

REPRESENTASI IDENTITAS KONSUMTIF PEREMPUAN PADA FILM

PAY LATER



SKRIPSI

Oleh : Nurul Fadilah

NPM 2170201019

,

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

2025

**REPRESENTASI IDENTITAS KONSUMTIF PEREMPUAN PADA FILM
PAY LATER**



SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi (S1) dan mencapai gelar sarjana
S.I.Kom

Oleh : Nurul Fadilah

NPM 2170201019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2025

PEREMBAHAN

Dengan segala puji Syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta. Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Orang tua tersayang bapak Jasmin dan Almh Nutlina yang telah memberikan dukungan dan doa tiada hentinya meminta kesuksesan untuk anaknya. Terima kasih kepada kedua orang tua aku karena berkat engkau aku dapat duduk di perguruan tinggi mengenyam impian dan masa depan. Terima kasih atas perjuangan dan kerja keras mu yang telah membesarkan dan memberikan aku kasih sayang hingga aku dapat melewati masa ini. Terima kasih untuk ibunda aku, meski engkau sudah jauh disana doa dan pengorbananmu memberikan aku kekuatan untuk berani melangkah mengejar impian.
2. Bapak dan ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini telah meluangkan waktunya memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan mengarahkan saya untuk semangat meraih impian. Terima kasih bapak dan ibu dosen jasa kalian akan selalu terpatrit
3. Saudara penulis, my sister Anisa Rizki Ana terima kasih telah memberikan semangat dan kepercayaannya selalu kepada penulis agar bisa mengejar mimpi penulis. Terima kasih atas kasih sayang dan perhatiannya sebagai kekuatan terbesar dalam mengiringi langkah perjuangan penulis. Terima kasih untuk keponakan kecil auntie Aka, yang telah memberikan suasana tawa dan ceria di kala auntie lelah menyelesaikan skripsi ini.
4. My Boyfriend, terima kasih untuk kamu yang selalu sabar menemani mood, stres, dan begadang selama masa-masa proses itu. Terima kasih telah memberikan support system dan mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih untuk diri ini yang telah kuat dan sabar selama mengerjakan skripsi. Terima kasih untuk tidak menyerah apapun keadaanya kamu selalu berusaha melakukan yang terbaik. Terima kasih karena berkat perjuanganmu kamu akhirnya sampai pada tahap ini.

MOTO

“Ada dua orang yang selalu kelaparan dan tidak merasa kenyang. Mereka adalah penuntut ilmu dan pemburu harta. Namun usaha pemburu harta tidak lain untuk merusakkan dan menjual dirinya. Sebaliknya, penuntut ilmu berupaya untuk mendapatkan hal- hal yang dapat memberi petunjuk dan memperbaiki dirinya.”

- Nabi Muhammad SAW dalam hadist Riwayat Tirmidzi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Fadilah

NPM : 2170201019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul "**Representasi Identitas Konsumtif Perempuan Dalam Film Pay Later**" adalah benar- benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain yang saya akui seolah- olah hasil tulisan saya sendiri. Apabila kemungkinan dari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kersarjanaanya).

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar- benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 30 Juli 2024

Pembuat Pernyataan,



Nurul Fadilah

NPM. 2170201019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**REPRESENTASI IDENTITAS KNSUMTIF PEREMPUAN DALAM FILM
PAY LATER**

Oleh : Nurul Fadilah

Npm : 2170201019

Dosen Pembimbing Utama



Fitria Yuliani M. A

NIDN. 0205079101

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul “ Representasi Identitas Konsumtif Perempuan Dalam Film Pay Later” telah diuji dan di sahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada:

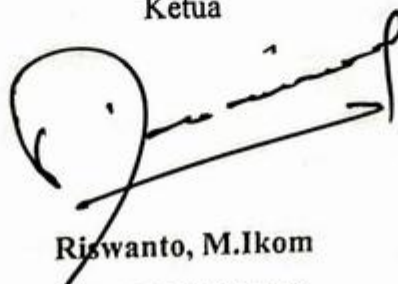
Hari/ tanggal : Selasa, 29 Juli 2025

Jam : 09.00 / Selesai

Tempat : Ruangn HD 10 FISIP

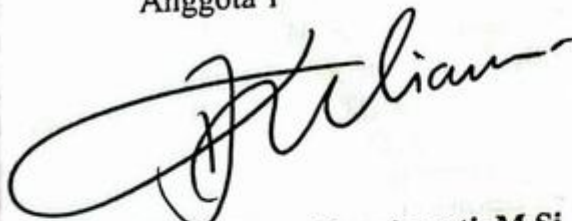
Tim Penguji

Ketua



Riswanto, M.Ikom
NIDN 0215047903

Anggota 1



Dr. Juliana Kurniawati, M.Si
NIDN 0704077801

Anggota 2



Fitria Yuliani M.A
NIDN 0205079101

Mengesahkan,

Dekan



Dr. Juliana Kurniawati, M.Si
NIDN 0704077801

CURRICULUM VITAE

A. Identitas Diri

Nama : Nurul Fadilah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/ Tanggal Lahir : Bengkulu, 10 April 2003

Agama : Islam

Status : Belum Kawin

Alamat : Jl. Adam Malik RT 6 RW 01 Kel. Pagar Dewa
Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telp:/ Hp : 082182741572

Email : nurulfadilahbkl@gmail.com

Nama Ayah : Jasmin

Nama ibu : Nutlina

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 74 Kota Bengkulu (2010-2016)
2. SMP Negeri 5 Kota Bengkulu (2016-2019)
3. SMA Negeri 3 Kota Bengkulu (2019-2021)

C. Riwayat Organisasi

1. Anggota bidang kewirausahaan Himakom FISIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu
2. Anggota organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa FISIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu

ABSTRAK

REPRESENTASI IDENTITAS KONSUMTIF PEREMPUAN DALAM FILM “PAY LATER”

Oleh:

Nurul Fadilah

2170201019

Dosen Pembimbing:

Fitria Yuliani, M.A

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk merepresentasikan identitas konsumtif perempuan yang direpresentasikan dalam film Pay Later. Perempuan sering kali di hubungkan dengan media sebagai objek konsumtif, dimana perilaku konsumsi dipengaruhi oleh representasi budaya yang di tampilkan media seperti film. Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan nilai kegunaan atau kebutuhan, melainkan ingin memperoleh kepuasan pribadi secara maksimal.

Penelitian ini menggunakan metode teknik observasi tidak langsung dan dokumentasi pada adegan film yang dianalisis menggunakan tiga level kode semiotika John Fiske yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Dalam penelitian ini menggunakan 5 unit analisis data, yaitu pemborosan secara impulsif, pengaruh media sosial, ketergantungan layanan keuangan digital (BNPL), ketakutan ketinggalan tren (FOMO), dan tekanan sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter Tika dalam film pay later direpresentasikan sebagai perempuan yang aktif dalam mengkonsumsi barang branded, menampilkan eksistensi di media sosial dan menggunakan aplikasi digital untuk memenuhi gaya hidup konsumtifnya. Identitas Konsumtif dalam film mencerminkan ideologi konsumerisme menekankan nilai diri perempuan di tentukan oleh konsumsi sebagai simbol status dan kepuasan emosional.

Kata kunci : Representasi, Identitas Konsumtif, Gaya Hidup Perempuan, Pay Later

ABSTRACT

REPRESENTATION OF WOMEN'S CONSUMER IDENTITY IN THE FILM “PAY LATER”

By:

Nurul Fadilah

Supervisor:

Fitria Yuliani, M.A

This study is a descriptive qualitative study that aims to represent the consumer identity of women represented in the Pay Later film. Women are often associated with the media as consumer objects, where consumer behavior is influenced by cultural representations displayed by media such as films. Consumer behavior is an act of consuming goods excessively without considering utility or needs, but rather wanting to obtain maximum personal satisfaction.

This study uses indirect observation techniques and documentation of film scenes that are analyzed using three levels of John Fiske's semiotic code, namely the level of reality, the level of representation, and the level of ideology. In this study, 5 units of data analysis were used, namely impulsive waste, the influence of social media, dependence on digital financial services (BNPL), fear of missing out on trends (FOMO), and social pressure.

The results of the study show that the character of Tika in the Pay Later film is represented as a woman who is active in consuming branded goods, displaying her existence on social media and using digital applications to fulfill her consumer lifestyle. The Consumer Identity in the film reflects the ideology of consumerism that emphasizes that women's self-worth is determined by consumption as a symbol of status and emotional satisfaction.

Keywords: *Representation, Consumer Identity, Women's Lifestyle, Pay Later*

RINGKASAN

Representasi Identitas Konsumtif Perempuan Dalam Film Pay Later; Nurul Fadilah, 2170201019; 2025; 86 halaman; Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Berdasarkan hasil penelitian dari judul diatas ditemukan hasil bahwa representasi identitas konsumtif perempuan dalam film Pay Later yang di perankan oleh Amanda Manopo (Tika) menunjukan perilaku konsumtif di dorong oleh keinginannya sebagai seorang influencer dengan membeli barang branded dan menggunakan layanan keuangan digital secara berlebihan untuk mencapai kepuasan serta eksistensinya di media sosial. Dalam hal ini ada tujuh adegan di dalam film pay later yang mampu merepresentasikan identitas konsumtif perempuan menggunakan 5 korpus data yaitu pemborosan bersifat impulsif, pengaruh media sosial, ketergantungan layanan keuangan digital (BNPL), Ketakutan ketinggalan trend (FOMO) dan Tekanan sosial. Ketujuh adegan tersebut dikaji dengan menggunakan teori semiotika John Fiske yang dibagi ke dalam 3 level kode sosial yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi.

Pada Level Realitas adegan menunjukan tokoh Tika sebagai pemeran utama dalam film berasal dari kelas menengah ke bawah yang memiliki gaya hidup konsumtif untuk memenuhi keinginannya menjadi seorang influencer. Hal ini juga erat kaitannya dengan busana Tika yang fashionable disorot menggunakan teknik medium close up dan medium shot untuk menunjukan identitas konsumtif perempuan secara visual. Sedangkan level ideologi membentuk representasi identitas perempuan konsumtif melalui nilai, kepercayaan, dan sistem sosial yang dibangun masyarakat. Dalam hal ini adegan Tika yang berkaitan dengan identitas perempuan konsumtif terbagi menjadi tiga bagian, yaitu ideologi konsumerisme, narsisme, dan materialisme. Sehingga ketiga level ini mengarahkan penonton untuk memahami nilai diri perempuan dalam film dan adanya hubungan media digital yang membuat kemudahan berbelanja bagi perempuan untuk menampilkan identitas diri melalui citra diri dan gaya hidup konsumtif.

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “ Representasi Identitas Konsumtif Perempuan Dalam Film Pay Later”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi penulis mendapat banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Fitria Yuliani M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak kontribusi dan meluangkan waktunya untuk dapat mengarahkan penulis sehingga tugas akhir ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Dr. Eceh Trisna Ayuh, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Riswanto M.I.Kom selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu;
4. Dr. Juliana Kurniawati M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu;
5. Tim penguji yang telah memberikan banyak kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini baik saat sidang skripsi maupun saat revisi skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi khalayak pembaca.

Bengkulu, 1 Juli 2025



Nurul Fadilah

2170201019

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
MOTO	iv
PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PEMBIMBING	vi
PENGESAHAN	vii
CURRICULUM VITAE	viii
ABSTRAK	ix
RINGKASAN	xi
PRAKATA.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Representasi	13
2.2.2 Representasi dalam film	15
2.2.3 Komunikasi Massa	17
2.2.4 Film sebagai media komunikasi	19
2.2.5 Ideologi dalam representasi film	21
2.2.6 Identitas konsumtif perempuan	26
2.2.7 Film Pay Later.....	33
2.2.8 Teori Semiotika John Fiske	35
2.3 Kerangka Berpikir.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	41
3.2 Jenis dan Pendekatan	41
3.3 Fokus Penelitian	42
3.4 Sumber Data	43
3.5 Korpus Data	44
3.6 Unit Analisis Data	46
3.7 Teknik Pengumpulan Data	52
3.8 Uji Keabsahan Data	53
3.9 Teknik Analisis Data	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis	56
4.1.1 Pemeran Film Pay Later	58
4.2 Hasil Penelitian	63
4.3 Pembahasan.....	81

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1 Pemborosan Tika akibat perilaku Impulsif	48
Gambar 3.2 Pengaruh Media Sosial	49
Gambar 3.3 Ketergantungan Layanan Keuangan Digital	50
Gambar 3.4 Ketakutan Ketinggalan Tren (FOMO)	51
Gambar 3.5 Para ibu- ibu tetangga dan Ibu Tika menegur penampilan Tika.....	52
Gambar 4.1 Poster Film Pay Later.....	56
Gambar 4.2 Tika saat keluar membawa barang belanjanya	64
Gambar 4.3 Tika berinteraksi dengan penonton di live streaming	66
Gambar 4.4 Tika melakukan live streaming dan membagikan daily life kepada followers.....	68
Gambar 4.5 Tika menggunakan Aplikasi Bil Later sebagai metode pembayaran digital	71
Gambar 4.6 Tika memperlihatkan tas edisi terbaru kepada temannya	74
Gambar 4.7 Tika melakukan life streaming bersama teman- temannya.....	76
Gambar 4.8 Persepsi masyarakat tentang penampilan Tika	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Tim Produksi Serial Film Pay Later	57
Tabel 4.1.1 Pemeran Film Pay Later	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini komunikasi massa telah banyak membawa perubahan dan pengaruh besar bagi masyarakat. Perubahan tersebut bukan hanya berdampak pada perilaku saja, melainkan nilai dan norma sosial dalam lapisan masyarakat yang berkaitan dengan konsumsi, gaya hidup, maupun status sosial. (Guntoro et al., 2022) Kehadiran komunikasi massa di era modern memberikan kemudahan akses informasi dengan mudah dan cepat yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Hamdani (2023) Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk dan mempengaruhi pandangan masyarakat melalui framing dan perspektif yang digunakan (Annisa & Budiman, 2024). Untuk itu dengan keberadaan media massa, pesan dapat di sampaikan ke khalayak yang lebih luas dan mudah dijangkau.

Keberadaan media massa seperti surat kabar, film, radio, dan televisi sangat berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Media massa digunakan sebagai sarana komunikasi yang memiliki fungsi utama, yaitu sebagai lembaga yang menyebarkan informasi (*to inform*), membentuk opini (*to persuade*), mendidik (*to educate*), dan menghibur (*to entertain*). Salah satu media massa yang selalu upgrade dalam memberikan informasi dan sarana hiburan kepada masyarakat adalah film (Saputra & Hidayat, 2025:69).

Dalam praktiknya, film merupakan gambaran yang bergerak disertai dengan suara, warna, teks, dan cerita. Film menjadi salah satu media massa yang bersifat kompleks dan berbentuk audiovisual sehingga penonton/ audiens tertarik untuk melihat. Film ialah sebuah hasil karya seni yang tidak hanya menghibur melainkan memberikan cerminan tentang realitas sosial, budaya dan nilai- nilai yang berkembang di masyarakat. Untuk itu melalui film penyampaian pesan dapat dijadikan inspirasi, membangun kesadaran, ataupun menyampaikan pesan moral yang ingin di sampaikan kepada penonton.

Film sendiri dapat di kategorikan dalam dua hal, yaitu film layar lebar (Bioskop) dan film platform streaming. Kedua film ini memiliki perbedaan seperti terletak pada durasi jam tayang film, penggunaan media distribusi yang digunakan, ataupun sumber pendapatannya. Berkembangnya teknologi menciptakan platform streaming digital yang berbasis langganan sehingga dapat dibayarkan setiap bulannya agar dapat mengakses film, serial, ataupun documenter tanpa iklan. Streaming adalah layanan berbayar yang medistribusikan dan menggunakan konten media tanpa batasan seperti, Netflix, Vision, Spotify, dll. Film memiliki beragam genre yang bisa dikategorikan seperti, komedi, horror, Romantic, documenter, drama, action, dll. (Informatika & Misi, 2025)

Untuk itu film bukan hanya dijadikan media hiburan saja melainkan sebagai sarana komunikasi yang efektif. Film memiliki peran penting dalam kehidupan manusia karena dapat membentuk cara masyarakat memandang realitas sosial. Film mampu bergerak sebagai penghubung antara pengirim kepada penerima

pesan dalam membentuk sebuah makna. Selain itu, film digunakan sebagai alat representasi sosial yang dapat menyampaikan dan mencerminkan nilai-nilai kehidupan masyarakat dari berbagai aspek. (Israwati, 2022) Melalui alur cerita dan karakter tokoh dalam film, penonton dapat melihat refleksi dari dinamika sosial terhadap proses pembentukan identitas individu. Film tidak hanya menampilkan cerminan realitas tetapi menjadikan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan membentuk identitas diri mereka.

Menurut Erikson (1994) pembentukan identitas diri merupakan proses dimana seorang individu secara sadar membentuk gambaran dirinya secara utuh dalam kehidupan dan menempatkan keyakinannya secara berkelanjutan. Proses pembentukan identitas diri dapat dilihat melalui elemen yang membentuk individu yaitu, upaya untuk mengetahui informasi atau eksplorasi diri, dan upaya untuk melaksanakan pilihan yang ditetapkan atau komitmen. Dalam konteks perempuan di era modern proses pembentukan identitas diri dibentuk oleh berbagai faktor pendorong seperti media sosial, pergaulan, masyarakat, status sosial dll. (Umar & Masnawati, 2024)

Sedangkan dalam realitasnya perempuan lebih sering aktif dalam mengekspresikan diri mereka di media sosial untuk membentuk citra diri dalam status sosial dan pengakuan masyarakat. Perempuan dianggap lebih sering menjadi objek/ konsumen utama dalam target industri fashion, kosmetik, dan gaya hidup mewah. Perempuan menjadi sasaran utama dalam target pemasaran sebagai bentuk ekspresi diri, pencapaian sosial, dan citra diri. Hal ini karena didorong oleh beberapa faktor pendukung seperti tekanan standar kecantikan di

tengah masyarakat dan pengaruh media. Media berkaitan dengan membentuk budaya konsumtif perempuan untuk mempengaruhi pikiran dan mengundang ketertarikan calon konsumen. Selain itu industri dan perusahaan juga terus mendorong pola konsumsi yang semakin meningkat melalui berbagai strategi pemasaran, menciptakan hasrat baru yang mendorong individu untuk terus membeli (Janna Panayanti et al., 2024).

Perilaku tersebut merupakan suatu tindakan konsumtif yang dilakukan atas dasar keinginan pribadi dengan membeli barang atau jasa secara berlebihan untuk mencapai kepuasan. Perilaku ini tidak lagi memikirkan tujuan pembelian barang maupun kondisi keuangan yang dihadapi, tetapi lebih mementingkan keinginannya agar tercapai. Perilaku konsumtif ini ialah fenomena yang biasanya terjadi pada kaum milenial dan Gen Z untuk dapat memenuhi tran gaya hidup masa kini tanpa melihat manfaat atau urgensi dari barang atau jasa tersebut. (Safitri, 2022)

Fenomena ini dapat dianalisis dalam sebuah film berjudul *Pay Later* yang sesuai dengan realitas perempuan di era modern. Film *Pay Later* ini merupakan serial televisi streaming Indonesia di vision+ yang diangkat dari novel berjudul *Pay Sooner or Later* karya Adrindia Ryandisza diterbitkan oleh Elex Media Komputindo. Film ini disutradarai oleh Surya Ardy Octaviand yang dirilis perdana tanggal 16 Maret 2024 dengan jumlah 8 episode dan pernah berhasil menaiki Top 10 serial netflix di Indonesia. Film ini bercerita tentang perjuangan Tika (Amanda Manopo) yang membayar semua hutang pinjaman online di Pay Later untuk mewujudkan keinginannya menjadi seorang influencer.

Film ini membangun realitas cerminan perempuan modern dengan mengangkat fenomena gaya hidup konsumtif masyarakat Indonesia, khususnya pengguna Pay Later. Novelis Adrindia Ryandisza bahkan sempat melakukan riset langsung untuk dapat mengamati bagaimana proses pinjaman online dilakukan dan cara kerja penagihan pinjaman Pay Later. Film ini menceritakan tentang Tika yang hobi berbelanja barang- barang branded sesuai dengan keinginannya tapi melalui sistem Pay Later. Dalam film, Tika digambarkan memiliki karakter yang ambisius/ pekerja keras, berpenampilan perfeksionis, percaya diri, mudah terpengaruh lingkungan, suka menggunakan Pay Later dan memiliki perilaku impulsif saat berbelanja.

Film Pay Later bercerita tentang Tika yang memiliki perilaku konsumtif hingga membentuk identitas dirinya dalam lingkungan masyarakat dan media digital di era modern. Kemudahan dalam menggunakan media digital sering di salah artikan oleh masyarakat sebagai tindakan yang menyimpang sehingga membentuk identitas konsumtif. Hal ini karena media digital menawarkan berbagai akses yang mudah dalam bertransaksi dan berbelanja. Namun dengan adanya kemudahan ini membuat pola konsumsi masyarakat menjadi meningkat.

Pentingnya penelitian tentang film Pay Later ini dilakukan karena, film ini mencerminkan fenomena sosial yang terjadi di masyarakat modern saat ini, khususnya terkait pola konsumsi dan bagaimana identitas konsumtif Perempuan dapat terbentuk. Menurut Otoritas Jasa Keuangan peningkatan jumlah pinjaman online atau pinjol di Indonesia saat ini semakin tinggi, tercatat sebanyak Rp. 66,79 Triliun pada Juni 2024 pada pemberitaan (detik.com,2024). Dengan

peningkatan tersebut diiringi juga dengan produk kredit Buy Now, Pay Later (BNPL) perbankan mencatat 0,28 % terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya.

Sedangkan menurut hasil survey kolaborasi kredivo bersama dengan Katadata Insight Senter(KIC) tahun 2023 menunjukan pengguna Pay Later dalam negeri di dominasi oleh kaum milenial dan Gen Z. Sebanyak 43,9 % pengguna Pay Later berasal dari generasi milenial atau berusia pada 26-35 tahun dan pengguna dari kalangan Gen Z mencapai 26,5% di rentang usia 18- 25 tahun. Terjadinya kenaikan ini tentunya disebabkan karena kenyamanan dari fitur Spay Later yang ditawarkan serta memberikan solusi dan promo menarik yang beragam.(data.boks,2024)

Film ini memberikan pesan moral dan pemahaman tentang perempuan yang sering menjadi target utama dalam strategi pemasaran seperti iklan, media sosial, standarisasi masyarakat tentang perempuan, maupun tren gaya hidup yang sering di bentuk oleh industri. Penelitian ini mengeksplorisasi representasi identitas konsumtif perempuan dalam episode pertama film Pay Later. Pada penelitian ini peneliti memilih episode pertama dari film Pay Later sebagai objek penelitian karena episode pertama ini menjadi pengenalan awal karakter tokoh dalam film dengan memperlihatkan kebiasaan, motivasi dan factor pendorong terbentuknya identitas konsumtif tersebut. Selain itu dalam episode pertama ini pembentukan konflik mulai terbentuk dari alasan tokoh melakukan perilaku konsumtif dan layanan keuangan digital Pay Later yang mempengaruhi pola konsumsi Tika.

Oleh karena itu pentingnya menganalisis identitas konsumtif perempuan dalam episode pertama ini karena, peneliti dapat menganalisis bagaimana Film Pay Later merepresentasikan perempuan dalam budaya konsumsi. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami karakter perempuan dalam film di representasikan sebagai individu yang terpengaruh oleh tekanan sosial dan kemudahan digital. Pada penelitian ini peneliti menggunakan studi semiotika John Fiske sebagai landasan konseptual yang bisa menjelaskan dan merepresentasikan fenomena dalam film.

Penggunaan Teori John Fiske dalam film Pay Later ini ditunjukkan untuk merepresentasikan simbol atau tanda Identitas Kosumtif yang di bangun oleh tokoh Tika. Dalam Teori John Fiske terbagi menjadi 3 level, yaitu Realitas, Representasi dan Ideologi. Level realitas merupakan tingkatan yang berfokus pada ekspresi wajah, pakaian, dialog, dll. Pada level representasi, lebih berfokus pada sinematografi dan teknik media yang bisa membentuk makna dalam media. Selanjutnya, level ideologi merupakan tingkatan yang berkaitan dengan gagasan, nilai, dan keyakinan dalam kehidupan masyarakat. (Dahid, 2023)

1.2. Rumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang yang telah dijelaskan tersebut maka di dapatkan rumusan masalahnya yaitu : Bagaimana identitas konsumtif Perempuan direpresntasikan dalam film Pay Later?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut didapatkan tujuan penelitian ini adalah untuk merepresentasikan identitas konsumtif perempuan yang terdapat dalam

film Pay Later dengan menggunakan Teori Semiotika John Fiske berdasarkan kode realitas, kode representasi, dan kode ideologi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan untuk dapat diuraikan dalam hal, berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk mampu memberikan kontribusi pengembangan teori semiotika dari John Fiske yang berkaitan dengan Realitas, Representasi dan Ideologi. Hal ini dilakukan peneliti untuk melihat identitas konsumtif Perempuan pada sistem layanan keuangan digital (*Fintech*) yaitu Pay Later di era modern dan keterkaitan media sebagai pendorong pola berfikir baru dan konsumsi

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk peneliti menambah pengetahuan, ide dan gagasan terhadap realitas sosial yang terjadi dalam masyarakat agar dapat menyikapi peran media digital dan fenomena perilaku konsumtif dengan bijak.
- b. Untuk hasil umum penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih kritis terhadap media (Film) dalam membentuk dan merepresentasikan identitas konsumtif perempuan. Selain itu penelitian ini juga menyadarkan audiens tentang pentingnya manajemen keuangan dalam mengambil keputusan financial dan konsumsi digital.