

Analisis Semiotik Pierce Dalam Representasi Perilaku Berhutang Dalam Iklan Traveloka Paylater

Pierce's Semiotic Analysis In Representation of Debt Behavior in Traveloka Paylater Ads

Feirrizza Reninda Prasanti ¹⁾, Nur Maghfirah Aestethika ²⁾

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email : feirrizareninda12@gmail.com ¹⁾, fira@umsida.ac.id ²⁾

Abstrak

Gaya hidup yang diinginkan seseorang juga terpengaruh dari apa yang mereka lihat dan dengar, Keinginan untuk berhutang timbul karena adanya kebutuhan tertentu yang menuntut adanya persediaan uang yang melebihi pendapatan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mendeskripsikan representasi perilaku berhutang dalam iklan Traveloka Paylater. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Subjek pada penelitian "Iklan Traveloka PayLater. Sumber data yang digunakan adalah data primer yakni iklan *Traveloka Paylater* dalam bentuk video. Teknik Analisa data adalah analisis data yang dipilih penulis untuk melakukan penelitian, dengan teori segitiga makna Teori Semiotika Pierce. Kesimpulan penelitian ini adalah representasi perilaku berhutang dalam iklan Traveloka PayLater yaitu yang pertama dengan *Consumption* yaitu pemenuhan kebutuhan dengan membeli segala sesuatu dengan kredit, yang kedua *Cash-flow management* yaitu dengan perencanaan siklus keuangan untuk pembayaran tagihan kredit, dan yang terakhir yaitu *Credit management* yaitu perencanaan pembayaran secara kredit

Kata kunci : Semiotika, Perilaku Berhutang, Video

Abstract

The lifestyle that a person wants is also influenced by what they see and hear. The desire to owe arises because of certain needs that demand a supply of money that exceeds income. The purpose of this research is to analyze and describe the representation of debt behavior in Traveloka Paylater advertisements. This research method uses qualitative methods, the subjects in the study "Traveloka PayLater Ads. The data source used is primary data, namely Traveloka Paylater advertisements in the form of videos. Data analysis technique is the analysis of the data chosen by the author to conduct research, with the theory of the triangle of meaning Pierce's Semiotics Theory. The conclusion of this study is the representation of debt behavior in Traveloka PayLater advertisements, namely the first by Consumption, namely fulfilling needs by buying everything on credit, the second, Cash-flow management, namely by planning the financial cycle for paying credit bills, and the last, namely Credit management, namely planning payment by credit

Key words : Semiotics, Debt Behavior, Video

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih sangat efektif bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat. Salah satu alat media massa yang perkembangannya dapat terbilang cukup pesat yakni televisi. Fenomena yang terjadi saat ini televisi memiliki keefektifitasan dalam menyampaikan pesan karena memiliki jangkauan yang luas dalam waktu yang bersamaan untuk mengiklankan produk barang dan jasa yang mana bertujuan untuk mempromosikan ke masyarakat luas. Penyampaian pesan iklan juga dapat berlangsung antara komunikator dan komunikan pada saat *live on air* menggunakan presenter untuk mempromosikan.

Iklan ditelvisi dinilai juga dapat memberikan sentuhan terhadap pesan-pesan yang akan disampaikan kepada permisa dengan menggunakan beberapa teknik close up, animasi, sudut pengambilan gambar, editing, lighting dan efek suara agar terlihat lebih menarik perhatian pemirsa [1]. Ada beberapa iklan yang hadir di televisi Indonesia seperti iklan *Traveloka PayLater*. Topik pembahasan ini akan menggalih simbol, makna dan cara menyampaikan pesan dari iklan *Traveloka PayLater*. Keanekaragaman iklan yang disiarkan dilayar televisi cenderung dapat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat yang berkaitan dengan gaya hidup. Gaya hidup dapat berubah terjadi karena faktor

informasi yang masyarakat terima lewat telinga dan mata masyarakat melalui tayangan televisi. Hal tersebut merupakan salah satu faktor perubahan gaya hidup masyarakat semakin meningkat.

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Gaya hidup mempengaruhi bagaimana seseorang menggunakan waktu, uang dan energinya dalam menerapkan nilai-nilai dan rasa sukanya terhadap apa yang dilakukan sehari-hari untuk menjalani kehidupannya. Gaya hidup juga merupakan karakter dari seseorang itu sendiri, setiap orang memiliki karakteristik dan jati diri yang berbeda-beda. Karakteristik seseorang ada sejak lahir dan terbentuk menyesuaikan interaksi sosial dengan seiring pertumbuhan seseorang menjalani kehidupannya [2].

Gaya hidup yang diinginkan seseorang juga terpengaruh dari apa yang mereka lihat dan dengar. Hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Sering kali seseorang membeli produk, barang, jasa dan melakukan kegiatan-kegiatan yang menunjukkan gaya hidupnya yang sesuai dengan jati dirinya. Seseorang yang sudah terbiasa melakukan kegiatan dengan mementingkan kelas sosial akan berdampak kepada gaya hidupnya yang semakin hedon. Kebutuhan sekunder tiba-tiba muncul mendorong seseorang untuk mengkonsumsinya lebih tinggi dari pada kebutuhan primernya demi mengutamakan gaya hidupnya.

Keinginan untuk berhutang timbul karena adanya kebutuhan tertentu yang menuntut adanya persediaan uang yang melebihi pendapatan. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan yang sudah direncanakan atau kebutuhan yang mendesak dan tiba-tiba. [3] menjelaskan individu yang memiliki keinginan untuk berhutang biasanya telah mempunyai perhitungan (prediksi) tentang kemungkinan proses pengembaliannya, meskipun tidak jarang terjadi kesulitan dalam mengembalikan hutang

Hutang dapat diartikan sebagai proses bagaimana perilaku meminjam dan mengembalikan uang dengan adanya perjanjian antara kedua pihak atau lebih, bisa dengan antar seseorang, bahkan dengan instansi terkait seperti bank atau yang lainnya. [4] menjelaskan perilaku berhutang adalah perilaku meminjam yang berhubungan dengan finansial yang dimana peminjam diwajibkan untuk mengembalikan atau membayar kembali pinjaman atau tanggungan pembayaran berupa cicilan kepada pihak yang memberikan pinjaman. Dalam Kebutuhan manusia sehari-hari ini, kebanyakan tidak terlepas dari yang namanya hutang. Sebab diantara mereka ada yang membutuhkan dan adapula yang dibutuhkan

Fenomena yang terjadi saat ini gaya hidup seseorang semakin mudah untuk mengikuti perkembangan trend masa kini. Perubahan gaya hidup yang semakin konsumtif membuat *E-Commerce* semakin berlomba-lomba menjadi terobosan kedepannya untuk menjadikan gaya hidup masyarakat semakin meningkat dengan cepat. Tanpa disadari dengan dukungan *E-Commerce* memberikan pelayanan gratis ongkir, cash back, cashless, discount dan cash on delivery membuat masyarakat tidak perlu mengeluarkan tenaga untuk membeli kebutuhannya secara langsung.

E-Commerce kini juga menyediakan fitur *PayLater* beli sekarang bayar nanti. Dengan adanya layanan *PayLater* konsumen semakin dimudahkan dalam bertransaksi. *PayLater* menggunakan metode pembayaran seperti kartu kredit yang mana perusahaan aplikasi *E-Commerce* tersebut mencukupi dahulu tagihan pembayaran konsumen. Konsumen akan mendapat tagihan dan membayarnya kepada perusahaan aplikasi *E-Commerce* tersebut. Untuk konsumen yang ingin menggunakan fitur *PayLater* ini harus mengisi data diri dan memiliki Kartu Tanda Penduduk diatas usia 17 tahun. Secara tidak langsung dengan adanya fitur *PayLater* disetiap perusahaan aplikasi *E-Commerce* ini mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian dengan cara berhutang. Tidak hanya berhutang, masyarakat juga semakin berpotensi konsumtif membeli sesuatu berlebihan yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan hanya sekedar untuk memenuhi keinginannya.

Gaya hidup seseorang yang tergolong konsumtif cenderung lebih mementingkan penampilannya demi memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. [4], menyatakan Perilaku orang dewasa, gaya hidup, kepribadian, sikap, nilai, dukungan sosial merupakan faktor psikologis yang berkontribusi pada perilaku berhutang seseorang. Dalam Penelitian [5] juga menunjukkan umur, pendidikan, pendapatan, serta jenis pekerjaan mempunyai hubungan dengan kecenderungan perilaku berhutang. [6] menjelaskan tujuan utama ilmu perilaku manusia adalah mengidentifikasi kebiasaan yang mendasari manusia dan konsekuensi yang ditimbulkannya, seperti halnya manusia sebagai makhluk ekonomi yang mempunyai keinginan bahkan selalu menginginkan lebih banyak dari yang dibutuhkan, keinginan tersebut dilakukan secara terus menerus dan akan berhenti pada akhir hayatnya tiba [7]. Faktanya saat ini orang terdorong untuk melakukan pembelian bukan karena kebutuhan tapi karena faktor keinginan, gaya hidup serta dipengaruhi oleh sikap materialisme seseorang [8]

Berdasarkan pendapat [3] faktor terpenting untuk dapat mendorong individu memutuskan berhutang adalah sikap dari individu itu sendiri. Semakin kuat sikap positif terhadap utang maka bagi individu yang berhutang atau pengguna kredit akan cenderung melakukan perilaku konsumtif untuk melangsungkan kebutuhan sehari-hari. Menurut [9] seringkali manusia merasa tidak puas akan kebutuhannya, apabila kebutuhan manusia sudah terpenuhi, maka kebutuhan yang lainnya akan muncul seperti mengonsumsi barang. Hal ini dapat menimbulkan masalah ketika individu tersebut mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya terlebih dahulu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh [10], memberikan gambaran jika ternyata dalam konteks perilaku berhutang, perilaku berhutang

tersebut didorong oleh adanya pemahaman akan makna berhutang itu sendiri yang mana dipengaruhi oleh norma subjektif.

Teori Semiotika Pierce adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda yang terdiri dari *Representamen* adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda. Kemudian *Object* merupakan sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan dan *Interpretan* yaitu tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang yang dirujuk sebuah tanda [11].

Berdasarkan iklan Traveloka *Paylater*, representasi perilaku berhutang ditunjukkan dengan perilaku Paula seorang gadis ibukota yang memiliki banyak keinginan mulai dari rencana liburan, membeli skincare, gemar konsumtif tas dan tanaman hingga belanja smartphone impiannya, kemudian adegan berganti dengan menampilkan solusi untuk mewujudkan semua keinginan Paula dengan adanya fitur dari Traveloka yaitu *Paylater*. Berdasarkan latar belakang setiap adegan dalam iklan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan tujuan untuk mendeskripsikan “**Representasi Perilaku Berhutang Dalam Iklan Traveloka PayLater**”

II. METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka [12]. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana representasi perilaku berhutang dalam iklan Traveloka *Paylater*

Subjek pada penelitian “Iklan *Traveloka PayLater*”, selanjutnya objek penelitian ini yaitu menganalisis isi dari tayangan iklan Traveloka *PayLater* untuk mempresentasikan perilaku berhutang. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, yakni iklan *Traveloka Paylater* dalam bentuk gambar dan video yang diunggah di Youtube, dan buku-buku serta jurnal yang mendukung penelitian ini. Teknik pengumpulan data dengan cara Observasi dan Dokumentasi dengan Teknik dokumentasi public melalui media Youtube. Teknik Analisa data adalah analisis data yang dipilih penulis untuk melakukan penelitian, dengan teori segitiga makna atau *Triangle Of Meaning* yakni *Representament*, *Object*, dan *Interpretant*. Hubungan ketiga unsur inilah yang dinamakan segitiga makna oleh Charles Sanders Peirce.

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Peirce, tanda-tanda dalam gambar dapat di golongan kedalam ikon, indeks, dan simbol. Analisis semiotik yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam iklan Traveloka *PayLater*
2. Menginterpretasikan satu persatu tanda yang telah diidentifikasi dalam iklan tersebut.
3. Memaknai secara keseluruhan mengenai representasi berhutang dalam iklan Traveloka *PayLater* berdasarkan hasil interpretasi terhadap tanda yang telah diidentifikasi sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Iklan Traveloka *Paylater*

Gambar 4.1. Iklan Traveloka *Paylater*
Sumber : Youtube Traveloka

Iklan Traveloka Paylater ini berjudul Kisah Paula dan Traveloka Paylater yang ditayangkan di youtube ditayangkan pertama kali pada 7 Desember tahun 2021, sampai saat ini iklan yang berdurasi sekitar 5 menit 16 detik ini telah ditonton sebanyak 19 juta kali, iklan ini memiliki deskripsi yaitu “Saatnya wujudin impian di e-commerce dengan mudah dan aman pakai Traveloka PayLater Virtual Number. #JujurGunaBanget buat wujudin barang impian, bikin belanja lebih tenang, dan bahagiain yang tersayang”.

Hasil Penelitian

Perilaku Berhutang Di Representasikan Dalam Iklan Traveloka PayLater

Perilaku berhutang merupakan suatu tindakan, perbuatan atau aktivitas berhutang seperti pengurangan tabungan total atau mengambil uang anggaran lain secara berlebihan, menggadaikan bahkan menjual barang-barang berharga yang dimilikinya sampai meminjam uang pada pihak lain, akibat kelebihan pembelanjaan dari pendapatannya

Penelitian ini menggunakan teori dari Interpretasi Semiotika Model Triadic Charles Sanders Peirce yang meliputi Representamen (Sign) merupakan bentuk fisik atau segala sesuatu yang dapat diserap pancaindra dan mengacu pada sesuatu, kemudian Objek dan Interpretan

Berdasarkan iklan Traveloka yang berjudul “Kisah Paula dan Traveloka Paylater” terdapat beberapa perilaku berhutang yang dapat digambarkan dalam beberapa adegan di iklan tersebut antara lain :

1. *Consumption*

Memenuhi kebutuhan keluarga memungkinkan dapat memotivasi seseorang dalam melakukan kredit dan dapat mempengaruhi keputusan dalam berhutang serta pengelolaan keuangan keluarga

Representamen (Sign)	
Objek	Paula berencana liburan dan membeli skincare
Interpretan	Gambar 4.2 menunjukkan bahwa paula adalah seorang gadis yang hidup dikota, yang memiliki banyak impian hingga terbawa mimpi, impiannya yaitu pergi liburan dan membeli skincare, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

Representamen
(Sign)



“selain membeli skincare dan berlibur, Paula juga ingin membeli camilan kekinian kesukaannya”

Objek

Paula berencana membeli camilan makanan dan minuman kekinian

Interpretan

Gambar 4.3 menunjukkan bahwa paula berkeinginan untuk membeli camilan yang berupa makanan dan minuman kekinian sesuai dengan gaya hidup remaja masa kini, adegan tersebut menggambarkan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

Representamen
(Sign)



“Paula juga ingin mengoleksi tas dan sepatu baru yang sesuai dengan gaya fashionnya”

Objek

Paula berencana membeli tas dan sepatu yang dia inginkan

Interpretan

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa paula berkeinginan untuk membeli tas dan sepatu yang paula idam-idamkan, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

Representamen (Sign)	
Objek	Paula berencana membeli tanaman
Interpretan	Gambar 4.5 menunjukkan bahwa paula juga memiliki hobi untuk membeli tanaman untuk penghias rumahnya, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

Representamen (Sign)	
Objek	“Paula juga tidak lupa untuk membeli smartphone impiannya“ Paula berencana membeli smartphone idamannya
Interpretan	Gambar 4.6 paula berencana membeli smartphone idamannya walaupun dia sudah memiliki smartphone yang dalam keadaan tidak rusak, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

Representamen (Sign)	
Objek	Paula berencana membeli beberapa perabot untuk membuatnya bisa bersantai
Interpretan	Gambar 4.7 menunjukkan bahwa paula membeli beberapa perabot untuk membuatnya bisa bersantai yaitu sofa, pengeras suara untuk memainkan musik karena speaker yang dia punya sebelumnya korslet dan membeli, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

Representamen (Sign)	
Objek	Paula ingin mewujudkan impian orang terdekatnya, yaitu kursi pijat untuk ayah, mobil remote control untuk adik dan juicer untuk ibunya”
Interpretan	Gambar 4.8 menunjukkan bahwa paula ingin mewujudkan barang keinginan dari keluarganya, paula ingin membelikan ayahnya kursi pijat otomatis, ibunya dibelikan juicer (alat untuk membuat jus buah), adiknya dibelikan mobil remote control, hal ini ditujukan untuk membuat keluarga paula senang, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang

<p>Representamen (Sign)</p>	 <p>“Paula berencana membeli segala aksesoris idamannya dengan check out dengan metode pembayaran kartu kredit”</p>
<p>Objek</p>	<p>Paula berencana membeli segala aksesoris idamannya</p>
<p>Interpretan</p>	<p>Gambar 4.9 menunjukkan bahwa paula kembali berbelanja kebutuhan pribadinya dengan membeli tas, kacamata, parfum dan kipas angin mini, adegan tersebut menggambarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli segala kebutuhan dalam hal ini motivasi untuk melakukan kredit dalam berhutang</p>

2. Cash-flow management Cash-flow management dapat dilihat bagaimana individu membayar tagihan tepat waktu, memperhatikan catatan atau bukti pembayarannya dan membuat anggaran keuangan serta perencanaan untuk masa depan

<p>Representamen (Sign)</p>	 <p>“untung ada alat bayar andalan yang digunakan Paula yaitu Traveloka Paylater”</p>
<p>Objek</p>	<p>Paula membayar tagihan dengan menggunakan traveloka paylater</p>
<p>Interpretan</p>	<p>Gambar 4.10 menunjukkan bahwa paula menggunakan paylater untuk membayar tagihan atas barang-barang yang telah ia beli sebelumnya. Adegan tersebut menjelaskan bahwa Traveloka Paylater menjadi alternatif membayar tagihan apapun keinginan dari Paula</p>

Representamen (Sign)	
Objek	<p>“Traveloka Paylater juda bisa dipakai di e-commerce pilihan lainnya”</p> <p>Paula membayar tagihan dengan menggunakan traveloka paylater yang bisa dipakai di e-commerce lainnya</p>
Interpretan	<p>Gambar 4.11. Adegan tersebut menjelaskan bahwa Traveloka Paylater juda bisa dipakai di e-commerce pilihan lainnya</p>
Representamen (Sign)	
Objek	<p>“Traveloka Paylater membuat pembayaran Traveloka Paylater juda bisa dipakai di e-commerce pilihan lainnya menjadi gampang dan aman”</p> <p>Paula merasa terbantu dengan adanya traveloka paylater karena membuat pembayaran menjadi gampang dan aman</p>
Interpretan	<p>Gambar 4.12 Adegan tersebut menjelaskan bahwa Traveloka Paylater membuat pembayaran Traveloka Paylater juda bisa dipakai di e-commerce pilihan lainnya menjadi gampang dan aman</p>

3. Credit management Manajemen hutang menyangkut tiga hal utama yaitu rasio pembayaran dari pendapatan, jangka waktu pembayaran kartu kredit, dan pembayaran saldo kartu kredit secara full

Representamen
(Sign)



“Paula melakukan check out dengan metode pembayaran kartu kredit dari Traveloka”

Objek	Paula menggunakan fitur kartu kredit paylater dari traveloka
Interpretan	Gambar 4.13 menunjukkan bahwa paula menggunakan fitur kartu kredit paylater dari traveloka untuk metode pembayaran barang yang telah ia beli
Representamen (Sign)	 <p>“Paula merasa Traveloka Paylater jujur guna banget buat wujudin impian”</p>
Objek	Paula merasa Traveloka Paylater dapat membatu mewujudkan impiannya
Interpretan	Gambar 4.14 menunjukkan bahwa paula menggunakan paylater karena dapat mewujudkan segala impian

Representamen (Sign)	 <p>“Paula merasa menggunakan Traveloka Paylater membuat belanja ngga jadi beban di ecommer pilihan”</p>
Objek	Paula membayar tagihan dengan menggunakan traveloka paylater karena tidak menjadi beban
Interpretan	Gambar 4.15 menunjukkan bahwa paula menggunakan paylater karena tidak menjadi beban yang berarti

Representamen (Sign)	
Objek	“Traveloka Paylater membuat Paula mewujudkan semua impiannya” Paula merasa traveloka paylater dapat mewujudkan semua impiannya
Interpretan	Gambar 4.2 menunjukkan bahwa paula menggunakan paylater untuk mewujudkan segala impiannya terutama orang terdekatnya (ibu, ayah, dan adik)

Pembahasan

Perilaku Berhutang Di Representasikan Dalam Iklan Traveloka *PayLater*

1. Representasi Perilaku Berhutang

Berdasarkan hasil penelitian pada iklan traveloka menunjukkan representasi perilaku berhutang, yaitu gemar membeli barang untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup, kemudian membeli barang secara kredit atau dilain waktu. Hutang telah menjadi pilihan perilaku ekonomi masyarakat banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keinginan untuk berhutang timbul karena adanya kebutuhan tertentu yang menuntut adanya persediaan uang yang melebihi pendapatan. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan yang sudah direncanakan atau kebutuhan yang mendesak dan tiba-tiba. [1] menjelaskan individu yang memiliki keinginan untuk berhutang biasanya telah mempunyai perhitungan (prediksi) tentang kemungkinan proses pengembaliannya, meskipun tidak jarang terjadi kesulitan dalam mengembalikan hutang.

Selain itu, perilaku berhutang juga dapat disebabkan karena adanya gaya hidup yang berlebih, individu yang cenderung memiliki keinginan belanja secara terus menerus tanpa memperdulikan kepentingan terhadap barang tersebut. Tujuan orang berhutang adalah untuk menjaga dan meningkatkan gaya hidupnya. Kemudian perilaku berhutang yang “besar pasak dari pada tiang”, yaitu kebiasaan berhutang yang melebihi dari kemampuan untuk membayar, memiliki beberapa dampak negative dari berbagai aspek, baik secara ekonomi, sosial, maupun psikologis dari perilaku berhutang.

Dewasa ini perilaku berhutang tidak hanya saja terjadi pada individu yang tidak mempunyai penghasilan tetap, akan tetapi individu yang berpenghasilan tetap sekali pun juga melakukan perilaku berhutang. Perilaku orang dewasa, gaya hidup, kepribadian, sikap, nilai, dukungan sosial merupakan faktor psikologis yang berkontribusi pada perilaku berhutang seseorang. Masalah muncul disaat pengeluaran konsumsi lebih besar dari pendapatan, serta kebutuhan-kebutuhan mendesak yang mengharuskan untuk memenuhi kebutuhan tersebut diluar batas kemampuan pendapatannya, sehingga dilakukan upaya untuk menutupi kekurangan tersebut selain menjual *assets* yang dimiliki, menguras tabungan, tindakan yang sering dilakukan untuk menutupinya adalah dengan utang.

Hutang dapat diartikan sebagai proses bagaimana perilaku meminjam dan mengembalikan uang dengan adanya perjanjian antara kedua pihak atau lebih, bisa dengan antar seseorang, bahkan dengan instansi terkait seperti bank atau yang lainnya. Perilaku berhutang merupakan perilaku meminjam yang berhubungan dengan finansial yang dimana peminjam diwajibkan untuk mengembalikan atau membayar kembali pinjaman atau tanggungan pembayaran berupa cicilan kepada pihak yang memberikan pinjaman. Dalam Kebutuhan manusia sehari-hari ini, kebanyakan tidak terlepas dari yang namanya hutang. Sebab diantara mereka ada yang membutuhkan dan ada pula yang dibutuhkan.

Pada umumnya perilaku berhutang disebabkan oleh perilaku individu itu sendiri, yang mana dikarenakan oleh tidak bisanya seseorang dalam mengelola keuangannya. Akibat dari tidak bisanya individu tersebut mengelola keuangannya, maka akan berdampak juga pada tidak bisanya seorang tersebut untuk menahan diri apabila menginginkan sesuatu dan juga mengikuti gaya hidup pada lingkungan sekitarnya. Dalam kehidupan nyata perilaku berhutang ini tidak hanya terjadi pada individu yang sudah membina keluarga saja, dan juga tidak hanya dimiliki oleh kalangan menengah ke bawah saja untuk memenuhi kebutuhan pokok, akan tetapi juga dimiliki oleh kalangan menengah ke atas, namun pelajar atau mahasiswa pun yang hidup dan juga terpisah dari kedua orang tua atau

keluarganya tentu bukanlah hal asing lagi bagi mereka untuk memiliki perilaku berhutang. Individu yang melakukan perilaku berhutang disebabkan karena pembelian yang berlebihan tanpa mempertimbangkan akibatnya di masa mendatang.

Adanya pandemi global, perusahaan-perusahaan cenderung melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) sehingga memberikan potongan gaji dan bahkan menghilangkan pendapatan tenaga kerja. Sedangkan *survey* yang dilakukan *Institute Of International Finance* (IIF) menemukan bahwa terjadinya pandemi Covid-19 mengakibatkan kenaikan hutang pada ekonomi karena pendapatan yang berkurang sedangkan pemenuhan kebutuhannya tetap. Perilaku hutang yang dimiliki masyarakat berasal dari banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi namun minimnya pendapatan yang dimiliki, apabila kondisi pengeluaran melebihi pemasukan, maka salah satu alternatifnya adalah dengan hutang.

Mayoritas masyarakat melakukan pinjaman uang tunai kepada bank, koperasi dan tetangga tetapi beberapa masyarakat juga ada yang melakukan hutang diwarung untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain untuk pemenuhan kebutuhan pokok dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti beberapa masyarakat melakukan hutang agar gaya hidup mereka menjadi lebih meningkat yang mengakibatkan istilah gali lobang tutup lobang yaitu mereka hutang kepada orang lain untuk melunasi hutang yang sebelumnya hal ini membuat hutang yang dimiliki semakin menjadi beban.

Masyarakat luas beranggapan utang telah menjadi pilihan perilaku ekonomi masyarakat yang banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku berhutang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya adalah literasi keuangan dan khususnya literasi hutang. Literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai konsep keuangan dengan bantuan informasi sebagai kemampuan untuk memahami resiko keuangan agar dapat membuat keputusan keuangan dengan tepat. Literasi keuangan merupakan kemampuan dalam membuat keputusan keuangan (*Financial Skill*).

Tingkat literasi keuangan yang rendah atau buruk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku berhutang. Literasi keuangan sangat penting, dan literasi keuangan merupakan faktor terkuat hutang. Mengingat bahwa pemahaman yang baik tentang hutang tidak cukup memahami literasi keuangan saja, melainkan perlu dasar mengenai literasi hutang

2. Representasi Perilaku Berhutang

Hutang telah menjadi pilihan perilaku ekonomi masyarakat banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keinginan untuk berhutang timbul karena adanya kebutuhan tertentu yang menuntut adanya persediaan uang yang melebihi pendapatan. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan yang sudah direncanakan atau kebutuhan yang mendesak dan tiba-tiba. [1] menjelaskan individu yang memiliki keinginan untuk berhutang biasanya telah mempunyai perhitungan (prediksi) tentang kemungkinan proses pengembaliannya, meskipun tidak jarang terjadi kesulitan dalam mengembalikan hutang.

Selain itu, perilaku berhutang juga dapat disebabkan karena adanya gaya hidup yang berlebih, individu yang cenderung memiliki keinginan belanja secara terus menerus tanpa memperdulikan kepentingan terhadap barang tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh [2] menemukan bahwa tujuan orang berhutang adalah untuk menjaga dan meningkatkan gaya hidupnya. Kemudian menurut [1], perilaku berhutang yang “besar pasak dari pada tiang”, yaitu kebiasaan berhutang yang melebihi dari kemampuan untuk membayar, memiliki beberapa dampak negative dari berbagai aspek, baik secara ekonomi, sosial, maupun psikologis dari perilaku berhutang.

Dewasa ini perilaku berhutang tidak hanya saja terjadi pada individu yang tidak mempunyai penghasilan tetap, akan tetapi individu yang berpenghasilan tetap sekali pun juga melakukan perilaku berhutang. Perilaku orang dewasa, gaya hidup, kepribadian, sikap, nilai, dukungan sosial merupakan faktor psikologis yang berkontribusi pada perilaku berhutang seseorang. [15] Masalah muncul disaat pengeluaran konsumsi lebih besar dari pendapatan, serta kebutuhan-kebutuhan mendesak yang mengharuskan untuk memenuhi kebutuhan tersebut diluar batas kemampuan pendapatannya, sehingga dilakukan upaya untuk menutupi kekurangan tersebut selain menjual *assets* yang dimiliki, mengurus tabungan, tindakan yang sering dilakukan untuk menutupinya adalah dengan utang.

Hutang dapat diartikan sebagai proses bagaimana perilaku meminjam dan mengembalikan uang dengan adanya perjanjian antara kedua pihak atau lebih, bisa dengan antar seseorang, bahkan dengan instansi terkait seperti bank atau yang lainnya. [2] menjelaskan perilaku berhutang merupakan perilaku meminjam yang berhubungan dengan finansial yang dimana peminjam diwajibkan untuk mengembalikan atau membayar kembali pinjaman atau tanggungan pembayaran berupa cicilan kepada pihak yang memberikan pinjaman. Dalam Kebutuhan manusia sehari-hari ini, kebanyakan tidak terlepas dari yang namanya hutang. Sebab diantara mereka ada yang membutuhkan dan ada pula yang dibutuhkan.

Pada umumnya perilaku berhutang disebabkan oleh perilaku individu itu sendiri, yang mana dikarenakan oleh tidak bisanya seseorang dalam mengelola keuangannya. Akibat dari tidak bisanya individu tersebut mengelola keuangannya, maka akan berdampak juga pada tidak bisanya seorang individu tersebut untuk menahan diri apabila menginginkan sesuatu dan juga mengikuti gaya hidup pada lingkungan sekitarnya. Dalam kehidupan nyata perilaku

berhutang ini tidak hanya terjadi pada individu yang sudah membina keluarga saja, dan juga tidak hanya dimiliki oleh kalangan menengah ke bawah saja untuk memenuhi kebutuhan pokok, akan tetapi juga dimiliki oleh kalangan menengah ke atas, namun pelajar atau mahasiswa pun yang hidup dan juga terpisah dari kedua orang tua atau keluarganya tentu bukanlah hal asing lagi bagi mereka untuk memiliki perilaku berhutang. Individu yang melakukan perilaku berhutang disebabkan karena pembelian yang berlebihan tanpa mempertimbangkan akibatnya di masa mendatang.

Adanya pandemi global, perusahaan-perusahaan cenderung melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) sehingga memberikan potongan gaji dan bahkan menghilangkan pendapatan tenaga kerja. Sedangkan *survey* yang dilakukan *Institute Of International Finance* (IIF) menemukan bahwa terjadinya pandemi Covid-19 mengakibatkan kenaikan hutang pada ekonomi karena pendapatan yang berkurang sedangkan pemenuhan kebutuhannya tetap. Perilaku hutang yang dimiliki masyarakat berasal dari banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi namun minimnya pendapatan yang dimiliki, apabila kondisi pengeluaran melebihi pemasukan, maka salah satu alternatifnya adalah dengan hutang. [13] Mayoritas masyarakat melakukan pinjaman uang tunai kepada bank, koperasi dan tetangga tetapi beberapa masyarakat juga ada yang melakukan hutang diwarung untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain untuk pemenuhan kebutuhan pokok dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti beberapa masyarakat melakukan hutang agar gaya hidup mereka menjadi lebih meningkat yang mengakibatkan istilah gali lobang tutup lobang yaitu mereka hutang kepada orang lain untuk melunasi hutang yang sebelumnya hal ini membuat hutang yang dimiliki semakin menjadi beban.

Masyarakat luas beranggapan utang telah menjadi pilihan perilaku ekonomi masyarakat yang banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku berhutang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya adalah literasi keuangan dan khususnya literasi hutang. [14] Literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai konsep keuangan dengan bantuan informasi sebagai kemampuan untuk memahami resiko keuangan agar dapat membuat keputusan keuangan dengan tepat. Literasi keuangan merupakan kemampuan dalam membuat keputusan keuangan (*Financial Skill*).

Tingkat literasi keuangan yang rendah atau buruk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku berhutang. [3] menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat penting, dan literasi keuangan merupakan faktor terkuat hutang. Mengingat bahwa pemahaman yang baik tentang hutang tidak cukup memahami literasi keuangan saja, melainkan perlu dasar mengenai literasi hutang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan penelitian ini adalah representasi perilaku berhutang dalam iklan Traveloka *PayLater* yaitu yang pertama dengan *Consumption* yaitu pemenuhan kebutuhan dengan membeli segala sesuatu dengan kredit, yang kedua *Cash-flow management* yaitu dengan perencanaan siklus keuangan untuk pembayaran tagihan kredit, dan yang terakhir yaitu *Credit management* yaitu perencanaan pembayaran secara kredit

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan artikel ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dan terlibat dalam penyelesaian penulisan artikel ini, Keluarga serta pihak yang terkait.

REFERENSI

- [1] Set, Sony. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Pofesional*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [2] Balqiah, Tengku Ezni dan Hapsari Setyowardhani. 2016. *Perilaku Konsumen*. tangerang selatan: Universitas Terbuka.

- [3] Shohib. 2015. "Sikap Terhadap Uang Dan Perilaku Berhutang." *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 3: 2301–8267.
- [4] Wibowo. 2016. *Manajemen Kinerja*. V. Jakarta: PT.Raja grafindo Persada.
- [5] Strebkov. 2005. "Household Borrowing Behavior in Russia." *Problem of Economic Transition* 48(5): 22–48.
- [6] Abdallah, Muhammad dan Irsyad Lubis. 2014. "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa Sma Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 3(7): 436–47.
- [7] Abdurrahman, Mulyono. 2011. *Pendidikan Bagi Anak Berkesulitan Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [8] Ingrid, Desi Nindya. 2016. *Pengaruh Sikap Matrealisme Dan Sikap Terhadap Uang Pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga*.
- [9] Arief. 2017. "Pengaruh Status Social Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literasi Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa." *Economic Education Analysis Journal*.
- [10] Nurudin, Ekasari. 2016. "Studi Fenomenologi Perilaku Berhutang." *Jurnal Psikologi Mandiri*.
- [11] Nawiroh, Vera. 2015. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- [12] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- [13] Rini Fitria, "Analisis Charles Sanders Peirce daam iklan kampanye pasangan calon Gubernur dan wakil gubernur provinsi Bengkulu Tahun 2015," <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/Index.Php/Manhaj/Article/View/698>, vol. 6, no. 1, pp. 44–50, 2015, doi: <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/698>.
- [14] Y. Hareyah, "(Analisa Semiotika Iklan Rokok Djarum Black)," vol. 04, no. 02, pp. 1–26, 2017.
- [15] C. M. Sebayang, "Analisis Semiotika Representasi Kecantikan Pada Iklan Pantene Total Damage Care 10 Versi Raline Shah Di Media Televisi," *Univ. Mulawarman*, vol. 5, no. 2, pp. 66–80, 2017.