

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pengalaman Generasi Z terhadap desain komunikasi visual uang kertas seri Kabinet Indonesia Maju memperlihatkan dinamika kompleks keterlibatan emosional, dan pemaknaan budaya. Desain uang baru ini tidak hanya menghadirkan estetika visual yang ekspresif, modern, dan dinamis, melainkan juga memicu reaksi eksistensial di kalangan Gen Z yang mengalami keterlemparan ke dalam dunia visual baru yang berbeda dari pengalaman mereka sebelumnya. Melalui pendekatan fenomenologi Heidegger, ditemukan bahwa uang kertas ini tidak lagi sekadar dilihat sebagai alat tukar ekonomi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memiliki peran penting dalam memperkuat nasionalisme serta meningkatkan kesadaran akan budaya dan sejarah.

Respons yang muncul dari Gen Z menilai bahwa desain uang kertas baru membawa narasi keberagaman budaya Indonesia melalui warna, motif, dan representasi tokoh nasional, sekaligus membangun koneksi emosional dengan identitas mereka sebagai bagian dari bangsa Indonesia. Penelitian ini menampilkan bahwa pengalaman Gen Z terhadap desain uang melibatkan proses reflektif, di mana uang tidak sekadar dilihat, melainkan dialami sebagai perwujudan nilai, sejarah, dan identitas. Dalam pendekatan Heideggerian, ini menunjukkan bahwa Gen Z mengalami uang sebagai bagian dari dunia keseharian mereka (*being-in-the-world*) secara aktif, penuh keterlibatan makna, dan bukan sebagai objek yang pasif.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini membuka ruang luas bagi pengembangan kajian fenomenologi visual di Indonesia, khususnya dalam memahami bagaimana Generasi Z, sebagai generasi digital-native, mengalami desain komunikasi visual pada media resmi negara seperti uang kertas. Berdasarkan temuan yang diperoleh, disarankan bagi penelitian akademis di masa mendatang untuk memperluas objek studi tidak hanya terbatas pada uang kertas, melainkan juga mencakup berbagai produk visual lain yang bersifat simbolik dan representatif, seperti prangko, dokumen negara, media

promosi pemerintahan, bahkan desain digital dalam aplikasi resmi negara. Hal ini penting untuk menangkap dinamika pengalaman visual Generasi Z dalam konteks budaya nasional yang semakin kompleks.

Selain itu, penggunaan pendekatan fenomenologi Heideggerian perlu diperluas dan diperdalam, tidak hanya dalam konteks visual saja, melainkan juga dalam interaksi dengan ruang publik visual, sehingga dimensi eksistensial dari pengalaman manusia terhadap karya desain dapat diungkap lebih komprehensif. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk melibatkan lebih banyak informan dari latar belakang yang lebih beragam, baik dari segi pendidikan, daerah asal, maupun preferensi estetika, agar interpretasi fenomenologis yang dihasilkan semakin kaya, mendalam, dan reflektif terhadap keberagaman pengalaman Generasi Z di Indonesia.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan sejumlah rekomendasi yang dapat diterapkan oleh pihak-pihak terkait, khususnya lembaga pemerintah seperti Bank Indonesia dan desainer uang kertas nasional. Pertama, disarankan agar lembaga-lembaga ini mulai melibatkan partisipasi publik, terutama Generasi Z, dalam tahap awal perancangan desain uang kertas di masa depan, misalnya melalui program konsultasi publik, survei persepsi visual, focus group discussion (FGD), maupun sayembara desain terbuka. Keterlibatan aktif masyarakat ini akan meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap uang kertas sebagai simbol nasional, sekaligus memastikan bahwa desain tersebut selaras dengan nilai-nilai dan identitas generasi penerus bangsa. Kedua, penting untuk mengadakan kampanye edukatif yang lebih intensif mengenai makna-makna visual yang terkandung dalam desain uang, baik melalui media sosial, video edukasi, maupun integrasi dalam kurikulum pendidikan dasar, sehingga uang kertas tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai media pembelajaran budaya, sejarah, dan nilai-nilai bangsa. Ketiga, dalam proses desain, para desainer diharapkan mampu mempertahankan keseimbangan antara unsur estetika, fungsionalitas, dan keterbacaan. Elemen visual harus tidak hanya menarik dan modern, tetapi juga mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk kelompok-kelompok rentan seperti lansia dan penyandang disabilitas. Dengan

memperhatikan dimensi inklusivitas, keberlanjutan, dan relevansi budaya dalam desain uang kertas, diharapkan media visual nasional ini dapat terus berfungsi optimal sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari sekaligus memperkuat identitas nasional di era globalisasi.