

REPRESENTASI IDENTITAS KONSUMTIF PEREMPUAN DALAM FILM PAY LATER

Nurul Fadilah^{1*}, Fitria Yuliani²

¹²Universitas Muhammadiyah Bengkulu

*Nufabkl@gmail.com

Abstract

The modern era, influenced by mass communication, has a significant impact on shaping social reality by providing rapid access to information that affects public perception and behavior. Film, as one form of mass media, plays an important role in representing social issues, one of which is the consumptive behavior of women shaped by beauty standards, the media, and luxurious lifestyles. This study aims to analyze the consumptive identity of women portrayed in the film Pay Later using John Fiske's semiotic analysis. The research applies a qualitative descriptive method with a semiotic approach to analyze the symbols, meanings, and representations contained in the film Pay Later. By utilizing Fiske's three levels of social codes reality, representation, and ideology this study aims to identify how the character Tika in the film reflects the consumptive identity of women influenced by social pressure, social media influence, FOMO (Fear of Missing Out), and dependence on digital financial services. The results show that the film depicts how women, especially Tika, form their self-image through the consumption of branded goods and a luxurious lifestyle to gain social recognition and existence in the digital space.

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

Abstrak

Era modern, yang dipengaruhi oleh komunikasi massa, memiliki dampak signifikan dalam membentuk realitas sosial dengan memberikan akses cepat terhadap informasi yang memengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat. Film, sebagai salah satu bentuk media massa, memainkan peran penting dalam merepresentasikan isu-isu sosial, salah satunya adalah perilaku konsumtif perempuan yang dibentuk oleh standar kecantikan, media, serta gaya hidup mewah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis identitas konsumtif perempuan yang digambarkan dalam film *Pay Later* dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske. Penelitian ini mengaplikasikan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika untuk menganalisis simbol, makna, dan representasi yang terkandung dalam film *Pay Later*. Dengan menggunakan tiga tingkat kode sosial Fiske realitas, representasi, dan ideologi—penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana karakter Tika dalam film tersebut mencerminkan identitas konsumtif perempuan yang dipengaruhi oleh tekanan sosial, pengaruh media sosial, FOMO (*Fear of Missing Out*), dan ketergantungan pada layanan keuangan digital. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa film ini menggambarkan bagaimana perempuan, terutama Tika, membentuk citra diri melalui konsumsi barang bermerek dan gaya hidup mewah untuk mendapatkan pengakuan sosial dan eksistensi di ruang digital.

Kata Kunci: Representasi, Identitas Konsumtif, Gaya Hidup Perempuan, *Pay Later*

Pendahuluan

Kehadiran komunikasi massa di era modern memberikan kemudahan akses informasi dengan mudah dan cepat yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (Puspianto, 2022). Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk dan mempengaruhi pandangan masyarakat melalui *framing* dan perspektif yang digunakan (Annisa & Budiman, 2024). 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).

Film mampu bergerak sebagai penghubung antara pengirim kepada penerima pesan dalam membentuk sebuah makna (Ardaffa, 2022; Nurhidayah, 2017; Wahyuningsih, 2019). Selain itu, film digunakan sebagai alat untuk dapat merepresentasikan berbagai isu sosial yang berasal dari berbagai aspek kehidupan masyarakat (Israwati, 2022). Salah satu isu sosial tersebut berkaitan dengan identitas perempuan yang sering menjadi objek/ konsumen utama dalam target *industry fashion*, kosmetik, dan gaya hidup mewah. Hal ini karena di dorong oleh beberapa faktor pendukung seperti tekanan standar kecantikan di tengah masyarakat dan pengaruh media digital. Pembentukan identitas diri merupakan proses dimana seorang individu secara sadar membentuk gambaran dirinya secara utuh dalam kehidupan dan menempatkan keyakinannya secara berkelanjutan (Umar & Masnawati, 2024). Fenomena ini biasanya banyak di alami pada kaum milenial dan Gen Z yang ingin mengikuti tren gaya hidup masa kini, tanpa melihat manfaat atau urgensi dari barang atau jasa tersebut sehingga menciptakan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ini tidak terlepas dari adanya aplikasi yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunaannya untuk dapat membeli barang tanpa harus menggunakan uang *cash* secara langsung. Metode pembayaran ini disebut *Buy Now Pay Later* atau beli sekarang, bayar nanti yang bisa diakses melalui smartphone (Husna, 2023; Restike et al., 2024; Sela et al., 2024). Dalam hal ini fenomena tersebut dapat di representasikan dalam sebuah film berjudul *Pay Later* yang disutradarai oleh Surya Ardy Octaviand. Film *Pay Later* bercerita . Film ini bercerita tentang perilaku konsumtif Tika yang hobi berbelanja barang branded untuk dapat menjadi seorang influencer dan mendapatkan citra diri di depan public maupun media. Berkaitan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam terhadap alur cerita dalam film *Pay Later* dengan menggunakan teori

semiotika John Fiske yang terbagi ke dalam 3 level kode sosial, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. 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). Jadi, dari pemaparan fenomena di atas rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana identitas konsumtif perempuan direpresentasikan dalam film *Pay Later* berdasarkan 3 level kode semiotika John Fiske.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotik yang terdapat dalam film *Pay Later*. Penelitian kualitatif digunakan untuk dapat memfokuskan topik utama pada pemahaman simbol, makna dan representasi yang terkandung dalam film *Pay Later*, khususnya identitas konsumtif perempuan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori semiotika John Fiske, karena Menurut Fiske kode- kode yang digunakan dalam media massa saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Teori yang dikemukakan oleh John Fiske adalah teori *The Codes Of Television* yang menyampaikan bahwa kode ialah satuan dari kesatuan kode- kode lain sebelumnya sehingga terbentuk sebuah makna. Dalam penelitian ini Film *Pay Later* menjadi subjek utama sedangkan objeknya diperoleh dari adegan film yang membahas tentang identitas konsumtif perempuan direpresentasikan oleh media (Fiantika et al., 2022; Rasyid, 2022; Ratnaningtyas et al., 2023; Subhaktiyasa, 2024).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan dokumentasi. Teknik observasi dilakukan dengan menonton langsung Film *Pay Later* dan mengamati setiap adegan, dialog, *gesture*, dll dalam alur cerita yang mengandung kriteria identitas konsumtif perempuan. Dokumentasi dalam penelitian ini dapat berupa meng *capture* potongan scene yang dinilai mempresentasikan identitas konsumtif perempuan dibentuk dalam film, kemudian menganalisisnya menggunakan 3 level kode semiotika John Fiske, yaitu Realitas, Representasi dan Ideologi. Selain itu penulis juga mengumpulkan data- data serta mengkaji berbagai literatur yang dinilai relevan dengan objek penelitian agar bisa dijadikan bahan argumentasi seperti buku, jurnal, internet dan sumber lainnya. Uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar valid dengan menggunakan triangulasi sumber data. Menurut Moelong, 2017 triangulasi sumber data merupakan cara yang dilakukan untuk membandingkan data dari berbagai sumber seperti adegan dalam film, dialog, serta referensi pustaka dan kajian teori. Penulis juga menggunakan lima unit analisis data dari beberapa potongan adegan dalam film *Pay Later*, yaitu pemborosan bersifat impulsive, pengaruh media sosial, ketergantungan layanan keuangan digital (BNPL), ketakutan ketinggalan tren (FOMO), dan tekanan social (Purwanza, 2022; Rasyid, 2022; Ratnaningtyas et al., 2023).

Hasil dan Pembahasan

Film *Pay Later* adalah drama yang menceritakan tentang seorang Perempuan bernama Tika Lavenia Putri, yang bekerja sebagai pegawai magang di Perusahaan besar di Jakarta. Dengan keterbatasan ekonomi yang sederhana, Tika berusaha mencari berbagai cara untuk dapat memenuhi kebutuhannya termasuk gaya hidup yang ia inginkan. Keinginannya untuk menjadi influencer tanpa didukung oleh kondisi keuangan yang stabil membuat Tika memilih jalan instan dengan menggunakan layanan aplikasi Bil Later. Dorongan yang kuat untuk tampil menarik di media sosial membuatnya harus selalu mengikuti tren dan kemajuan zaman, sehingga layanan pinjaman online membuatnya harus terjebak dalam lingkaran hutang.



Gambar 1. Poster Film Pay Later

Drama ini merupakan adaptasi dari novel karya Adrindia Ryandiza yang terbit pada 2022 yang berjudul *Pay Sooner Or Later*. Film ini memiliki banyak keistimewaan di dibandingkan dengan film- film lainnya karena tidak hanya menggambarkan realitas sosial Perempuan, tetapi juga pemerannya yang memiliki karakter unik dan lucu di setiap adegan. Melalui penyajian drama dalam film *Pay Later* ini, perempuan digambarkan dalam konteks kehidupan yang berkaitan dengan pola konsumsi dan kemudahan teknologi sehingga mendorong mereka untuk mengikuti standar ideal dalam masyarakat. Hal ini mengaitkan tentang bagaimana seorang perempuan membentuk identitas diri melalui cara yang mereka tampilkan untuk dapat dilihat dan di pandang oleh masyarakat maupun media sebagai seorang yang *update* dengan tren. Dalam penelitian ini penulis hanya menganalisis episode pertama dalam film *Pay Later* yang berdurasi 38 menit. Dalam film bergenre drama komedi roman ini Tika di hadapkan dengan alur cerita yang relevan dengan realitas sosial perempuan urban di era modern dalam konsumsi barang. Film di episode pertama ini menjadi awal mula pengenalan karakter tokoh utama dan memperlihatkan gaya hidup konsumtif yang menjadi kritik utama film. Di episode pertama ini juga memberikan alasan Tika memilih pinjaman online, konflik awal, ataupun faktor- faktor yang mendorong perilaku konsumtif Tika.

Dari hasil pengamatan terkait penelitian ini penulis menerapkan teori semiotika yang di perkenalkan oleh John Fiske untuk memaknai isi pesan yang ingin di sampaikan kepada penonton. Dimana ketika penonton dapat melihat adanya simbol pertanda dan penanda yang melibatkan 3 level kode sosial yaitu Level Realitas, Level Representasi dan Level Ideologi melalui *screencapture* Film *Pay Later*. Adapun penjelasan mengenai *Screencapture* tersebut ialah sebagai berikut:

A. Screencapture durasi 1.16



Gambar 2. Film Pay Later

Pada level realitas terlihat adegan Tika yang keluar dari ruang ganti baju, sedang memegang beberapa barang belanjanya keluar dari ruang ganti pakaian dengan ekspresi wajah yang bahagia, puas, dan percaya diri menunjukkan barang kepemilikannya ke depan kamera. Penampilan busana Tika yang *fashionable* menggunakan atasan biru bermotif lengan pendek dan celana biru, mencerminkan kesan sebagai sosok yang profesional sebagai seorang Perempuan modern. Pada level representasi memperlihatkan adegan Tika disorot menggunakan teknik visual medium shut yang menampilkan pencahayaan terang dari bawah pinggang hingga kepala untuk dapat menyorot ekspresi wajah dan gaya busana yang *fashionable*. Ekspresi wajah Tika yang bahagia saat keluar dari ruang ganti pakaian memiliki arti sebagai simbol kepuasan diri setelah berbelanja dan berhasil menunjukan identitas perempuan modern secara emosional. Selain itu perpaduan kostum baju dan celana berwarna biru Tika memberikan kesan kehidupan bahagia yang dibangun dengan citra perempuan modern yang elegan, percaya diri, bebas, dan santai melalui konsumsi tersebut. Ideologi yang relevan pada *screencapture* ini ialah konsumerisme. Ideologi Konsumerisme menekankan pada konsumsi barang bermerek dan mewah yang diletakkan bukan sekedar kebutuhan melainkan kepuasan emosional untuk mendapatkan pengakuan sosial (Jean Beudriland,1983).

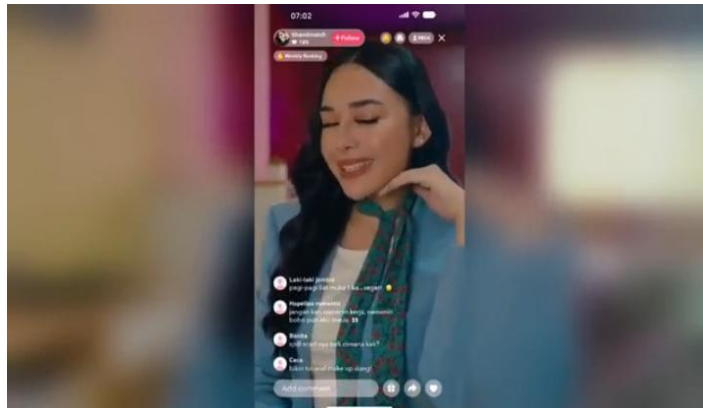
B. Screencapture durasi 0.25



Gambar 3. Film *Pay Later*

Level realitas dalam scene ini memperlihatkan Tika sedang melakukan siaran langsung di media sosial, yang di tunjukan oleh interaksi dialog pada kolom komentar dalam *frame* kamera. Penampilan Tika di sorot dengan menggunakan baju biru bermotif polkadot, yang terlihat dalam kamera hanya pada bagian dada sampai ke atas kepala. Dengan latar belakang daerah perkotaan, tampilan wajah Tika yang tersenyum lebar ke arah kamera mencerminkan suasana bahagia dan percaya diri. Pada level representasi, teknik kamera menggunakan *medium close up* untuk menunjukkan ekspresi Tika yang tersenyum ceria dengan latar belakang gedung- gedung tinggi perkotaan. Teknik pengambilan gambar ini menegaskan kedekatan emosional Tika sebagai seorang perempuan yang aktif di media sosial untuk menampilkan citra diri di ruang publik (Joseph, 1965). Ekspresi yang ditunjukkan Tika dalam adegan di atas merupakan ekspresi bahagia, terlihat dari raut wajah yang tersenyum lebar dengan memperlihatkan gigi dan mata sedikit menyipit memberikan kesan senyum alami untuk menunjukkan kegembiraan (Purbasari & Jakti, 2014). Level Ideologi yang relevan dalam adegan *screencapture* ini adalah narsisme, yaitu Tika yang menampilkan identitas diri melalui media sosial untuk mempromosikan gaya hidup dan nilai konsumtif digital sebagai seorang *influencer*. Penampilan Tika yang bahagia dan percaya diri di depan kamera saat *live streaming* mencerminkan ideologi nilai- nilai yang membangun identitas konsumtif perempuan melalui validasi sosial dari komen, *like* dan pengikutnya (Christoper Lasch, 1979).

C. Screencapture berdurasi 3.54



Gambar 4. Film Pay Later

Pada level realitas, adegan tersebut memperlihatkan Tika melakukan *live streaming* dengan menggunakan blazer berwarna biru dan syal yang menambah kesan modern, profesional, dan *stylis*. Pada level representasi, cerita dalam adegan diatas Tika sedang melakukan *video life streaming* yang memperlihatkan model gaya rambut, *make up*, dan busana yang digunakannya kepada penonton untuk mendapatkan *endorsement* dan meningkatkan popularitas sebagai *influencer*. Penampilannya tersebut mencerminkan perempuan urban dalam konteks media digital yang ingin menampilkan citra diri di depan publik dengan percaya diri sebagai simbol kelas sosial (David Chaney,1996). Pada *screencapture* ini ideologi yang relevan dengan adegan ialah ideologi narsisme, yaitu kondisi keterkaitan Tika saat menggunakan teknologi digital untuk mendapatkan pengakuan dari pengikutnya di media sosial. Penggunaan platform digital seperti TikTok, Instagram, atau media sosial lainnya digunakan Tika sebagai sarana untuk mendapatkan popularitas, dan keuntungan dari *endorsement*. Hal ini menunjukkan bahwa Tika memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk membangun citra diri yang ideal sebagai perempuan yang dapat diraih dengan konsumsi barang- barang bermerek (Christoper Lasch, 1979).

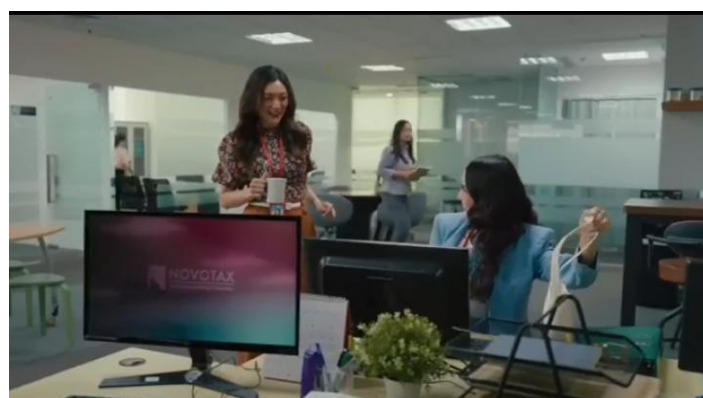
D. Screencapture durasi 1.21



Gambar 5. Film Pay Later

Level realitas menunjukkan adegan Tika memegang *smartphone* ke arah kamera yang memperlihatkan aplikasi keuangan digital bernama Bil Later saat akan membayar barang belanjanya, dengan ekspresi wajah tersenyum berlatar belakang di *fashion store*. Pada level representasi ekspresi wajah Tika terlihat ceria dan puas saat akan menggunakan aplikasi Bil Later. Hal ini sejalan dengan (Jambi & Manajemen, 2024) menyebutkan bahwa konsumen akan menunjukkan reaksi emosional atau kognitif yang terjadi karena dorongan perasaan ingin memiliki atau melihat sesuatu secara spontan. Pada adegan tersebut Tika melakukan pembelian untuk dapat membuat konten video *life streaming* dengan adanya promo dan diskon yang ditawarkan toko. Representasi Tika memperlihatkan aplikasi Bil Later di tangannya memiliki arti simbolis sebagai teknologi digital yang memberikan kemudahan instan bagi manusia untuk mengakses keinginan dalam memenuhi gaya hidup. Ideologi yang relevan dengan *screencapture* ini adanya nilai ideologi konsumerisme, yaitu cara Tika membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi untuk menunjukkan citra diri sebagai seorang *influencer*.

E. Screencapture durasi 6.11



Gambar 6. Film Pay Later

Terlihat adegan memperlihatkan suasana ruang kantor Tika yang dilengkapi dengan perabotan modern seperti komputer, meja kerja, dinding kaca dengan kesan formal dan elegan. Dalam adegan *screenshot* di atas Tika disapa temannya Yuli yang terpesona melihat tas edisi terbaru bermerek MC berwarna putih yang Tika gunakan. Pada level representasi Tika sebagai influencer membawa pengaruh yang cukup besar pada gaya hidup seseorang dan mendorong munculnya perilaku konsumtif untuk memicu timbulnya FOMO. Kehadiran Tika sebagai influencer membawa keputusan perempuan untuk melakukan pembelian tentang tren fashion. Simbol tas yang ditunjukkan dalam film memperkuat aktifitas konsumsi dalam media yang menggambarkan perempuan sukses dengan kepemilikan barang konsumtif (Hodkinson 2019). Teknik pengambilan gambar adegan ini menggunakan medium shut, yang memberikan keseimbangan antara fokus subjek dengan latar belakang. Ideologi yang relevan dengan scene ini ialah ideologi konsumerisme. Ideologi ini menekankan tentang budaya yang mendorong Tika untuk membeli dan memiliki barang tanpa mempertimbangkan kondisi finansial, hanya untuk dapat update dengan tren baru. Selain itu budaya FOMO yang sering berkembang di masyarakat juga dikaitkan dengan realitas sosial perempuan di mana mereka merasa ketakutan akan ketinggalan tren terbaru (Jean Beudrillard, 1983).

F. Screenshot durasi 26.54



Gambar 7. Film Pay Later

Pada level realitas adegan memperlihatkan Tika dan teman kantornya berada di ruang karaoke, sambil bernyanyi bersama dengan melakukan *life streaming* melalui media sosial. Adegan memperlihatkan Tika membagikan moment kebersamaan itu dengan *handphone*. Karakter Tika sebagai *influencer* dalam adegan tersebut berusaha ingin mendapatkan *like*, komentar, dan *endorsement* dari pengikut terkait pengalaman pribadinya sendiri. (Erving Goffman, 1959). Adapun teknik kamera yang digunakan dalam adegan ini ialah teknik medium shut. Dengan pencahayaan yang sedikit redup tapi menciptakan kesan keakraban dan kehangatan bersama teman-teman (Joseph v. Mascelli, 1965). Ideologi yang relevan dengan

screenshot ini adanya ideologi narisme yang dilakukan Tika untuk menarik perhatian pengikutnya dan mendapatkan pengakuan di ruang publik. Melalui *life streaming* Tika memanfaatkan akses digital dengan menampilkan citra diri yang aktif dan ideal melalui gaya hidup perempuan urban.

G. Screenshot durasi 04.50



Gambar 8. Film Pay Later

Pada level realitas, terlihat scene berlatar belakang di kompleks pinggir ibu kota dengan suasana yang padat dengan penduduk dan aktifitas kehidupan sehari-hari masyarakat saat berbelanja di gerobak sayur keliling. Dalam adegan terlihat ada beberapa tokoh pemeran lain yang mendukung suasana lingkungan penduduk di gang itu seperti bapak- bapak, ibu- ibu, dan tukang sayur keliling. Level representasi, adegan menunjukkan keadaan lingkungan dan suasana yang sederhana seperti di atas memperlihatkan representasi ekonomi kelas sosial menengah ke bawah. Dialog ibu- ibu yang memuji penampilan Tika menunjukkan perempuan cantik selalu dikaitkan dengan status ekonomi dan kesuksesan. Sehingga perempuan sering mengikuti standar kecantikan dan ingin mendapatkan pengakuan di depan publik, meski harus berhutang sekalipun. Tekanan ini mendorong perempuan untuk selalu berpenampilan menarik agar dapat menciptakan *personal branding* yang sesuai. (Emile Durkheim, 1895). Teknik kamera menggunakan medium *shut* yang diambil dari bagian pinggang hingga ke bagian atas kepala yang bertujuan untuk memperlihatkan beberapa tokoh dalam adegan dan latar belakang lingkungan sekitar. Ideologi yang relevan dengan adegan diatas ialah adanya ideologi materialisme. Ideologi ini lebih memperlihatkan ibu- ibu kompleks sebagai masyarakat dalam film memandang kepemilikan barang dan penampilan menjadi tolak ukur kesuksesan seseorang (Christopher Lasch, 1979).

Adapun tanda- tanda pengkodean dalam drama film *Pay Later* ini dianalisis berdasarkan teori semiotika John Fiske yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Penelitian ini mengidentifikasi identitas konsumtif Tika melalui 5 kriteria yaitu pemborosan bersifat *impulsive*, pengaruh media sosial, ketergantungan layanan digital (BNPL), ketakutan ketinggalan tren (FOMO), dan tekanan sosial.

1. Pemborosan Bersifat Impulsive

Pada adegan Tika yang melakukan pembelian barang dengan berlebihan di sebuah *fashion store* tanpa mempertimbangkan keadaan finansial. Penelitian ini menganalisis bagaimana adegan- adegan tersebut menyampaikan makna yang ada di dalamnya berdasarkan teori Semiotika John Fiske. Pemborosan Tika yang bersifat *impulsive* ini terdapat pada *screenshot* 1. Pada *screenshot* tersebut Tika menunjukkan perilaku *impulsive* Tika terlihat dari barang belanjaan yang ia beli hanya demi terlihat menarik saat *live streaming* di media sosialnya untuk meningkatkan citra dirinya sebagai influencer. Hal ini menunjukkan bagaimana identitas perempuan yang diperankan Tika dibentuk oleh *branding* yang ingin ditampilkannya di ruang publik digital, sehingga mempengaruhi pola perilaku dan konsumsi belanja. Dengan perasaan yang ingin mencapai kepuasan sementara dan validasi sosial. Berdasarkan ideologi yang relevan dalam adegan *screenshot* di atas menunjukkan adanya ideologi konsumerisme.

2. Pengaruh media sosial

Adegan aktifitas Tika sehari- hari yang melakukan *live streaming* digital untuk mendapatkan *follower*, *koment*, *endors*, dan *like* dari pengikutnya. Penelitian ini menganalisis bagaimana adegan- adegan tersebut menyampaikan makna yang ada di dalamnya berdasarkan teori semiotika John Fiske. Adegan tersebut terdapat di *screenshot* 2, 3, dan 6 yang telah mencakup semua kriteria seperti, percaya diri di depan publik, memamerkan gaya hidup, dan suka membagikan *daily life* nya untuk mendapatkan profit. Selain itu hal ini juga menunjukkan bagaimana Tika membangun citra diri sebagai seorang *influencer* yang selalu ingin terlihat menarik, *up to date*, dan *fashionable* di depan publik. Dari adegan dalam *screenshot* tersebut merepresentasikan identitas konsumtif perempuan yang tercermin dalam karakter Tika. Sebagai seorang perempuan, Tika ingin terlihat menarik dengan memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri melalui interaksi dengan media sosial yang penuh kemewahan dengan barang- barang branded. Aktivitas belanja yang berlebihan untuk selalu tampil dengan barang baru mencerminkan identitas Tika sebagai bagian dari perilaku konsumtif. Berdasarkan ideologi yang relevan dalam adegan *screenshot* di atas menunjukkan adanya ideologi narsisme.

3. Ketergantungan media digital (BNPL)

Ini mencakup unsur dorongan impulsive, kemudahan dan kenyamanan akses aplikasi, serta ingin menampilkan budaya konsumtif melalui barang- barang mewah sebagai seorang *Influencer*. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana konteks ini mempengaruhi penonton terhadap pola konsumsi dan sikap yang di tunjukkan media sosial tidak selalu sama dengan realitas kehidupan. Adegan ini dipertegas melalui film *Pay Later* pada *screenshot* ke 4 saat Tika menggunakan aplikasi *Bil Later* untuk membayar barang belanja di sebuah *fashion store* yang mewah. Hal ini menunjukkan bagaimana identitas konsumtif perempuan dibentuk oleh dorongan aplikasi *Bil Later* yang bisa mewujudkan keinginan dengan mudah dan memfasilitasi gaya hidup konsumtif. Penggunaan *Bil Later* menjadi simbol kebebasan membeli barang yang diinginkan melalui media digital dengan

kemudahan akses dan promosi menarik. Berdasarkan ideologi yang relevan dalam adegan *screenshot* di atas menunjukkan adanya ideologi konsumerisme.

4. Ketakutan ketinggalan tren (FOMO)

Ini mencakup unsur ketika Tika merasa untuk selalu *up to date* dan mengikuti tren terbaru. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana konteks ini mempengaruhi persepsi penonton terhadap budaya konsumtif di media sosial yang ingin selalu tampil eksis dan menarik sekalipun harus berhutang demi standar sosial. Adegan ini ditunjukkan dalam *screenshot* 5 yang menunjukkan semua kriteria identitas konsumtif Tika dibentuk dari dorongan untuk memiliki barang agar mendapatkan pengakuan, validasi, dan *up to date* dengan barang-barang terbaru. Selain itu hal ini juga mendukung Tika untuk selalu aktif di media sosial sebagai perempuan yang ingin mempertahankan citra dirinya sebagai identitas. Berdasarkan ideologi yang relevan dalam adegan *screenshot* di atas menunjukkan adanya ideologi konsumerisme.

5. Tekanan sosial

Adegan Tika yang disapa oleh ibu-ibu kompleks dengan menilai penampilannya saat akan berangkat bekerja yang di latar belakang daerah pinggiran kota yang padat akan penduduk. Penilaian tersebut mencerminkan ekspektasi sosial terhadap Perempuan untuk selalu tampil menarik dan mengikuti standar kecantikan ideal. Penelitian ini dapat dilihat dalam adegan *screenshot* ke 7 yang menganalisis bagaimana tekanan sosial mendorong adanya gaya hidup konsumtif perempuan untuk berupaya memenuhi standar kecantikan masyarakat dengan tampilan yang *fashionable*. Berdasarkan ideologi yang relevan dalam adegan *screenshot* di atas menunjukkan adanya ideologi materialisme.

Jadi berdasarkan hasil analisis data dan sumber yang telah peneliti temukan terdapat jawaban dari rumusan masalah penelitian ini, yaitu pada Level Realitas menunjukkan tokoh Tika sebagai pemeran utama dalam film ini berasal dari kelas menengah ke bawah yang memiliki gaya hidup konsumtif untuk memenuhi keinginannya menjadi seorang influencer. Keinginannya yang tinggi untuk dapat menampilkan citra diri yang sempurna dikonstruksikan oleh media dengan menggambarkan identitas, kesuksesan dan kebahagiaan perempuan melalui konsumsi. Hal ini juga dikaitkan erat dengan ekspresi wajah Tika yang terlihat bahagia ketika membeli barang bermerek untuk mendapatkan pengakuan dari eksistensinya di media sosial.

Kemudian pada level Representasi menunjukkan tokoh Tika sebagai perempuan urban digambarkan sebagai sosok yang terobsesi dengan citra diri konsumtif dalam tekanan sosial masyarakat, pengaruh media sosial, FOMO, ketergantungan layanan keuangan digital, dan pemborosan impulsif. Hal ini juga erat kaitannya dengan busana Tika yang *fashionable* disorot menggunakan Teknik medium *close up* dan *medium shot* untuk menunjukkan 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 sama- sama saling berkaitan satu dengan yang lain membentuk kode sosial yang mengarahkan penonton untuk memahami nilai diri perempuan dalam film.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa film ini bukan hanya sebagai media hiburan tetapi juga memberikan refleksi terhadap realitas sosial yang membahas gaya hidup konsumtif, tekanan sosial, serta dampaknya bagi kehidupan. Film ini memperlihatkan bahwa konsumsi di era modern bukan hanya sekedar kebutuhan, tetapi juga bagian dari keinginan perempuan untuk membentuk citra diri dan eksistensi di dunia digital. Dengan demikian, film ini berusaha menggambarkan bahwa identitas perempuan yang fashionable dibentuk oleh lingkungan dan perkembangan teknologi digital yang terus memberikan kemudahan bagi masyarakat. Penonton disarankan untuk lebih kritis dan bijak dalam menyikapi setiap adegan film *Pay Later* ini, agar dapat memahami pesan moral yang terkandung di dalamnya. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian analisis semiotika John Fiske yang terdapat dalam sebuah film. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan lagi pengamatan ini lebih luas dan beragam dari adanya kekurangan pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Annisa, H., & Budiman, D. A. (2024). *Representasi Perempuan dalam Media: Kajian Perspektif Jurnalis bincangperempuan*. *Com*, 6(1), 577–588. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i1.3384>
- Ardaffa, A. (2022). *Representasi Makna Keadilan Dalam Film Bumi Manusia* [PhD Thesis, Universitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/7207/>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., & Ambarwati, K. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. *Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi*.
- Husna, F. (2023). Get It Fast, Pay It Later: Analysis of Paylater Features as A Support of The Generation Z Lifestyle. *Eduksos Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 12(01). <https://www.syekhnurjati.ac.id/Jurnal/index.php/edueksos/article/view/13313>
- Israwati, S. (2022). Peran Media Massa Dalam Membentuk Realitas Sosial. *Jurnal Academica*, 3(2), 634–646. <https://www.neliti.com/id/publications/28520/peran-media-massa-dalam-membentuk-realitas-sosial>
- Jambi, P., & Manajemen, J. (2024). *Analisis perilaku pembelian impulsif pada konsumen online di provinsi jambi*. *September*. <https://doi.org/10.29313/performa.v21i2.4441>

- Nurhidayah, D. (2017). Representasi Makna Pesan Sosial Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika. *Kinesik*, 4(1), 144252. <https://www.neliti.com/publications/144252/representasi-makna-pesan-sosial-dalam-film-bulan-terbelah-di-langit-amerika>
- Purbasari, M., & Jakti, R. A. D. R. I. K. (2014). Warna Dingin Si Pemberi Nyaman. *Humaniora*, 5(1), 357. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.3034>
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Puspianto, A. (2022). Peluang dan tantangan media massa di era cyber (perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses and Gratification Theory). *An-Nida': Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2), 22–45. <https://www.e-jurnal.stail.ac.id/annida/article/view/400>
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori, Metode, dan Praktek*. IAIN Kediri Press.
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Aminy, M. H., Saputra, N., & Jahja, A. S. (2023). Metodologi penelitian kualitatif. *No. Januari. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100–113. <https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609>
- Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). *Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat*. 2(1), 62–73. <https://doi.org/10.58326/jan.v2i1.152>
- Sela, S. M., Saerang, D. P. E., & Rogi, M. H. (2024). The Influence of Scarcity Messages and Pay Later Payment Method on Impulse Buying Behavior of Gen Z Shopee Users in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(03), 1455–1464. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/58286>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://jipp.unram.ac.id/index.php/jipp/article/view/2657>
- Umar, H., & Masnawati, E. (2024). Peran Lingkungan Sekolah Dalam Pembentukan Identitas Remaja. *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 3(Fadlillah 2017), 191–204. <https://doi.org/10.58561/jkpi.v3i2.137>
- Wahyuningsih, S. (2019). *Film Dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film Melalui Analisis Semiotik*. Media Sahabat Cendekia.