa. Kamu akan lebih paham masalah layanan di dalam rumah atau bahkan masalah dengan pilihan yang ditawarkan yang mungkin perubahan perilaku yang PayLater. Belum lagi banyaknya proses yang diberikan kamu untuk menggunakan PayLater.

Mungkin menurut kamu kamu bisa menggunakan dan kamu sendiri untuk menggunakan layanan ini seperti biasa, ya. Berhati-hatilah dan jangan lupa untuk selalu update data kamu, lho.

Istilah yang Harus Diketahui

Di dunia e-commerce, istilah-istilah yang harus kamu ketahui, ada beberapa istilah yang harus kamu ketahui. Apa saja, ya, kira-kira?

Nah, berikut ini:

1. Layan – Tolak Bantar

Tolakan konsumen adalah tindakan menolak pembelian. Namun di konsumen PayLater dan jajan, tolakan yang diberikan adalah menolak pembelian barang atau jasa.

2. Gagal Bayar

Gagal bayar adalah tindakan konsumen yang tidak melakukan pembayaran. Hal ini akan terjadi ya, kalau kamu. Kalau kamu menggunakan PayLater atau jajan online, kamu juga harus bisa mengatur kondisi keuangan.

3. Gagal Transaksi

Gagal transaksi adalah tindakan konsumen yang tidak melakukan pembelian. Hal ini akan terjadi ya, kalau kamu. Kalau kamu menggunakan PayLater atau jajan online, kamu juga harus bisa mengatur kondisi keuangan.

4. DDC – Denda Gagal Bayar

DDC adalah denda yang dikenakan kepada konsumen yang tidak melakukan pembayaran. Hal ini akan terjadi ya, kalau kamu. Kalau kamu menggunakan PayLater atau jajan online, kamu juga harus bisa mengatur kondisi keuangan.

5. Denda

Denda adalah tindakan konsumen yang tidak melakukan pembayaran. Hal ini akan terjadi ya, kalau kamu. Kalau kamu menggunakan PayLater atau jajan online, kamu juga harus bisa mengatur kondisi keuangan.

Cara Gek SLIK OK

Sebelumnya Revisi jajakannya, ya SLIK, atau Sistem Layanan Informasi Keuangan adalah sistem informasi terkait dengan data dan layanan keuangan yang bisa kamu gunakan untuk melakukan transaksi. SLIK adalah layanan dari Otoritas Jasa Keuangan. Tapi kalau kamu melakukan transaksi dengan menggunakan SLIK, kamu akan mendapatkan layanan yang lebih baik dan lebih cepat.

Cara menggunakan SLIK OK ini ada dua, yaitu secara langsung atau via web dan secara online.

PENGALUAN LAYANAN

1. Dengan ke kantor OK, serikat dan ini formulir terkait informasi di bawah. Dokumen yang perlu dibawa:
 - a. KTP
 - b. Paspor
 - c. Surat kuasa dalam hal dikuasakan

Tips Menggunakan PayLater

Kamu sudah mau menggunakan PayLater, berikut ini tips yang perlu kamu ketahui agar kamu tetap aman!

1. Pilihlah situs penyedia dan tidak terburu

Sebelum memilih penyedia PayLater, kamu harus memastikan dulu bahwa penyedia tersebut sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan. Selain itu, kamu juga harus memastikan bahwa penyedia tersebut sudah memiliki lisensi yang sah.

2. Perhatikan syarat dan ketentuan

Sebelum menggunakan PayLater, kamu harus membaca dulu syarat dan ketentuan yang berlaku. Pastikan kamu memahami semua syarat dan ketentuan yang berlaku.

3. Perhatikan keamanan

Sebelum menggunakan PayLater, kamu harus memastikan dulu bahwa penyedia tersebut sudah memiliki lisensi yang sah.

4. Perhatikan keamanan

Sebelum menggunakan PayLater, kamu harus memastikan dulu bahwa penyedia tersebut sudah memiliki lisensi yang sah.

5. Perhatikan keamanan

Sebelum menggunakan PayLater, kamu harus memastikan dulu bahwa penyedia tersebut sudah memiliki lisensi yang sah.

Cara Gek SLIK OK

Sebelumnya Revisi jajakannya, ya SLIK, atau Sistem Layanan Informasi Keuangan adalah sistem informasi terkait dengan data dan layanan keuangan yang bisa kamu gunakan untuk melakukan transaksi. SLIK adalah layanan dari Otoritas Jasa Keuangan. Tapi kalau kamu melakukan transaksi dengan menggunakan SLIK, kamu akan mendapatkan layanan yang lebih baik dan lebih cepat.

Cara menggunakan SLIK OK ini ada dua, yaitu secara langsung atau via web dan secara online.

PENGALUAN LAYANAN

1. Dengan ke kantor OK, serikat dan ini formulir terkait informasi di bawah. Dokumen yang perlu dibawa:
 - a. KTP
 - b. Paspor
 - c. Surat kuasa dalam hal dikuasakan

Cara Gek SLIK OK

Sebelumnya Revisi jajakannya, ya SLIK, atau Sistem Layanan Informasi Keuangan adalah sistem informasi terkait dengan data dan layanan keuangan yang bisa kamu gunakan untuk melakukan transaksi. SLIK adalah layanan dari Otoritas Jasa Keuangan. Tapi kalau kamu melakukan transaksi dengan menggunakan SLIK, kamu akan mendapatkan layanan yang lebih baik dan lebih cepat.

Cara menggunakan SLIK OK ini ada dua, yaitu secara langsung atau via web dan secara online.

PENGALUAN LAYANAN

1. Dengan ke kantor OK, serikat dan ini formulir terkait informasi di bawah. Dokumen yang perlu dibawa:
 - a. KTP
 - b. Paspor
 - c. Surat kuasa dalam hal dikuasakan

Cara Gek SLIK OK

Sebelumnya Revisi jajakannya, ya SLIK, atau Sistem Layanan Informasi Keuangan adalah sistem informasi terkait dengan data dan layanan keuangan yang bisa kamu gunakan untuk melakukan transaksi. SLIK adalah layanan dari Otoritas Jasa Keuangan. Tapi kalau kamu melakukan transaksi dengan menggunakan SLIK, kamu akan mendapatkan layanan yang lebih baik dan lebih cepat.

Cara menggunakan SLIK OK ini ada dua, yaitu secara langsung atau via web dan secara online.

PENGALUAN LAYANAN

1. Dengan ke kantor OK, serikat dan ini formulir terkait informasi di bawah. Dokumen yang perlu dibawa:
 - a. KTP
 - b. Paspor
 - c. Surat kuasa dalam hal dikuasakan

Cara Gek SLIK OK

Sebelumnya Revisi jajakannya, ya SLIK, atau Sistem Layanan Informasi Keuangan adalah sistem informasi terkait dengan data dan layanan keuangan yang bisa kamu gunakan untuk melakukan transaksi. SLIK adalah layanan dari Otoritas Jasa Keuangan. Tapi kalau kamu melakukan transaksi dengan menggunakan SLIK, kamu akan mendapatkan layanan yang lebih baik dan lebih cepat.

Cara menggunakan SLIK OK ini ada dua, yaitu secara langsung atau via web dan secara online.

PENGALUAN LAYANAN

1. Dengan ke kantor OK, serikat dan ini formulir terkait informasi di bawah. Dokumen yang perlu dibawa:
 - a. KTP
 - b. Paspor
 - c. Surat kuasa dalam hal dikuasakan

Gara Melindungi Data

Mitigasi risiko untuk keamanan informasi yang terkait dengan data pribadi Anda. Bagaimana cara melindungi data pribadi Anda? Simak, ada beberapa cara yang bisa kamu lakukan untuk menjaga informasi kamu dari tangan orang lain.

- 01** Perik, kamu juga ya, cek dulu... siapa... siapa... siapa... siapa... siapa...
- 02** Jangan pernah membagikan informasi kamu, terutama data pribadi, kepada orang lain dalam bentuk apapun. Baik itu dokumen fisik, foto atau video, sampai sekader.
- 03** Jangan pernah membagikan informasi kamu, terutama data pribadi, kepada orang lain dalam bentuk apapun. Baik itu dokumen fisik, foto atau video, sampai sekader.
- 04** Jangan pernah membagikan informasi kamu, terutama data pribadi, kepada orang lain dalam bentuk apapun. Baik itu dokumen fisik, foto atau video, sampai sekader.
- 05** Jangan pernah membagikan informasi kamu, terutama data pribadi, kepada orang lain dalam bentuk apapun. Baik itu dokumen fisik, foto atau video, sampai sekader.

03

04

05

Pusat Aduan PayLater

06

07

08

09

10

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

Belajar Mengatur Keuangan

Kamu bisa, loh, mempelajari pemakaian Pay Later dengan mengatur keuangan kamu. Tapi gimana, ah, caranya?

Yak, simak lebih lanjut fitur Revisi Kredit yang ada di fitur Revisi Kredit yang bisa kamu gunakan untuk mengatur pengeluaran!

Buat Cashflow

Perencanaan, kamu coba buat anggaran keuangan. Biasanya dari kamu sendiri, atau kamu bisa minta bantuan orang lain untuk membantu. Pastikan pengalihan kamu terhadap anggaran pengeluaran dan alokasi dengan tepat, ya.

Buat Skala Prioritas

Kamu mengatur keuangan sudah kamu bisa belajar secara bertahap. Kamu bisa belajar dari pengalaman orang lain yang sudah berhasil mengatur keuangan mereka. Kamu bisa belajar dari pengalaman orang lain yang sudah berhasil mengatur keuangan mereka. Kamu bisa belajar dari pengalaman orang lain yang sudah berhasil mengatur keuangan mereka.

Prinsip 50/30/20

Revisi kredit adalah perhitungan, ah.

Misal kamu menerima gaji sebesar Rp5.000.000 per bulanan, maka pembagiannya adalah:

- 50% Rp2.500.000 - Rp2.500.000 untuk kebutuhan
- 30% Rp1.500.000 - Rp1.500.000 untuk kebutuhan
- 20% Rp1.000.000 - Rp1.000.000 untuk tabungan dan investasi

Contoh: "Mudah, kan? Coba ingatkan prinsip ini di setiap pengeluaran kamu, ya! Dengan begitu keuangan kamu akan lebih terorganisir dan kamu akan lebih happy, happy!"

Kategori	Persentase
Keperluan sehari-hari	50%
Keperluan hiburan	30%
Keperluan tabungan	20%

Simpan Dana Darurat

Nah, salah satu konsep yang sering kamu dengar adalah simpan dana darurat. Tapi, apa itu dana darurat? Dan kenapa kamu harus punya dana darurat? Simak, ada beberapa alasan mengapa kamu harus punya dana darurat.

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

Hindari Hutang

Salah satu cara untuk menghindari hutang adalah dengan mengatur keuangan kamu dengan baik. Kamu bisa menghindari hutang dengan mengatur keuangan kamu dengan baik.

Sering Evaluasi Keuangan

Nah, kamu bisa sering mengevaluasi keuangan kamu secara berkala. Kamu bisa mengevaluasi keuangan kamu secara berkala dengan menggunakan aplikasi keuangan.

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10



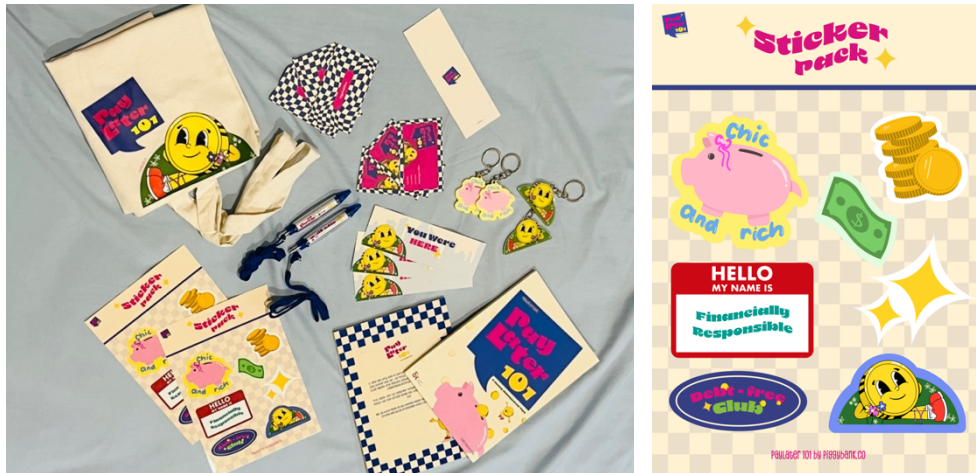
Gambar 4.7 Isi Buku
 Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

4.3.3 Media Promosi Instagram



Gambar 4.8 Promosi Instagram
 Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

4.3.4 Merchandise



Gambar 4.9 Merchandise

Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan akan alasan pentingnya edukasi PayLater untuk generasi muda atau Gen Z dan Milenial dengan perancangan buku sebagai media utamanya adalah sebagai berikut :

1. Tingginya angka penggunaan layanan PayLater di kalangan Gen Z dan Milenial

Hal ini merupakan penyebab utama meningkatnya penyalahgunaan layanan ini karena angka pengguna baru PayLater juga terus bertambah setiap harinya. Peneliti mengumpulkan beberapa alasan Gen Z dan Milenial mendaftarkan diri sebagai pengguna, yakni :

- a. Adanya kebutuhan mendadak baik pribadi atau rumah tangga
- b. Promo-promo menarik yang hanya dikhususkan untuk pengguna PayLater
- c. Pemenuhan gaya hidup yang cenderung kurang seimbang dengan profil

2. Meningkatnya kredit macet nasional

Menurut catatan PT Pefindo Biro Kredit, kredit macet per Desember 2023 ada di angka yang fantastis, yakni sekitar 2,58 triliun rupiah. Angka tersebut hanya berasal dari pengguna Gen Z dan Milenial.

3. Masih banyak pengguna PayLater yang mempercayai pihak tak bertanggung jawab

Pihak tak bertanggung jawab disini biasa disebut dengan “joki PayLater”, yang memasarkan dirinya sebagai pihak yang akan membantu pengguna PayLater bebas dari hutang tagihannya. Jasa ini sudah dikonfirmasi illegal oleh Otoritas Jasa Keuangan selaku pengawas

Perusahaan penyedia PayLater karena alih-alih melunasi hutangnya, data diri pengguna PayLater akan dihapus dari sistem Perusahaan penyedia layanan tersebut, yang mana sudah masuk sebagai tindak pidana.

Tiga hal di atas memiliki kesamaan, yaitu pengetahuan pengguna PayLater. Sayangnya pengetahuan disini mempunyai konotasi negatif karena menurut studi, masyarakat kalangan Gen Z dan Milenial masih kurang juga literasinya di bidang keuangan. Hal ini disayangkan karena PayLater diciptakan untuk memudahkan transaksi dan memudahkan pengaturan keuangan. Akan tetapi, bukannya menguntungkan, PayLater malah menjadi sebuah permasalahan baru.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bisa dikatakan bahwa penelitian berjalan dengan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila peneliti ingin menyalurkan sedikit saran yang semoga bisa bermanfaat bagi kemajuan edukasi pada umumnya. Adapun saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya diperdalam kembali cara mengatasi sifat konsumtif akan adanya layanan PayLater namun dengan pendekatan psikologi.
2. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya diperluas kembali ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian ini belum sepenuhnya bisa mengatasi permasalahan yang ada. 0812 8000 0110

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Sumber Buku dan Jurnal :

- Anggraeny Putri, Fanny, & Setyo Iriani, Sri. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater*. Jurnal Ilmu Manajemen – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 8(3). 1-11
- Aprilia Aries Tantin, Puteri, & Wahab, Taufiq. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Perkembangan Kesenian Pertunjukkan Bajidoran di Karawang. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Telkom University. 6(2). 898
- Ayu, Armadita. (2021). *Seni Mengatur Keuangan: Tips Cerdas Melakukan Perencanaan Keuangan*. Jakarta; Quadrant
- Dominguez, Joe, & Robin, Vicki. (1992). *Your Money or Your Life*. Oklahoma: Penguin
- Jedi Airon Kawista, Made. (2023). *Perancangan Karakter Monster Baik dengan Media Buku Komik Cetal Digital yang Bergenre Action Fiksi*. Diploma Thesis, Universitas Pendidikan Ganesha. 14-15
- Kusna, S.L. (2019). *Buku Pendamping Untuk Pendidik PAUD Dalam Mengenal Kearifan Lokal Bojonegoro*, Journal Sunan Giri. 4(1). 97
- Miharjo, Gatot (2020). *PENERAPAN METODE LABA KOTOR UNTUK MENYUSUN LAPORAN KINERJA PADA PEDAGANG MIKRO DI KECAMATAN MENTENG*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. 19-22

- Muhammad, Zulham (2020) *ANALISIS BIAYA OPERASIONAL ATAS KONSUMSI BAHAN BAKAR ALAT BERAT BERDASARKAN VOLUME MUATAN (Survei dilakukan di PT. Kereta Api Logistik)*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. 35-39
- Nisak, Dina Uswatun, & Laili Etika Rahmawati (2023) *Kesesuaian Ilustrasi dengan Isi Modul Ajar Pada Aplikasi Guru Berbagi*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. 1-3
- Nugraha, Ali, & Dwiyanita, Dina. (2008). *Pengembangan Sains pada Anak Usia Dini*. Bandung: Foundation
- Nuramini, Dinar, Apsari, Diani, & Wahab, Taufiq. (2020). *Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Mencintai Diri Sendiri Untuk Meningkatkan Harga Diri Pada Korban Bullying*. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Telkom University. 7(20). 1250-1262
- Paramita, Kurnia (2021) *Analisis Pendapatan Pada Warung Tegal 2000 di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. 24-28
- Pratas, Antonio. (2014). *Creating Flat Design Websites*. London: Packt Publishing
- Rahmawati, Gina, & Mirati, Elly. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater pada Generasi Millenial*. Prosiding SNAM PNJ. 1-10
- Sari, Rahmatika. (2020). *Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi. 7(1). 44-57

Swandawidharma, Yohanes Ev (2015) *LKP : Perancangan Stationery Set Persatuan Golf Alumni-ITS di PT. Pendopo Agung Poetrokoesoeman*. Undergraduate thesis, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. 23-30

Widiatmoko Soewardikoen, Didit. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius

Daftar Sumber Lainnya :

Gopay. (2023). “4 Cara Menggunakan PayLater agar Tetap Untung”. Gopay. Diakses pada 10 Juni 2024, dari <https://gopay.co.id/blog/pay-later-adalah>

Hestin Untari, Pernita. (2024). “Pengguna Paylater di Indonesia 13,4 Juta Orang, Jawa Barat Terbanyak”. Finansial. Diakses pada 7 Maret 2024, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747467/pengguna-paylater-di-indonesia-134-juta-orang-jawa-barat-terbanyak>

Kristianto, Wahyu. (2022). “PayLater Dengan Segudang Resikonya”. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses pada 7 Maret 2024, dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html#:~:text=Betul%20paylater%20adalah%20sistem%20pembayaran,membayar%20tiap%20bulan%20beserta%20bunganya>

Puspadini, Mentari. (2024). “Duh! Banyak Warga RI Pakai PayLater Tidak Mau Bayar”. CNBC Indonesia. Diakses pada 7 Maret 2024, dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240115174706-17-506053/duh-banyak-warga-ri-pakai-paylater-tidak-mau-bayar>