

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA PENGENALAN LITERASI KEUANGAN UNTUK GENERASI Z

Dyah Nurqomariyah Sasyanti¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Universitas Negeri Surabaya

²Universitas Negeri Surabaya

email: ¹dyahsasyanti11@gmail.com

email: ²muhariffudin@unesa.ac.id

Received:

21-07-2026

Reviewed:

21-07-2026

Accepted:

21-07-2026

ABSTRAK: Rendahnya kesadaran pengelolaan keuangan terhadap Generasi Z menunjukkan perlunya media edukasi yang menarik dan mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan merancang buku ilustrasi interaktif sebagai media edukasi literasi keuangan yang dapat membantu meningkatkan pemahaman Generasi Z dalam mengelola keuangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode perancangan "*The Design Method*" oleh Karjaluto, yang meliputi *Discovery*, *Planning*, *Creative*, dan *Application*. Data didapatkan melalui kuesioner, observasi, serta studi pustaka. Hasil validasi perancangan menunjukkan presentase kelayakan sebesar 97,5% pada aspek materi dan 95% pada aspek desain, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Uji coba dilakukan kepada 32 responden berusia 18-25 tahun dan hasil uji coba menunjukkan bahwa buku ilustrasi interaktif dinilai menarik, mudah dipahami, serta efektif sebagai media edukasi literasi keuangan. Dengan demikian, buku ini layak digunakan sebagai media pembelajaran untuk membantu meningkatkan pemahaman literasi keuangan pada Generasi Z.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Buku Ilustrasi Interaktif, Generasi Z, Media Edukasi, *The Design Method*

ABSTRACT: The low level of financial management awareness among Generation Z highlights the need for educational media that are engaging and easy to understand. This study aims to design an interactive illustrated book as an educational medium to introduce financial literacy and enhance Generation Z's understanding of financial management. This study employed a descriptive qualitative approach and adopted *The Design Method* developed by Karjaluto, which consists of four stages: *Discovery*, *Planning*, *Creative*, and *Application*. Data were collected through questionnaires, observations, and a literature review. The validation results indicated feasibility scores of 97.5% for the content aspect and 95% for the

design aspect, demonstrating that the interactive illustrated book is highly feasible as an educational medium. The product was subsequently tested on 32 respondents aged 18–25 years. The findings revealed that the interactive illustrated book was perceived as engaging, easy to understand, and effective in promoting financial literacy. Therefore, the interactive illustrated book is considered suitable for use as a learning medium to help improve financial literacy among Generation Z

Keywords: Financial Literacy, Generation Z, Interactive Illustrated Book, Educational Media, Financial Management.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial ditandai dengan hadirnya berbagai layanan pembayaran digital, seperti bank digital, GoPay, ShopeePay, OVO, DANA, serta Quick Response Indonesia Standard (QRIS) yang dikembangkan Bank Indonesia sebagai standar pembayaran berbasis QR nasional (Azzahra Pratiwi et al. 2024). Otoritas Jasa Keuangan (2023) mencatat penggunaan QRIS telah mencapai 26,7 juta merchant, dengan 91,4% di antaranya merupakan UMKM, sementara jumlah transaksinya meningkat sekitar 86% dibandingkan tahun 2021. Selain itu, berbagai layanan *financial technology* (*fintech*) semakin mempermudah aktivitas keuangan masyarakat, seperti pembayaran tagihan, transportasi daring, hingga transaksi *e-commerce* (Putri, Fontanella, and Handayani 2023).

Kemudahan tersebut turut mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan. Kemudahan bertransaksi mendorong pemenuhan kebutuhan dan keinginan secara instan sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif (Salasa Gama, Buderini, and Astiti 2023). Menurut Sumartono (2002) dalam Nurwahyuni W. A. & Yuniasanti R. (2023) perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian yang dipengaruhi diskon, gengsi, atau keinginan untuk diterima dalam lingkungan sosial, bukan berdasarkan kebutuhan. Kondisi ini diperkuat oleh fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang mendorong individu mengikuti tren, bahkan memanfaatkan layanan kredit atau *paylater*, sehingga meningkatkan risiko kesulitan menabung, tidak memiliki dana darurat, hingga terjebak utang (Erika Rahman and Fatimah 2024).

Kelompok yang paling dekat dengan perkembangan teknologi tersebut adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada tahun 1997–2012 dan terbiasa dengan penggunaan teknologi, internet, dan media sosial sehingga dikenal sebagai *iGeneration* (Arum, Zahrani, and Duha 2023). Memasuki usia produktif, Generasi Z mulai menghadapi tanggung jawab finansial yang lebih besar, di tengah meningkatnya biaya hidup, ketidakpastian pasar kerja, serta tekanan sosial dari media sosial (Berwin Anggara et al. 2024). Oleh karena itu, kemampuan mengelola keuangan menjadi bekal penting untuk mencapai stabilitas dan kesejahteraan finansial (Muhammad A 2022).

Keberhasilan dalam mengelola keuangan dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan. Berdasarkan SNLIK 2024, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 65,43%, sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02%, yang menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan telah meningkat, tetapi pemahaman masyarakat masih perlu ditingkatkan (OJK, 2024). Literasi keuangan merupakan *life skill* yang membantu individu mengelola sumber daya keuangan, mengambil keputusan finansial yang tepat, serta mengurangi risiko kecemasan finansial (Irawati and Kasemetan 2023). Penelitian Wahyuni & Setiawati (2022)

menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, seperti mengendalikan pengeluaran, menyiapkan dana darurat, dan merencanakan keuangan jangka panjang.

Salah satu upaya untuk meningkatkan literasi keuangan Generasi Z adalah melalui media edukasi. Buku merupakan media yang efektif karena mampu menyajikan materi secara sistematis (Fajrin et al. 2022), namun buku yang didominasi teks cenderung kurang menarik bagi Generasi Z yang terbiasa dengan konten visual dan interaktif. Penelitian Yoga (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z lebih tertarik pada media dengan desain visual yang estetik dan mengikuti tren modern. Oleh karena itu, diperlukan inovasi berupa buku ilustrasi interaktif sebagai media pengenalan literasi keuangan yang lebih komunikatif, menarik, dan mudah dipahami.

Beberapa penelitian terdahulu memanfaatkan buku ilustrasi interaktif sebagai media edukasi dengan membahas topik *fast fashion* untuk mencegah perilaku konsumtif serta gaya hidup *zero waste*. Selain itu, literasi keuangan diperkenalkan kepada Generasi Z melalui metode partisipatif, seperti *workshop*, presentasi, simulasi, dan praktik penggunaan aplikasi keuangan digital. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum mengembangkan buku ilustrasi interaktif yang secara khusus membahas literasi keuangan sebagai media edukasi untuk Generasi Z.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang buku ilustrasi interaktif yang digunakan sebagai media pengenalan serta memberikan edukasi literasi keuangan untuk Generasi Z. Selain itu, perancangan ini tidak hanya menyajikan materi, tetapi menghadirkan aktivitas interaktif yang dapat digunakan sebagai panduan memulai mengatur keuangan hingga mengajak pembaca untuk merefleksikan diri. Perancangan ini berfokus pada Generasi Z dengan usia 18-25 tahun yang masih belum terlalu memahami literasi keuangan.

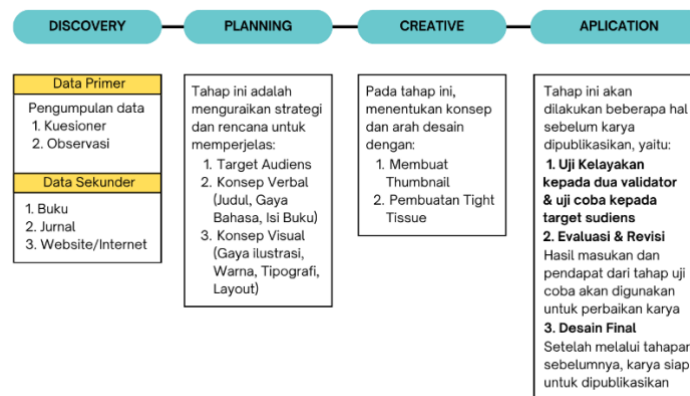
METODE PERANCANGAN

Penelitian ini merupakan penelitian perancangan yang berfokus pada pengembangan buku ilustrasi interaktif sebagai media pengenalan dan edukasi literasi keuangan bagi Generasi Z. Sasaran penelitian ini adalah Generasi Z berusia 18-25 tahun yang masih memiliki tingkat pemahaman literasi keuangan yang perlu ditingkatkan. Pemilihan kelompok sasaran didasarkan pada karakteristik usia tersebut yang mulai memasuki masa dewasa awal, sehingga dihadapkan pada berbagai tanggung jawab dan pengambilan keputusan finansial secara mandiri. Di sisi lain, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga membuat Generasi Z lebih rentan terpapar tren konsumtif dan gaya hidup yang dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Menurut Saryono (2010) dalam Dr. Abdul Fatta (2023) metode kualitatif digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam, khususnya yang tidak dapat diukur atau dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif. Sumber data didapat dari data primer yaitu kuesioner dan observasi. Pada data primer, instrumen penelitian yang digunakan berupa Google Form dengan penyebaran sebanyak 2 kali untuk pengambilan data serta validasi dan uji coba perancangan. Kuesioner pertama disebarkan kepada target audiens usia 18-24 tahun dan memperoleh sebanyak 107 responden. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas atau keluhan kesah Generasi Z pada sosial media TikTok. Kemudian data sekunder diperoleh dari studi pustaka, jurnal ilmiah, serta lembaga resmi seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data (Miles, Huberman, and Saldaña 2014) yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan data, menyusun informasi secara sistematis, serta menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan permasalahan penelitian sebagai dasar dalam proses perancangan.

Metode perancangan dalam penelitian ini mengacu pada "*The Design Method*" (Karjaluoto 2014) yang terdiri atas empat tahapan, yaitu: 1) *Discovery*, berfokus pada pengumpulan dan pengkajian data primer maupun sekunder sebagai dasar dalam memahami permasalahan; 2) *Planning*, dilakukan untuk merumuskan kebutuhan perancangan, meliputi konsep verbal, konsep visual, serta karakteristik target audiens; 3) *Creative*, merupakan tahap pengembangan ide dan eksplorasi visual melalui pembuatan *thumbnail* dan *tight tissue* hingga menghasilkan konsep desain; dan 4) *Application*, merupakan tahap pembuatan prototipe yang dilanjutkan dengan uji kelayakan oleh validator materi dan validator Prinsip Desain Komunikasi Visual. Selanjutnya, dilakukan uji coba kepada target audiens melalui penyebaran kuesioner. Hasil evaluasi kemudian dianalisis sebagai dasar penyempurnaan desain hingga menghasilkan karya akhir yang siap dipublikasikan.



Gambar 1. Tahapan *The Design Method* (Sasyanti, 2026)

KERANGKA TEORETIK

1. Literasi Keuangan

Menurut OJK (2020), literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan serta mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Sejalan dengan penelitian Albadry et al. (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan berhubungan erat dengan manajemen keuangan, di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik pula kemampuan dalam mengelola dan merencanakan keuangan.

2. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir pada tahun 1997–2012 dan tumbuh bersama perkembangan internet serta teknologi digital, sehingga dikenal sebagai *iGeneration* (Arum et al. 2023). Kedekatan dengan teknologi membentuk karakter yang menyukai kepraktisan dan serba cepat, sekaligus memudahkan akses terhadap media sosial dan berbagai layanan digital.

Kondisi tersebut juga membuat Generasi Z lebih rentan terpengaruh tren sehingga cenderung memiliki perilaku konsumtif (Purwanto et al. 2022).

3. Ilustrasi

Secara etimologis, istilah ilustrasi berasal dari bahasa Latin *illustrate* yang berarti memberikan penjelasan. Ilustrasi merupakan karya seni visual berupa gambar yang digunakan untuk memperjelas atau menyampaikan suatu informasi maupun pesan. Selain berfungsi sebagai elemen pendukung visual, ilustrasi juga berperan dalam membantu pembaca memahami isi teks sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami. (Intan, Sari, and Aryanto 2022)

4. Buku Ilustrasi Interaktif

Buku ilustrasi interaktif merupakan buku yang memadukan ilustrasi dengan berbagai aktivitas yang melibatkan pembaca secara aktif selama proses membaca. Berbeda dengan buku konvensional, media ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman belajar yang lebih menarik, interaktif, dan mudah dipahami. (Hartono 2026).

5. Peran Media untuk Edukasi Literasi Keuangan

Pengenalan literasi keuangan tidak cukup hanya disampaikan melalui materi atau teori, tetapi juga memerlukan media yang mampu mendukung proses pembelajaran secara efektif. Menurut (Priyata, Waluyanto, and Zacky 2022), media edukasi berperan sebagai sarana penyampaian informasi antara penyampai pesan dan penerima. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Trisnani et al. 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan media memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan efektivitas edukasi literasi keuangan. Selain itu, penyajian ilustrasi sebagai elemen visual dapat meningkatkan daya tarik media sehingga pembaca lebih tertarik untuk memahami materi yang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Discovery

Tahap ini diawali dengan pengumpulan data primer dan sekunder melalui metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data untuk memilih, mengelompokkan, dan menyederhanakan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hasil reduksi data diperoleh dari penyebaran kuesioner mengenai literasi keuangan dan kebutuhan media perancangan melalui *Google Form* kepada target audiens, dengan jumlah responden sebanyak 107 orang.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Terkait Literasi Keuangan

No	Butir	Hasil
1.	Familiar dengan istilah “Literasi Keuangan”	54,2% responden pada kategori familiar dan 18,7% pada kategori sangat familiar.
2.	Menerapkan literasi keuangan	57,9% dan 4,7% memilih pernah dan sangat sering menerapkan. Sementara itu, 33,6%

		responden menyatakan tidak pernah dan 3,7% sangat tidak pernah menerapkannya.
3.	Melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan manfaatnya.	60,7% responden menyatakan pernah dan 25,2% responden menyatakan sangat sering.
4.	Menyesal setelah melakukan pembelian tanpa memikirkan fungsi untuk kedepannya.	61,7% responden menyatakan menyesal dan 21,5% memilih sangat menyesal.

Hasil reduksi kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mengenal literasi keuangan, tetapi penerapannya dalam kehidupan sehari-hari masih belum optimal. Banyak responden masih melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang sehingga menimbulkan penyesalan. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman literasi keuangan dan perilaku dalam mengambil keputusan finansial. Selain itu, responden lebih menyukai buku dengan gaya ilustratif yang dilengkapi aktivitas interaktif.

Berdasarkan hasil observasi pada media sosial, khususnya TikTok, serta berbagai berita di internet, ditemukan bahwa perilaku konsumtif masih banyak terjadi di kalangan Generasi Z. Kondisi ini ditunjukkan melalui kebiasaan berbelanja berlebihan, tingginya pengeluaran untuk layanan digital, rendahnya kebiasaan menabung, serta kecenderungan melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan prioritas keuangan.

Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber digital dan cetak yang relevan, seperti jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, website resmi, dan buku mengenai literasi keuangan. Adapun buku yang menjadi referensi utama dalam penelitian ini adalah *Smart Financial Planner* karya Ermi Ningrum, *Kakeibo* karya Sara Hime, dan *Seni Mengatur Keuangan* karya Armadita Ayu.

Planning

Pada tahap planning, konsep perancangan disusun berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner. Adapun hasil tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Kuesioner Terkait Konsep Perancangan

No	Butir	Hasil
1.	Buku yang dilengkapi dengan ilustrasi	57% dan 36,4% responden menyatakan suka dan sangat suka
2.	Buku yang menyajikan media interaktif	95,3% responden memilih jawaban "Ya" dan hanya 4,7% memilih "Tidak"
3.	Penggunaan Bahasa dalam Buku	79,4% responden memilih jawaban santai/bahasa sehari-hari
4.	Kesan warna	48,6% memilih cerah dan energik, 31,8% memilih lembut dan minimalis, 19,6%
5.	Buku cetak atau buku digital (<i>e-book</i>)	57,9% memilih buku cetak dibandingkan buku digital/ <i>e-book</i> dengan 42,1%
6.	Media pendukung dalam publikasi karya	Dari lima aplikasi, sebanyak 56,1% responden memilih Instagram

Berdasarkan hasil kuesioner, target audiens cenderung menyukai buku yang dilengkapi ilustrasi dan aktivitas interaktif. Responden juga lebih memilih penggunaan bahasa yang santai dan mudah dipahami, serta desain dengan warna cerah dan energik. Selain itu, buku cetak menjadi media yang lebih diminati dibandingkan *e-book*, sedangkan Instagram dipilih sebagai media pendukung yang paling sesuai untuk publikasi karya. Temuan tersebut menjadi dasar dalam menentukan konsep visual dan media pada proses perancangan.

Perancangan ini bertujuan memperkenalkan literasi keuangan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan, serta mendorong Generasi Z untuk mulai menerapkannya melalui buku ilustrasi interaktif. Target audiens penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan berusia 18–25 tahun yang berstatus sebagai pelajar, mahasiswa, maupun pekerja di seluruh Indonesia. Secara psikografis, sasaran perancangan adalah Generasi Z yang masih memiliki pemahaman literasi keuangan pada tingkat dasar. Karakteristik tersebut menjadi acuan dalam penyusunan materi dan konsep visual buku agar sesuai dengan kebutuhan target audiens.

Media yang dirancang berupa buku ilustrasi interaktif berjudul "*One Small Habit*" berukuran A5 (14,8 × 21 cm) sebagai media utama dengan format cetak dan digital sebagai media pendukung penyebaran buku. Gaya bahasa yang digunakan dalam buku ini santai, komunikatif, dan mudah dipahami agar sesuai dengan karakteristik Generasi Z berusia 18–25 tahun. Dari segi visual, buku menerapkan gaya *flat illustration* yang dipadukan dengan tekstur *grain* serta elemen-elemen bertema literasi keuangan untuk menciptakan tampilan yang menarik dan mendukung penyampaian materi.

Proses perancangan buku menggunakan teknik *digital painting* dengan aplikasi Procreate untuk pembuatan ilustrasi. Selanjutnya, proses *layout* dan pengaturan tipografi dilakukan menggunakan Figma agar setiap elemen tersusun secara rapi, konsisten, dan menghasilkan tampilan buku yang lebih menarik.

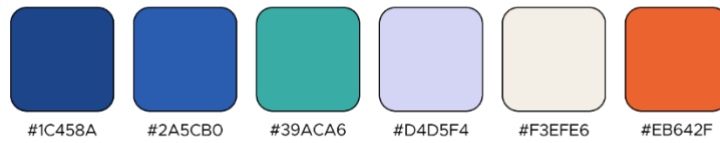
Dari konsep yang telah disusun, buku ilustrasi interaktif "*One Small Habit*" terdiri atas vi + 106 halaman yang dibagi menjadi lima topik utama. Halaman awal (i–vi) memuat informasi buku, seperti *copyright*, kata pengantar, dan daftar isi. Berikut merupakan rincian pembagian topik pada buku:

1. **"Belajar Ngatur Uang Itu Penting"**, berfokus pada pengenalan literasi keuangan, pentingnya mengelola keuangan, serta memahami perbedaan kebutuhan dan keinginan.
2. **"Jadikan Uangmu Punya Arah yang Jelas"**, membahas arus kas pribadi, penyusunan anggaran (*budgeting*), serta pencatatan keuangan sebagai dasar pengelolaan finansial.
3. **"Manajemen Utang"**, menjelaskan pentingnya berutang secara bijak, mengenali risiko pinjaman online ilegal, serta menjaga keamanan data pribadi.
4. **"Waktu Sahabat Terbaik Uangmu"**, berisi materi mengenai dana darurat, inflasi, dan investasi sesuai tujuan serta profil risiko masing-masing individu.
5. **"Berdamai dan Bertumbuh"**, berfokus pada refleksi diri, pembentukan kebiasaan finansial yang sehat, serta perencanaan keuangan untuk masa depan.

Setiap bagian dilengkapi aktivitas interaktif yang membantu pembaca memahami materi sekaligus menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Perancangan buku ilustrasi interaktif ini menerapkan prinsip *sequence*, *emphasis*, *balance*, dan *unity* untuk menghasilkan tata letak yang sistematis dan konsisten. Pemilihan warna

didominasi oleh palet cerah, yaitu krem, oranye, hijau toska, dan ungu muda yang dipadukan dengan biru tua sebagai warna kontras, sehingga menghasilkan tampilan yang menarik, meningkatkan ketertarikan pembaca, dan membuat penyampaian materi menjadi lebih komunikatif.



Gambar 2. Palet Warna

(Sumber: Sasyanti, 2026)

Selain itu, tipografi menggunakan kombinasi font Reselu pada judul dan Metropolis pada isi teks untuk menghasilkan tampilan yang komunikatif, modern, serta memiliki tingkat keterbacaan yang baik.



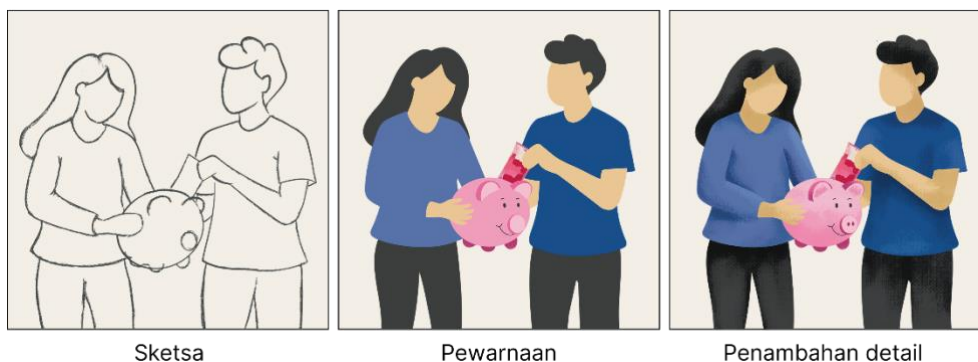
Gambar ... Jenis Font

(Sumber: Sasyanti, 2026)

Creative

1. Konsep Ide

Konsep perancangan buku ilustrasi interaktif ini berangkat dari fenomena masih rendahnya penerapan literasi keuangan pada Generasi Z. Oleh karena itu, dikembangkan karakter utama berupa laki-laki dan perempuan yang merepresentasikan Generasi Z berusia 18–25 tahun. Karakter tersebut dirancang agar pembaca merasa lebih dekat dengan materi serta mampu merefleksikan berbagai situasi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.



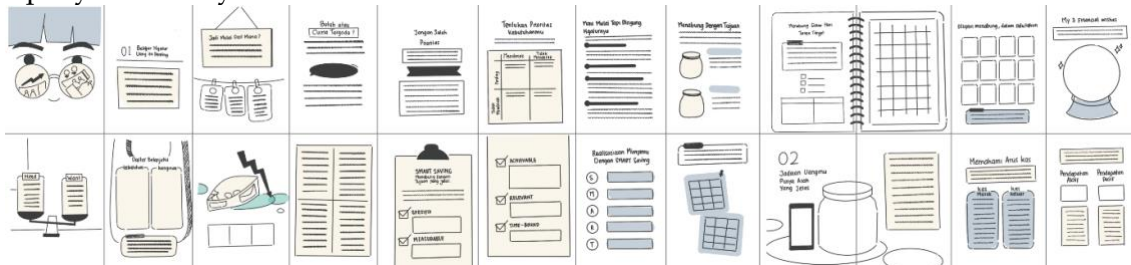
Gambar 3. Proses Sketsa Hingga Detail Pewarnaan

(Sumber: Sasyanti, 2026)

2. Thumbnail

Tahap *thumbnail* dilakukan eksplorasi untuk menentukan komposisi visual, tata letak, serta penyajian isi buku. Ide-ide awal akan divisualisasikan dalam bentuk sketsa sederhana

sebelum dikembangkan ke tahap desain yang lebih rinci. Dalam perancangan ini, *thumbnail* dibuat secara digital menggunakan aplikasi Procreate untuk memudahkan proses eksplorasi dan penyusunan layout.



Gambar 4. *Thumbnail* Beberapa Halaman
(Sumber: Sasyanti, 2026)

3. *Tight Tissue*



Gambar 5. *Tight Tissue* Beberapa Ilustrasi
(Sumber: Sasyanti, 2026)



Gambar 6. *Tight Tissue* Beberapa Halaman
(Sumber: Sasyanti, 2026)

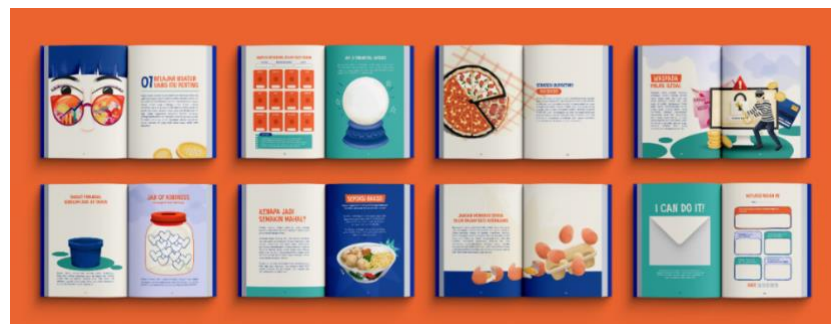
4. *Final Artwork*

Hasil akhir perancangan berupa buku ilustrasi interaktif "*One Small Habit*" sebagai media edukasi literasi keuangan bagi Generasi Z usia 18–25 tahun. Buku ini dirancang dalam format cetak dan digital agar dapat menjangkau pembaca secara lebih luas. Buku memadukan ilustrasi bergaya *flat illustration*, penyampaian materi yang santai dan komunikatif, serta

berbagai aktivitas interaktif, seperti lembar refleksi, *tracking* kebiasaan, latihan pengelolaan keuangan, dan media tempel. Dengan demikian, pembaca tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga terdorong untuk menerapkan pengelolaan keuangan secara bertahap dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 7. Mockup Cover Depan dan Belakang
(Sumber: Sasyanti, 2026)



Gambar 8. Contoh Beberapa Halaman
(Sumber: Sasyanti, 2026)

Selain media utama berupa buku ilustrasi interaktif, perancangan ini juga dilengkapi dengan beberapa media pendukung, yaitu spidol, dua lembar stiker *kiss cut* dan kertas kecil sebagai pendukung aktivitas interaktif dalam buku, stiker *kiss cut* sebagai *merchandise*, *mini notebook*, poster berukuran A1, serta media sosial Instagram sebagai sarana publikasi dan penyebaran *e-book*.



Gambar 9. Media Pendukung
(Sumber: Sasyanti, 2026)

Application

Tahap ini meliputi proses validasi karya oleh dua validator ahli, yaitu validator terkait materi literasi keuangan dan validator prinsip Desain Komunikasi Visual. Uji validasi materi dilakukan oleh Ibu Anggraini Triaski Ramadhani, S.Ak., selaku Manager Keuangan Lembaga Pendidikan Perkoperasian Jawa Timur. Selanjutnya, validasi prinsip Desain Komunikasi Visual dilakukan oleh Ibu Shofani Azhari, S.Ds., M.Ds., dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya.

Tabel 3. Indikator Presentase Kelayakan

Presentase	Kriteria
0-25%	Sangat Kurang
26-50%	Kurang
51-75%	Baik
76-100%	Sangat Baik

Kategori penilaian digunakan sebagai acuan untuk menentukan tingkat kelayakan pada setiap aspek yang dinilai. Melalui kategori tersebut, hasil validasi dapat diklasifikasikan sehingga memudahkan dalam menentukan apakah karya telah layak digunakan atau masih memerlukan revisi.

Tabel 4. Indikator Presentase Uji Validasi Materi

Butir	Skor			
	1	2	3	4
Kejelasan isi didukung referensi dan dasar yang jelas				√
Materi dalam buku ilustrasi telah disusun secara sistematis				√
Penggunaan kalimat dan istilah sesuai dengan target audiens				√
Materi literasi keuangan dibahas secara lengkap				√
Materi yang dibahas telah mencakup kebutuhan target audiens			√	
Penjelasan dalam buku sudah tepat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.				√
Penyajian materi memudahkan pembaca mengikuti alur pembahasan.				√
Materi dapat menjadi panduan awal bagi target audiens				√
Buku memberikan materi dan contoh kasus yang sesuai				√
Secara keseluruhan, materi dalam buku layak digunakan sebagai media edukasi literasi keuangan bagi generasi Z usia 18-25 tahun				√
Jumlah Skor	39			
$P = \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimum}} \times 100$ $P = \frac{39}{40} \times 100\% = 97,5\%$	97,5% (Sangat Baik)			

Tabel 5. Indikator Presentase Terkait Prinsip Desain Komunikasi Visual

Butir	Skor			
	1	2	3	4
Pemilihan jenis huruf (font)				√

Pemilihan warna				√
Gaya ilustrasi				√
Tata letak (layout)			√	
Ukuran serta penempatan teks dan gambar telah diperhatikan				√
Kosistensi gaya ilustrasi telah dipertahankan				√
Elemen visual dalam buku saling mendukung satu sama lain				√
Penempatan teks dan ilustrasi terlihat seimbang				√
Hubungan antara teks, ilustrasi, dan elemen visual lainnya terlihat baik dan menyampaikan pesan dengan jelas			√	
Secara keseluruhan, desain visual buku layak digunakan sebagai media edukasi literasi keuangan bagi generasi Z usia 18-25 tahun				√
Jumlah Skor	38			
$P = \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimum}} \times 100$ $P = \frac{39}{40} \times 100\% = 95\%$	95% (Sangat Baik)			

Hasil kedua validasi tersebut menunjukkan bahwa buku ilustrasi interaktif memperoleh kategori sangat baik, dengan persentase kelayakan 97,5% pada aspek materi dan 95% pada aspek prinsip Desain Komunikasi Visual. Berdasarkan hasil tersebut, media yang dirancang dinyatakan layak digunakan sebagai media edukasi literasi keuangan bagi Generasi Z.

Tabel 6. Indikator Presentase Hasil Uji Coba Karya

Butir	Skor			
	1	2	3	4
Pemahaman tentang literasi keuangan semakin bertambah			25%	75%
Merasa termotivasi untuk menerapkan kebiasaan keuangan yang lebih baik			21,9%	78%
Bahasa yang digunakan mudah dipahami			15%	75%
Penyampaian materi lebih menarik dibandingkan hanya berisi teks			6,2%	93,8%
Dapat dengan jelas memahami isi yang disampaikan dengan adanya ilustrasi			9,4%	90,6%
Buku ini mendorong untuk lebih bijak dalam mengatur pengeluaran			31,3%	68,8%
Materi yang disampaikan dalam buku ini disusun secara sistematis			28,1%	71,9%
Gaya ilustrasi yang digunakan sesuai dengan selera generasi Z			21,9%	78,1%
Tertarik untuk menyelesaikan seluruh aktivitas interaktif pada buku			31,3%	68,8%
Secara keseluruhan, buku ilustrasi interaktif ini efektif untuk memberikan edukasi tentang literasi keuangan		3,1%	12,5%	84,4%

Hasil uji coba buku ilustrasi interaktif "*One Small Habit*" kepada audiens berusia 18–25 tahun dengan jumlah 32 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa termotivasi untuk mulai menerapkan kebiasaan keuangan yang lebih baik serta menilai buku ini efektif sebagai media edukasi literasi keuangan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa buku ilustrasi interaktif yang dirancang telah berhasil mencapai tujuan perancangan, yaitu meningkatkan pemahaman dan mendorong penerapan literasi keuangan pada Generasi Z.

SIMPULAN DAN SARAN

Kemudahan akses layanan keuangan digital membuat Generasi Z lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, sehingga diperlukan media edukasi yang sesuai dengan karakteristik mereka. Oleh karena itu, dirancang buku ilustrasi interaktif yang menggabungkan ilustrasi, bahasa yang komunikatif, serta aktivitas interaktif untuk membantu pembaca memahami sekaligus menerapkan konsep literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian, buku ilustrasi interaktif berhasil dirancang menggunakan metode "*The Design Method*" yang meliputi tahap *Discovery*, *Planning*, *Creative*, dan *Application*. Hasil validasi memperoleh kategori sangat baik, dengan persentase 97,5% pada aspek materi dan 95% pada aspek Desain Komunikasi Visual. Selain itu, hasil uji coba menunjukkan bahwa buku dinilai menarik, mudah dipahami, dan efektif sebagai media edukasi literasi keuangan, sehingga layak digunakan untuk meningkatkan pemahaman serta mendorong kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih bijak pada Generasi Z.

REFERENSI

- Albadry, Syah Amin, Widya Pratiwi, Sasmita Rusnaini, Nanik Istianingsih, Nana Timorida Gonjales, and Siti Alfiah. 2024. "Pengaruh Perilaku Keuangan Dan Financial Management Terhadap Financial Sustainability Pada Generasi Z Dan Millenial Di Kabupaten Bungo." *Jurnal EMT KITA* 9(1):46–54. doi:10.35870/emt.v9i1.3398.
- Arum, Lingga Sekar, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha. 2023. *KARAKTERISTIK GENERASI Z DAN KESIAPANNYA DALAM MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI 2030*. Vol. 2.
- Azzahra Pratiwi, Larasati, Nanda Arfia Ningsih, Faqihah Amaliah, Tiara Sri Intan, Ekonomi Syariah, Universitas Islam, Negeri Syarif, Hidayatullah Jakarta, Larasati Azzahra, Pratiwi Ekonomi, Syariah Universitas, Islam Negeri, Syarif Hidayatullah, Jakarta Ibnu Jl, Kota Tangerang Taimia, and Banten Selatan. 2024. "Analisis Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital QRIS Terhadap Kenaikan Omset Penjualan Pada UMKM." 10(1). doi:10.57249/jbk.
- Berwin Anggara, Annisa Fauziah Masfufah, Indah Permata Sari, Lintang Rahayu, Lukman Hakim, Mico Prastio, Olivia Yonata, and Sindi Fatica Sari. 2024.

“Menangani Tantangan Sosial Dan Ekonomi Di Era Gen Z.” *Harmoni Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan* 1(4):279–87. doi:10.62383/hardik.v1i4.829.

Dr. Abdul Fatta. 2023. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.

Erika Rahman, Lutfiah, and dan Fatimah. 2024. *Dampak Media Sosial, Perilaku Fear of Missing Out, Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi*.

Fajrin, Yasmin Aulia, Ganda Prawira, Gumilar Pratama, Prodi Desain, and Komunikasi Visual. 2022. *Perancangan Buku Ilustrasi Menstruasi Sebagai Media Edukasi Untuk Remaja Perempuan*.

Hartono, Dea Margareta. 2026. “PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI INTERAKTIF DRESS UP PAKAIAN ADAT PULAU JAWA UNTUK ANAK USIA 8–10 TAHUN.”

Intan, Wahyu, Novita Sari, and Hendro Aryanto. 2022. “PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI SELF-HEALING SEBAGAI UPAYA MENGATASI STRES PADA REMAJA PEREMPUAN DI KOTA PASURUAN.” *Jurnal Barik* 4(2):49–64.

Irawati, Rina, and Sherlyn LE Kasemetan. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pelolaan Keuangan Mahasiswa.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* 8:34.

Karjaluoto, Eric. 2014. “The Design Method: A Philosophy and Process for Functional Visual Communication.” *Choice Reviews Online* 51(09):51-4820-51-4820. doi:10.5860/CHOICE.51-4820.

Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Edition 3. Los Angeles London New Delhi Singapore Washington DC: Sage.

Muhammad A. 2022. “Optimalisasi Financial Well Being Generasi Sandwich Di Indonesia.” *El-Usrah: Jurnal Hukum Keluarga* 127–28. doi:10.47498/tasyri.v14i1.854.

Nurwahyuni W. A. and Yuniasanti R. 2023. “Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z.” *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*.

Priyata, Ardika, Heru Dwi Waluyanto, and Aznar Zacky. 2022. “Perancangan Buku Ilustrasi Anxiety Disorder Sebagai Media Edukasi Bagi Usia 19-24 Tahun.” *Nirmana* 20(2):52–61. doi:10.9744/nirmana.20.2.52-61.

- Purwanto, Hadi, Delfi Yandri, Maulana Prawira Yoga, Maulana Prawira Yoga, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, and Itb Swadharma. 2022. *Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat*.
- Putri, Wulan Dwi, Amy Fontanella, and Desi Handayani. 2023. “Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.” 18(1):51–72.
- Salasa Gama, Agus Wahyudi, Luh Buderini, and Ni Putu Yeni Astiti. 2023. “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEMAMPUAN PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA GENERASI Z.” *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 15(1):90–101. doi:10.22225/kr.15.1.2023.90-101.
- Trisnani, Novy, Dhesta Youlandi Rahayu Sulistiyawati, Siwi Utaminingtyas, and Atika Dwi Evitasari. 2025. “Literasi Finansial Siswa Sekolah Dasar: Peran Kurikulum, Lingkungan, Serta Media Dan Teknologi.” *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 10(2):153–89. doi:10.24832/jpnk.v10i2.5626.
- Wahyuni, Ulan Sri, and Rike Setiawati. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Provinsi Jambi.” *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 10.
- Yoga, Putu Gede Surya Kresna Dharma. 2024. “Visualisasi Modern Sebagai Strategi Dalam Pengenalan Budaya Di Era Globalisasi Kepada Gen Z Putu Gede Surya Kresna Dharma Yoga.” *SEGARA WIDYA Jurnal Penelitian Seni* 12:140.