

## Komunikasi Edukatif Menabung Sejak Dini untuk Mendukung Kebiasaan Wisata Pintar pada Siswa Sekolah Dasar (Studi Kasus Siswa SDN Sindangsari 2 Kabupaten Tangerang)

Silfiana Dian Lestari<sup>1</sup>, RD. Hera Merdeka Khazinatul Khaeriah<sup>2</sup>, Asfitri Hayati<sup>3</sup>, Rella Dwi Respati<sup>4</sup>, Raden Aries Sofwan Zarkasih<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Muhammadiyah

<sup>5</sup>STMIK Cilegon

E-mail: [silfiana.dl@gmail.com](mailto:silfiana.dl@gmail.com)



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5015>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 23 Dec 2025

Revised: 28 Dec 2025

Accepted: 17 Jan 2026

#### Kata Kunci:

Komunikasi edukatif; menabung sejak dini; wisata pintar; siswa sekolah dasar; literasi pariwisata

#### Keywords:

Educational communication; early saving; smart tourism; elementary school students; tourism literacy



### ABSTRACT

Rendahnya literasi keuangan sejak usia dini masih menjadi tantangan dalam pembentukan perilaku anak, termasuk dalam konteks perencanaan aktivitas wisata yang bijak. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK tahun 2022, tingkat literasi keuangan nasional berada pada angka 49,68%, sementara literasi keuangan pada kelompok usia anak dan remaja masih relatif rendah. Di sisi lain, pariwisata sebagai aktivitas sosial dan budaya memerlukan kesiapan perilaku, termasuk kemampuan merencanakan pengeluaran secara sederhana. Oleh karena itu, edukasi menabung sejak dini menjadi penting sebagai fondasi pembentukan kebiasaan wisata pintar pada anak sekolah dasar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk menanamkan kebiasaan menabung sejak dini kepada siswa sekolah dasar melalui pendekatan komunikasi edukatif yang sesuai dengan karakteristik anak. Edukasi menabung diposisikan sebagai bagian dari pembentukan kebiasaan wisata pintar, yaitu sikap bijak, terencana, dan bertanggung jawab dalam mengenal aktivitas wisata. Kegiatan dilaksanakan pada siswa sekolah dasar dengan metode komunikasi partisipatif melalui storytelling, media visual, permainan edukatif, dan simulasi sederhana perencanaan wisata. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep menabung dan perencanaan sederhana. Sebelum kegiatan, hanya sekitar 32% siswa yang memahami tujuan menabung secara konsisten, sedangkan setelah pelaksanaan PkM persentase tersebut meningkat menjadi 71%. Selain itu, sebanyak 68% siswa mampu mengaitkan kegiatan menabung dengan tujuan wisata sederhana, seperti menabung untuk kunjungan edukatif atau rekreasi keluarga. Kegiatan ini membuktikan bahwa komunikasi edukatif yang dirancang secara tepat mampu membentuk kebiasaan positif berkelanjutan sejak dini. Edukasi menabung tidak hanya meningkatkan literasi keuangan dasar, tetapi juga berperan dalam menanamkan kesadaran wisata pintar pada siswa sekolah dasar sebagai bagian dari pendidikan karakter dan literasi pariwisata.

*Low financial literacy from an early age remains a challenge in shaping children's behavior, including in the context of planning wise tourism activities. According to the 2022 National Survey of Financial Literacy and Inclusion conducted by the Indonesian Financial Services Authority (OJK), the national financial literacy rate reached 49.68%, while financial literacy among children and adolescents remains relatively low. On the other hand, tourism as a social and cultural activity requires behavioral readiness, including the ability to plan expenditures in a simple and responsible manner. Therefore, early saving education is essential as a foundation for developing smart tourism habits among elementary school students. This Community Service Program (PkM) aims to instill early saving habits among elementary school students through an educational communication approach that is appropriate to children's characteristics. Saving education is positioned as part of fostering smart tourism habits, which are defined as wise, planned, and responsible attitudes in understanding tourism activities. The program was implemented with elementary school students using participatory communication methods, including storytelling, visual media, educational games, and simple*

*tourism planning simulations. The results show an improvement in students' understanding of saving concepts and basic planning. Before the program, only about 32% of students consistently understood the purpose of saving; after the implementation of the PkM program, this percentage increased to 71%. In addition, 68% of students were able to associate saving activities with simple tourism goals, such as saving for educational trips or family recreation. This program demonstrates that well-designed educational communication is capable of fostering sustainable positive habits from an early age. Early saving education not only enhances basic financial literacy but also plays an important role in developing smart tourism awareness among elementary school students as part of character education and tourism literacy.*



This is an open access article under the CC–BY-SA license.

**How to Cite:** Silfiana Dian Lestari et al (2026). “Komunikasi Edukatif Menabung Sejak Dini untuk Mendukung Kebiasaan Wisata Pintar pada Siswa Sekolah Dasar” Studi Kasus Siswa SDN Sindangsari 2 Kabupaten Tangerang. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5015>

## PENDAHULUAN

Literasi keuangan sejak usia dini merupakan salah satu fondasi penting dalam pembentukan perilaku individu yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Berbagai kajian menunjukkan bahwa kebiasaan finansial yang diperkenalkan pada masa kanak-kanak memiliki pengaruh jangka panjang terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan di masa dewasa. Kebiasaan seperti menabung, merencanakan pengeluaran, dan memahami nilai uang tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses pembelajaran yang berulang dan konsisten sejak usia dini. Oleh karena itu, pendidikan dasar memiliki peran strategis dalam menanamkan nilai-nilai tersebut sebagai bagian dari pendidikan karakter dan literasi kehidupan.

Namun demikian, realitas menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih menghadapi tantangan yang cukup serius. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 mencatat bahwa indeks literasi keuangan nasional berada pada angka 49,68%. Artinya, lebih dari separuh masyarakat Indonesia belum memiliki pemahaman keuangan yang memadai. Kondisi ini tidak hanya terjadi pada kelompok usia dewasa, tetapi juga pada kelompok usia anak dan remaja yang tingkat literasinya cenderung lebih rendah. Rendahnya literasi keuangan sejak usia dini berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan di kemudian hari, seperti perilaku konsumtif, kurangnya kemampuan perencanaan keuangan, serta rendahnya kesadaran dalam mengelola pengeluaran, termasuk dalam konteks aktivitas wisata.

Dalam konteks pendidikan anak, menabung tidak hanya dipahami sebagai aktivitas menyisihkan uang, tetapi juga sebagai proses pembelajaran nilai-nilai disiplin, perencanaan, dan pengendalian diri. Menabung sejak dini merupakan bagian dari pembiasaan perilaku positif yang dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan Teori Pembelajaran Sosial (Social Learning Theory) yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1977), yang menyatakan bahwa perilaku individu terbentuk melalui proses observasi, imitasi, dan penguatan dalam lingkungan sosial. Anak-anak belajar melalui contoh konkret yang mereka lihat dan alami dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pembiasaan menabung yang diperkenalkan melalui aktivitas edukatif yang konsisten akan lebih mudah ditiru dan diinternalisasi oleh anak sebagai perilaku jangka panjang.

Selain pembiasaan perilaku, efektivitas edukasi menabung juga sangat ditentukan oleh cara pesan disampaikan. Dalam hal ini, ilmu komunikasi memiliki peran sentral. Teori Komunikasi Persuasif yang dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) menjelaskan bahwa perubahan sikap dan perilaku dipengaruhi oleh tiga unsur utama, yaitu sumber pesan, isi pesan, dan karakteristik audiens. Anak sekolah dasar sebagai audiens memiliki karakteristik kognitif yang masih berkembang dan cenderung lebih responsif terhadap pesan yang disampaikan secara visual, naratif, dan interaktif. Oleh karena itu, komunikasi edukatif yang memanfaatkan storytelling, media visual, permainan edukatif, dan simulasi

sederhana dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan ceramah konvensional dalam menyampaikan konsep menabung kepada anak.

Di sisi lain, pembentukan kebiasaan menabung sejak dini juga memiliki relevansi yang kuat dengan bidang pariwisata. Pariwisata tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas rekreasi atau perjalanan semata, tetapi juga sebagai proses pembelajaran sosial dan budaya yang melibatkan nilai-nilai perencanaan, tanggung jawab, dan kesadaran. Setiap aktivitas wisata, meskipun dalam skala sederhana, memerlukan kesiapan perilaku, termasuk kemampuan mengelola uang saku, merencanakan kebutuhan perjalanan, dan bersikap bijak dalam pengeluaran. Dalam konteks ini, pengenalan konsep menabung dapat menjadi pintu masuk strategis untuk membentuk kebiasaan wisata yang lebih terencana dan bertanggung jawab sejak usia dini.

Konsep wisata pintar dalam kegiatan ini tidak dimaknai sebagai pemanfaatan teknologi digital dalam pariwisata, melainkan sebagai perilaku wisata yang bijak, terencana, dan sesuai dengan kemampuan. Pemaknaan tersebut sejalan dengan prinsip Pariwisata Berkelanjutan sebagaimana dirumuskan oleh World Tourism Organization (UNWTO, 2018), yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan edukatif dalam aktivitas wisata. Edukasi wisata sejak dini dipandang sebagai bagian dari upaya membangun kesadaran generasi muda terhadap pentingnya perencanaan dan tanggung jawab dalam berwisata, sehingga aktivitas wisata tidak hanya memberikan kesenangan, tetapi juga nilai pembelajaran.

Integrasi antara edukasi menabung dan pembentukan kebiasaan wisata pintar juga dapat dijelaskan melalui Teori Perubahan Perilaku (Behavior Change Theory) yang dikembangkan oleh Prochaska dan DiClemente (1983) melalui *Transtheoretical Model*. Teori ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku terjadi melalui tahapan yang meliputi peningkatan pengetahuan, pembentukan sikap, dan pembiasaan tindakan secara konsisten. Dengan mengaitkan menabung sebagai sarana untuk mencapai tujuan wisata sederhana—misalnya menabung untuk kegiatan wisata edukatif atau rekreasi keluarga—anak-anak tidak hanya memperoleh pemahaman finansial dasar, tetapi juga belajar mengenai perencanaan, kesabaran, dan pengambilan keputusan sederhana dalam konteks wisata.

Hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi edukatif mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap pemahaman siswa. Evaluasi awal menunjukkan bahwa sebelum kegiatan dilaksanakan, hanya sekitar 32% siswa sekolah dasar yang memahami tujuan menabung secara konsisten. Setelah pelaksanaan kegiatan yang memanfaatkan komunikasi edukatif melalui storytelling, media visual, permainan edukatif, dan simulasi perencanaan wisata sederhana, tingkat pemahaman siswa meningkat menjadi 71%. Selain itu, sebanyak 68% siswa mampu mengaitkan kebiasaan menabung dengan tujuan wisata sederhana yang bersifat edukatif. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang sesuai karakteristik anak dan berlandaskan teori pembelajaran sosial, komunikasi persuasif, serta perubahan perilaku efektif dalam membentuk kebiasaan positif yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa edukasi menabung sejak dini tidak dapat dilepaskan dari pendekatan komunikasi yang tepat dan relevan dengan konteks kehidupan anak. Integrasi antara literasi keuangan dasar dan literasi pariwisata melalui komunikasi edukatif menjadi pendekatan yang strategis dalam membentuk kebiasaan wisata pintar sejak usia sekolah dasar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang sebagai upaya integratif antara ilmu komunikasi dan pariwisata untuk menanamkan nilai-nilai perencanaan, tanggung jawab, dan perilaku bijak melalui pembiasaan menabung yang berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kebiasaan menabung sejak dini pada siswa sekolah dasar melalui strategi komunikasi edukatif, sekaligus menanamkan kesadaran awal mengenai kebiasaan wisata pintar yang terencana dan bertanggung jawab sebagai bagian dari literasi pariwisata berkelanjutan dan pendidikan karakter anak.

## **METODE DAN TAHAP PELAKSANAAN**

### **Rancangan dan Pendekatan Kegiatan**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif berbasis komunikasi, dengan orientasi pada pembentukan kebiasaan (habit

formation) pada anak sekolah dasar. Edukasi menabung tidak diberikan melalui ceramah satu arah, melainkan melalui komunikasi edukatif yang interaktif, menekankan pengalaman belajar yang menyenangkan, serta penguatan pesan melalui pengulangan dan praktik sederhana. Dalam konteks pariwisata, konsep *wisata pintar* dikenalkan sebagai perilaku wisata yang bijak, terencana, dan bertanggung jawab secara sederhana (misalnya menabung untuk kegiatan wisata edukatif/rekreasi keluarga dan belajar mengatur uang saku).

Rancangan kegiatan merujuk pada tiga landasan teoretis: Teori Pembelajaran Sosial oleh Albert Bandura (1977) untuk membentuk perilaku melalui model/ccontoh dan penguatan; Teori Komunikasi Persuasif oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) untuk memastikan pesan edukasi mudah diterima melalui sumber pesan yang kredibel, isi pesan yang relevan, dan format yang menarik bagi anak; serta Teori Perubahan Perilaku/Transtheoretical Model oleh Prochaska dan DiClemente (1983) yang memandang perubahan kebiasaan sebagai proses bertahap dari pengetahuan menuju tindakan yang konsisten. Dengan kombinasi tersebut, kegiatan PkM diarahkan untuk tidak hanya memberi pengetahuan, tetapi juga membentuk kebiasaan menabung yang dilakukan berulang sebagai perilaku positif yang mendukung kebiasaan wisata pintar.

### **Lokasi, Sasaran, dan Kriteria Peserta**

PkM dilaksanakan di SDN Sindangsari 2 Kabupaten Tangerang siswa kelas III–VI. Pemilihan kelas ini mempertimbangkan kemampuan numerasi dasar siswa (menghitung uang saku dan target tabungan sederhana) serta kemampuan memahami cerita dan simulasi perencanaan. Peserta idealnya berada pada rentang 25–40 siswa per kelas agar aktivitas interaktif (games dan simulasi) berjalan efektif. Guru kelas dilibatkan sebagai pendamping untuk menjaga ketertiban, membantu penjelasan istilah, serta mendukung keberlanjutan program pascakegiatan. Selain siswa, pihak sekolah (wali kelas atau perwakilan sekolah) diikutsertakan pada tahap awal dan akhir sebagai mitra koordinasi.

### **Tahapan Pelaksanaan**

Pelaksanaan dilakukan melalui empat tahap utama: (a) persiapan, (b) asesmen awal (pre), (c) intervensi komunikasi edukatif, (d) evaluasi akhir dan tindak lanjut.

#### **1. Persiapan**

Pada tahap persiapan, tim melakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait jadwal, lokasi, sarana (ruang kelas/aula), serta izin pelaksanaan. Tim juga menyiapkan perangkat pembelajaran dan media komunikasi, meliputi: (1) materi visual (poster/slide sederhana), (2) cerita bergambar (storytelling script), (3) alat peraga tabungan (celengan/lembar “target tabungan”), (4) kartu permainan (kartu kebutuhan vs keinginan, kartu rencana wisata), dan (5) lembar evaluasi pre-test dan post-test berbentuk pertanyaan sederhana dengan pilihan jawaban dan gambar. Materi dirancang dengan bahasa anak, contoh sehari-hari (uang jajan, membeli jajanan, menabung untuk tujuan tertentu), serta contoh wisata yang dekat dengan anak (tamasya edukatif, museum, kebun binatang, wisata alam lokal).

#### **2. Asesmen Awal (Pre-test dan Observasi)**

Sebelum intervensi, dilakukan asesmen awal untuk memetakan pemahaman siswa tentang menabung dan keterkaitannya dengan perencanaan sederhana. Asesmen dilakukan melalui: 1) Pre-test singkat (5–8 butir) seperti: “Apa tujuan menabung?”, “Apa bedanya kebutuhan dan keinginan?”, “Jika ingin pergi wisata edukatif, apa yang perlu disiapkan?”. 2) Observasi partisipatif: tim mengamati respons siswa saat pertanyaan pemantik diajukan, misalnya seberapa banyak siswa yang sudah memiliki kebiasaan menyisihkan uang saku. 3) Tanya jawab pemantik: “Kalau ingin rekreasi bersama keluarga, apa saja yang butuh uang?” untuk melihat pemahaman konseptual awal terkait perencanaan. Data asesmen awal digunakan sebagai dasar penyesuaian intensitas contoh, tingkat kesulitan simulasi, dan fokus materi.

#### **3. Intervensi Komunikasi Edukatif (Sesi Inti)**

Intervensi dilakukan melalui rangkaian metode komunikasi edukatif berikut. 1) Pembukaan dan Kontrak Belajar (5–10 menit). Tim menyampaikan tujuan kegiatan dengan

bahasa sederhana: anak belajar menabung agar bisa merencanakan hal baik, termasuk kegiatan wisata yang menyenangkan dan bijak. Kontrak belajar dibuat ringan: mendengar saat teman bicara, berani bertanya, dan aktif ikut permainan. 2) Storytelling Edukatif (15–20 menit) Metode storytelling menampilkan cerita tokoh anak yang ingin mengikuti “wisata edukatif” dan belajar menabung secara bertahap. Cerita menekankan tiga pesan kunci, yaitu, menabung itu kebiasaan kecil tapi konsisten, bedakan kebutuhan vs keinginan, dan rencana wisata butuh persiapan (termasuk uang saku dan tabungan). Storytelling berfungsi sebagai *modeling* (Bandura), sehingga siswa dapat meniru perilaku positif tokoh. 3) Media Visual dan Demonstrasi (10–15 menit). Tim menggunakan poster/slide sederhana yang menampilkan definisi menabung versi anak, contoh “target tabungan” (misal Rp2.000/hari), contoh “wisata pintar” (membawa botol minum sendiri, memilih kegiatan edukatif, tidak boros jajan).

Demonstrasi dilakukan dengan alat peraga: celengan atau amplop tabungan, untuk menunjukkan cara menyisihkan uang secara praktis. 4) Permainan Edukatif, yaitu Kebutuhan vs Keinginan (15–20 menit). Siswa dibagi kelompok kecil. Mereka mendapat kartu bergambar (misal: buku, air minum, jajan berlebihan, mainan mahal, tiket wisata edukatif). Siswa diminta mengelompokkan “kebutuhan” dan “keinginan”, lalu mendiskusikan pilihan yang lebih bijak. Aktivitas ini memperkuat pemahaman pengendalian diri sebagai dasar menabung. 5) Simulasi Perencanaan Wisata Sederhana (20–25 menit). Kelompok diminta memilih satu tujuan “wisata edukatif” (contoh: museum/taman kota/ kebun binatang) lalu mengisi lembar rencana, tentang tujuan wisatanya (belajar apa?), kebutuhan biaya sederhana (transport/ tiket/ makan) berbentuk angka perkiraan yang disederhanakan, strategi menabung (berapa per hari/minggu), perilaku wisata pintar (misal: bawa bekal, tidak membuang sampah, disiplin)

Simulasi ini menghubungkan menabung dengan pariwisata secara ringan dan konkret. 6) Penguatan Pesan dan Komitmen Mini (5–10 menit). Setiap siswa membuat “Janji Menabung Pintar” dalam satu kalimat, misal: “Saya menabung Rp2.000 setiap hari untuk tujuan baik.” Penguatan ini merupakan bentuk *reinforcement* dan langkah awal menuju tindakan (Prochaska & DiClemente).

#### 4. Evaluasi Akhir (Post-test) dan Refleksi

Setelah sesi inti, dilakukan post-test yang mirip dengan pre-test untuk mengukur peningkatan pemahaman. Selain itu dilakukan refleksi singkat: siswa menyampaikan apa yang dipelajari, dan satu tindakan yang akan dilakukan setelah pulang (misalnya menyisihkan uang saku). Evaluasi juga memuat umpan balik guru mengenai keterlibatan siswa dan kelayakan metode untuk diterapkan ulang. 1) Instrumen, Indikator, dan Analisis Data. Instrumen yang digunakan mencakup pre-test/post-test sederhana dan lembar observasi. Indikator capaian meliputi pemahaman tujuan menabung, kemampuan membedakan kebutuhan vs keinginan, kemampuan mengaitkan menabung dengan rencana wisata sederhana, dan keterlibatan aktif dalam permainan dan simulasi. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan persentase hasil pre-test dan post-test. Data kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dari 32% menjadi 71%, serta 68% siswa mampu mengaitkan menabung dengan tujuan wisata sederhana. Data kualitatif dari observasi dan refleksi siswa digunakan untuk memperkuat interpretasi hasil. 2) Strategi Keberlanjutan (Sustainability Program) Agar dampak PkM tidak berhenti setelah kegiatan, tim menyerahkan media edukasi (poster/lembar target tabungan) kepada sekolah, serta menyarankan praktik tindak lanjut sederhana: “pojok tabungan” di kelas atau pengingat mingguan dari guru. Guru juga dapat mengulang simulasi “rencana wisata” sebagai bagian dari penguatan literasi pariwisata dan karakter. Dengan tindak lanjut tersebut, kebiasaan menabung dan konsep wisata pintar diharapkan menjadi pembiasaan yang berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul “Komunikasi Edukatif Menabung Sejak Dini untuk Mendukung Kebiasaan Wisata Pintar pada Siswa Sekolah Dasar” dilaksanakan dengan melibatkan siswa sekolah dasar sebagai sasaran utama. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang untuk mengintegrasikan literasi keuangan dasar, komunikasi edukatif, dan pengenalan konsep wisata pintar secara sederhana dan kontekstual. Fokus utama kegiatan adalah pembentukan kebiasaan menabung sebagai perilaku positif yang berkelanjutan, serta penguatan kesadaran awal siswa terhadap perencanaan wisata yang bijak.

Pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan tahapan yang telah dirancang, dimulai dari asesmen awal (pre-test), intervensi komunikasi edukatif melalui storytelling, media visual, permainan edukatif, dan simulasi perencanaan wisata sederhana, hingga evaluasi akhir (post-test). Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi, terutama pada sesi permainan dan simulasi, yang menandakan bahwa pendekatan komunikasi edukatif yang digunakan sesuai dengan karakteristik anak sekolah dasar.



Foto-Foto Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul “Komunikasi Edukatif Menabung Sejak Dini untuk Mendukung Kebiasaan Wisata Pintar pada Siswa Sekolah Dasar”

### **Hasil Kuantitatif Peningkatan Pemahaman Siswa**

Untuk mengukur efektivitas kegiatan PkM, dilakukan pengukuran pemahaman siswa sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Pengukuran dilakukan melalui instrumen pre-test dan post-test sederhana yang disesuaikan dengan tingkat kognitif siswa sekolah dasar. Indikator yang diukur meliputi pemahaman tujuan menabung, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, serta kemampuan mengaitkan menabung dengan tujuan wisata sederhana.

Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada hampir seluruh indikator. Secara umum, sebelum kegiatan dilaksanakan, pemahaman siswa terhadap konsep menabung dan perencanaan masih tergolong rendah. Banyak siswa memaknai menabung hanya sebagai kegiatan menyimpan uang tanpa tujuan yang jelas. Setelah kegiatan PkM dilaksanakan, terjadi peningkatan

pemahaman yang cukup signifikan, baik dari sisi pengetahuan maupun kemampuan mengaitkan menabung dengan perilaku wisata pintar.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Pemahaman Siswa

Indikator Pemahaman	Sebelum PkM (%)	Sesudah PkM (%)
Memahami tujuan menabung secara konsisten	32%	71%
Mampu membedakan kebutuhan dan keinginan	41%	78%
Memahami pentingnya perencanaan sederhana	36%	74%
Mampu mengaitkan menabung dengan tujuan wisata sederhana	29%	68%

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan setelah intervensi komunikasi edukatif dilakukan. Peningkatan paling signifikan terlihat pada indikator pemahaman tujuan menabung dan kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan mampu membantu siswa memahami konsep dasar literasi keuangan dengan lebih baik.

#### **Analisis Hasil Berdasarkan Teori Pembelajaran Sosial (Albert Bandura)**

Hasil peningkatan pemahaman siswa dapat dianalisis melalui **Teori Pembelajaran Sosial (Social Learning Theory)** yang dikemukakan oleh **Albert Bandura (1977)**. Menurut Bandura, individu belajar perilaku baru melalui proses observasi terhadap model, kemudian menirunya, dan diperkuat melalui penguatan (reinforcement). Dalam kegiatan PkM ini, proses modeling dilakukan melalui storytelling edukatif yang menampilkan tokoh anak dengan kebiasaan menabung dan perencanaan wisata sederhana.

Siswa tidak hanya menerima informasi secara verbal, tetapi juga mengamati contoh konkret melalui cerita, gambar, dan simulasi. Hal ini memungkinkan siswa untuk meniru perilaku yang ditampilkan tokoh dalam cerita, seperti menyisihkan uang secara rutin dan merencanakan tujuan tertentu. Proses penguatan dilakukan melalui permainan edukatif dan komitmen mini yang mendorong siswa untuk menyatakan niat menabung. Dengan demikian, peningkatan pemahaman siswa dari 32% menjadi 71% pada indikator tujuan menabung menunjukkan bahwa proses pembelajaran melalui observasi dan penguatan berjalan secara efektif.

#### **Peran Komunikasi Edukatif dalam Perspektif Teori Komunikasi Persuasif**

Dari perspektif **Teori Komunikasi Persuasif** yang dikembangkan oleh **Hovland, Janis, dan Kelley (1953)**, perubahan sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh cara pesan disampaikan, siapa penyampai pesan, dan bagaimana karakteristik audiens. Dalam kegiatan ini, pesan edukasi disampaikan oleh fasilitator yang berperan sebagai sumber pesan yang kredibel, dengan bahasa yang sederhana dan pendekatan yang ramah anak.

Isi pesan dirancang agar relevan dengan kehidupan sehari-hari siswa, seperti uang jajan, kebiasaan membeli jajanan, dan keinginan untuk berwisata. Selain itu, format pesan dikemas melalui media visual, permainan, dan simulasi, sehingga meningkatkan daya tarik dan keterlibatan siswa. Hasil peningkatan pemahaman pada indikator membedakan kebutuhan dan keinginan (dari 41% menjadi 78%) menunjukkan bahwa pesan persuasif yang disampaikan secara kontekstual dan interaktif lebih mudah diterima oleh anak sekolah dasar dibandingkan pendekatan ceramah konvensional.

#### **Pembentukan Kebiasaan melalui Perspektif Teori Perubahan Perilaku**

Hasil kegiatan PkM juga dapat dianalisis melalui **Teori Perubahan Perilaku (Behavior Change Theory)** yang dikembangkan oleh **Prochaska dan DiClemente (1983)**. Teori ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku terjadi melalui tahapan yang meliputi peningkatan pengetahuan, pembentukan sikap, hingga tindakan yang dilakukan secara konsisten. Dalam konteks kegiatan ini, siswa berada pada tahap awal perubahan perilaku, yaitu peningkatan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya menabung.

Peningkatan pemahaman siswa dalam mengaitkan menabung dengan tujuan wisata sederhana (dari 29% menjadi 68%) menunjukkan bahwa siswa mulai memasuki tahap pembentukan sikap. Meskipun kegiatan ini belum mengukur perubahan perilaku jangka panjang, hasil tersebut mengindikasikan adanya potensi pembiasaan perilaku menabung yang dapat berkembang apabila didukung oleh lingkungan sekolah dan keluarga.

### **Integrasi Literasi Keuangan dan Literasi Pariwisata**

Salah satu temuan penting dalam kegiatan PkM ini adalah keberhasilan integrasi antara literasi keuangan dasar dan literasi pariwisata. Konsep *wisata pintar* diperkenalkan tidak sebagai konsep abstrak, melainkan sebagai perilaku sederhana yang dapat dipahami anak, seperti menabung untuk tujuan wisata edukatif, mengatur uang saku, dan bersikap bijak selama berwisata. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip **Pariwisata Berkelanjutan** yang dirumuskan oleh **UNWTO (2018)**, yang menekankan pentingnya kesadaran, perencanaan, dan tanggung jawab dalam aktivitas wisata.

Melalui simulasi perencanaan wisata sederhana, siswa belajar bahwa kegiatan wisata memerlukan persiapan dan pengelolaan sumber daya, termasuk uang. Dengan demikian, menabung tidak lagi dipahami sebagai kewajiban tanpa makna, tetapi sebagai sarana untuk mencapai tujuan yang menyenangkan dan edukatif. Integrasi ini memperkuat relevansi kegiatan PkM dalam membentuk kebiasaan wisata pintar sejak usia dini.

### **Temuan Kualitatif dari Observasi dan Refleksi Siswa**

Selain data kuantitatif, hasil kegiatan juga didukung oleh temuan kualitatif yang diperoleh melalui observasi dan refleksi siswa. Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme tinggi, terutama pada sesi permainan dan simulasi. Banyak siswa secara aktif mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman mengenai kebiasaan menabung di rumah.

Refleksi siswa menunjukkan bahwa mereka mulai memahami pentingnya menabung untuk tujuan tertentu. Beberapa siswa menyatakan niat untuk menyisihkan uang jajan secara rutin, sementara yang lain menyebutkan keinginan menabung untuk kegiatan wisata bersama keluarga. Temuan kualitatif ini memperkuat hasil kuantitatif yang menunjukkan peningkatan pemahaman dan sikap positif terhadap menabung dan perencanaan wisata.

### **Implikasi Hasil terhadap Pengabdian kepada Masyarakat**

Hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa kegiatan PkM berbasis komunikasi edukatif memiliki potensi besar dalam membentuk kebiasaan positif pada anak sekolah dasar. Pendekatan yang mengintegrasikan teori pembelajaran sosial, komunikasi persuasif, dan perubahan perilaku terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai menabung dan wisata pintar. Implikasi praktis dari kegiatan ini adalah pentingnya peran sekolah dan guru dalam melanjutkan pembiasaan menabung melalui kegiatan rutin dan penguatan pesan edukatif.

Selain itu, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model PkM yang mengintegrasikan ilmu komunikasi dan pariwisata secara aplikatif. Pendekatan ini dapat direplikasi pada konteks sekolah lain dengan penyesuaian materi dan media, sehingga memberikan dampak yang lebih luas dalam peningkatan literasi keuangan dan literasi pariwisata sejak dini.

### **Diskusi Kritis dan Keterbatasan Kegiatan**

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang signifikan, kegiatan PkM ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, pengukuran dilakukan dalam jangka pendek sehingga belum dapat mengukur keberlanjutan perilaku menabung dalam jangka panjang. Kedua, keterlibatan orang tua masih terbatas, padahal peran keluarga sangat penting dalam membentuk kebiasaan menabung anak. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan yang melibatkan orang tua dan evaluasi jangka panjang perlu dipertimbangkan pada pelaksanaan PkM berikutnya.

### **Sintesis Pembahasan**

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa komunikasi edukatif yang dirancang secara tepat dan berbasis teori mampu meningkatkan pemahaman siswa sekolah dasar mengenai menabung dan kebiasaan wisata pintar. Integrasi literasi keuangan dan pariwisata melalui pendekatan yang menyenangkan dan kontekstual menjadikan kegiatan PkM ini relevan dengan kebutuhan pendidikan karakter dan literasi kehidupan anak. Dengan dukungan lingkungan sekolah dan keluarga, kebiasaan menabung dan perilaku wisata pintar yang diperkenalkan sejak dini berpotensi berkembang menjadi perilaku berkelanjutan di masa depan.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul “**Komunikasi Edukatif Menabung Sejak Dini untuk Mendukung Kebiasaan Wisata Pintar pada Siswa Sekolah Dasar**” dilaksanakan sebagai upaya integratif antara ilmu komunikasi dan ilmu pariwisata dalam membentuk kebiasaan positif anak sejak usia dini. Kegiatan ini berangkat dari permasalahan rendahnya literasi keuangan anak serta belum optimalnya pengenalan nilai-nilai perencanaan dan tanggung jawab dalam aktivitas wisata. Melalui pendekatan komunikasi edukatif yang disesuaikan dengan karakteristik siswa sekolah dasar, kegiatan PkM ini berhasil memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya menabung sebagai kebiasaan yang berkelanjutan dan relevan dengan kehidupan anak.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa komunikasi edukatif yang dikemas secara partisipatif mampu meningkatkan pemahaman siswa secara signifikan. Peningkatan terlihat pada kemampuan siswa memahami tujuan menabung, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengaitkan kebiasaan menabung dengan perencanaan wisata sederhana. Temuan ini menegaskan bahwa penyampaian pesan edukatif melalui storytelling, media visual, permainan edukatif, dan simulasi perencanaan lebih efektif dibandingkan pendekatan ceramah konvensional. Anak-anak lebih mudah memahami konsep abstrak ketika pesan disampaikan melalui pengalaman belajar yang menyenangkan dan kontekstual.

Dari sudut pandang teoretis, hasil kegiatan ini menguatkan relevansi **Teori Pembelajaran Sosial (Albert Bandura)** yang menekankan bahwa perilaku terbentuk melalui proses observasi, imitasi, dan penguatan. Dalam kegiatan PkM ini, siswa mengamati contoh perilaku positif melalui tokoh cerita dan simulasi, kemudian diperkuat melalui aktivitas permainan dan komitmen sederhana. Proses ini memungkinkan siswa tidak hanya memahami konsep menabung secara kognitif, tetapi juga mulai membentuk niat untuk mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pembiasaan menabung sejak dini dapat dipahami sebagai proses pembelajaran perilaku yang berpotensi berkembang menjadi kebiasaan jangka panjang.

Selain itu, hasil kegiatan juga mendukung penerapan **Teori Komunikasi Persuasif** yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley. Pesan edukasi yang disampaikan dengan bahasa sederhana, relevan dengan pengalaman siswa, serta dikemas secara menarik terbukti mampu meningkatkan daya terima pesan. Karakteristik audiens anak sekolah dasar menuntut pendekatan komunikasi yang berbeda dari audiens dewasa, sehingga pemilihan media dan metode menjadi faktor kunci keberhasilan kegiatan ini.

Dalam konteks pariwisata, kegiatan PkM ini berhasil memperkenalkan konsep *wisata pintar* secara sederhana dan sesuai dengan dunia anak. Wisata pintar tidak dimaknai sebagai pemanfaatan teknologi, melainkan sebagai perilaku wisata yang bijak, terencana, dan bertanggung jawab. Melalui simulasi perencanaan wisata sederhana, siswa belajar bahwa kegiatan wisata memerlukan persiapan, termasuk pengelolaan uang saku dan kebiasaan menabung. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip **pariwisata berkelanjutan** yang menekankan pentingnya kesadaran, perencanaan, dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas wisata.

Dari perspektif perubahan perilaku, hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa berada pada tahap awal perubahan perilaku sebagaimana dijelaskan dalam **Teori Perubahan Perilaku (Prochaska dan DiClemente)**. Peningkatan pengetahuan dan sikap positif terhadap menabung dan perencanaan wisata merupakan fondasi penting menuju pembiasaan perilaku. Meskipun kegiatan ini belum mengukur keberlanjutan perilaku dalam jangka panjang, temuan yang diperoleh menunjukkan potensi besar untuk pengembangan kebiasaan menabung yang berkelanjutan apabila didukung oleh lingkungan sekolah dan keluarga.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini dapat disimpulkan berhasil dalam meningkatkan pemahaman siswa sekolah dasar mengenai pentingnya menabung sejak dini serta menanamkan kesadaran awal tentang kebiasaan wisata pintar. Integrasi ilmu komunikasi dan pariwisata melalui pendekatan komunikasi edukatif terbukti relevan dan efektif dalam membentuk sikap dan pemahaman anak. Dengan penguatan dan pengembangan lebih lanjut, pendekatan ini berpotensi memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan literasi keuangan dasar, literasi pariwisata, serta pendidikan karakter anak secara berkelanjutan.

## SARAN

Berdasarkan hasil dan kesimpulan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan kegiatan selanjutnya. Pertama, kegiatan edukasi menabung sejak dini sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dan terintegrasi dengan program sekolah. Guru dapat memanfaatkan metode komunikasi edukatif yang telah diterapkan dalam kegiatan ini sebagai bagian dari pembelajaran tematik atau kegiatan penguatan karakter, sehingga pesan edukasi tidak berhenti pada satu kali kegiatan PkM saja.

Kedua, keterlibatan orang tua perlu ditingkatkan dalam kegiatan serupa di masa mendatang. Lingkungan keluarga memiliki peran penting dalam membentuk kebiasaan anak, termasuk kebiasaan menabung. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan dapat dirancang dengan melibatkan orang tua melalui sosialisasi singkat, lembar panduan, atau kegiatan bersama yang mendorong praktik menabung di rumah. Dengan dukungan keluarga, pembiasaan perilaku yang diperkenalkan di sekolah akan lebih mudah dipertahankan dalam jangka panjang.

Ketiga, kegiatan PkM selanjutnya disarankan untuk memasukkan evaluasi jangka panjang guna mengukur keberlanjutan perilaku menabung dan kebiasaan wisata pintar pada siswa. Evaluasi lanjutan dapat dilakukan beberapa bulan setelah kegiatan untuk melihat sejauh mana siswa mempraktikkan kebiasaan menabung secara konsisten. Hal ini penting untuk memastikan bahwa perubahan yang terjadi tidak hanya bersifat sementara, tetapi benar-benar membentuk kebiasaan yang berkelanjutan.

Keempat, pendekatan komunikasi edukatif yang mengintegrasikan literasi keuangan dan pariwisata ini dapat direplikasi dan dikembangkan pada konteks sekolah lain dengan penyesuaian karakteristik lokal. Pengembangan media edukasi yang lebih variatif dan berbasis budaya lokal juga dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan relevansi dan daya tarik kegiatan. Dengan demikian, model PkM ini berpotensi menjadi rujukan bagi kegiatan pengabdian lain yang berfokus pada pembentukan perilaku positif anak sejak dini.

Dengan mempertimbangkan saran-saran tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbasis komunikasi edukatif diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan, serta berkontribusi pada pembentukan generasi muda yang memiliki kebiasaan finansial yang baik, kesadaran wisata yang bijak, dan karakter yang bertanggung jawab dalam kehidupan sosialnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (2003). *Educational research: An introduction* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Bruner, J. S. (1996). *The culture of education*. Harvard University Press.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewey, J. (1938). *Experience and education*. Macmillan.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). *Marketing for hospitality and tourism* (6th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Butterworth-Heinemann.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer behavior*. Prentice Hall.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. OECD Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Financial literacy of youth*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022*. OJK Republik Indonesia.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202–227. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009>
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1983). Stages and processes of self-change: Toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51(3), 390–395. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.51.3.390>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. CABI Publishing.
- Tilson, J., & Getty, J. M. (2016). Financial literacy and youth behavior. *Journal of Financial Education*, 42(1), 45–68.

- UNESCO. (2017). *Education for sustainable development goals: Learning objectives*. UNESCO Publishing.
- UNICEF. (2019). *Child-friendly schools manual*. UNICEF.
- United Nations World Tourism Organization. (2018). *Tourism for development: Key areas for action*. UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization. (2021). *Tourism and the sustainable development goals*. UNWTO.
- Wells, W. D., Burnett, J., & Moriarty, S. (2006). *Advertising: Principles and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.
- Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. Harvard Business School Press.
- Hidi, S., & Renninger, K. A. (2006). The four-phase model of interest development. *Educational Psychologist*, 41(2), 111–127. [https://doi.org/10.1207/s15326985ep4102\\_4](https://doi.org/10.1207/s15326985ep4102_4)
- Heckman, J. J. (2006). Skill formation and the economics of investing in disadvantaged children. *Science*, 312(5782), 1900–1902. <https://doi.org/10.1126/science.1128898>
- Klapper, L., Lusardi, A., & van Oudheusden, P. (2015). *Financial literacy around the world*. World Bank.
- OECD. (2018). *PISA global competence framework*. OECD Publishing.
- OECD. (2021). *Financial education for youth*. OECD Publishing.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sirgy, M. J. (2012). *The psychology of quality of life*. Springer.