

202210040311298

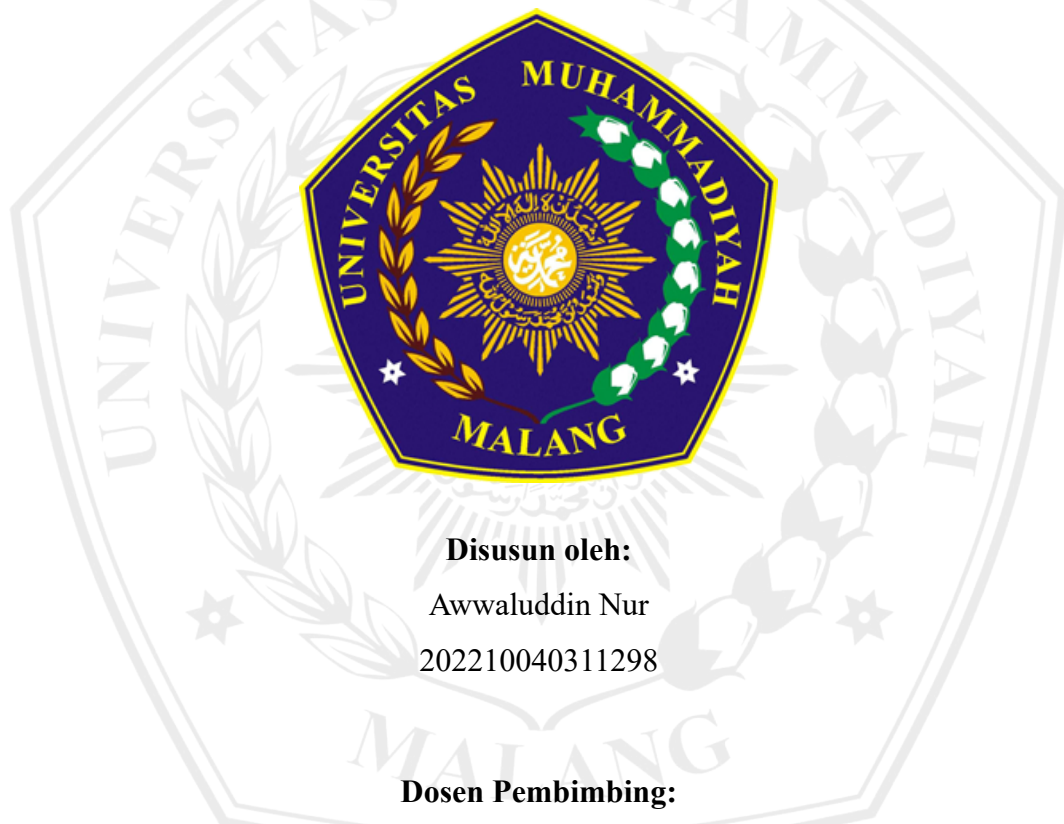
Awwaluddin Nur

Ilmu Komunikasi

**ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT, KABUPATEN  
TANAH BUMBU PADA IKLAN SHOPEE “CICILAN 0% BELANJA DI  
SHOPEE & MERCHANT FAVORITMU PAKAI QRIS!”**

**SKRIPSI**

Diberikan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai persyaratan memperoleh gelar (S-1) Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Awwaluddin Nur

202210040311298

**Dosen Pembimbing:**

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom, M.I.Kom.

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

**2026**

202210040311298

Awwaluddin Nur

Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT, KABUPATEN  
TANAH BUMBU PADA IKLAN SHOPEE "CICILAN 0% BELANJA DI  
SHOPEE & MERCHANT FAVORITMU PAKAI QRIS!"

Diajukan Oleh :

Awwaluddin Nur  
202210040311298

Telah disetujui  
Rabu / 14 Januari 2026

Pembimbing I



Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom.

Wakil Dekan I

  
  
Susilo, S.Sos., M.Si.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.

## LEMBAR KETERANGAN LULUS

### SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Awwaluddin Nur  
**202210040311298**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S I ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 14 Januari 2026 sidang  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom. (  )
2. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med. Kom. (  )
3. Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
Dr. Agus Yusilo, S.Sos., M.Si.

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Awwaluddin Nur  
NIM : 202210040311298  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT, KABUPATEN TANAH BUMBU  
PADA IKLAN SHOPEE "CICILAN 0% BELANJA DI SHOPEE & MERCHANT  
FAVORITMU PAKAI QRIS!"**

Adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

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

Malang, 8 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Awwaluddin Nur



Kampus I  
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 521 253 (Hunting)  
F. +62 341 860 435

Kampus II  
Jl. Pondokgiri Selatan No 188 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 531 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tidarjati No 248 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 404 319 (Hunting)  
F. +62 341 850 435  
E. webmasa@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

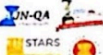
Nama : Awwaluddin Nur  
NIM : 202210040311298  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Judul Skripsi : ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT,  
KABUPATEN TANAH BUMBU PADA IKLAN SHOPEE  
"CICILAN 0% BELANJA DI SHOPEE & MERCHANT  
FAVORITMU PAKAI QRIS!"

Disetujui,  
Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Bendara 1 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendojati, Sukorejo No 188 Malang, Jawa Timur  
T. +62 351 551 133 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas, No. 345 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 464 276 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/I/MMXXVI

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

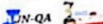
Nama	: Awwaluddin Nur
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311298
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT, KABUPATEN TANAH BUMBU PADA IKLAN SHOPEE "CICILAN 0% BELANJA DI SHOPEE & MERCHANT FAVORITMU PAKAI QRIS!"

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 8 Januari 2026

Dosen Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom



Kampus I  
Jl. Bawangsari 1 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 135

Kampus II  
Jl. Bawangsari Sutan No 108 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 501 140 (Hunting)  
F: +62 341 502 000

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No 248 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 464 310 (Hunting)  
F: +62 341 453 435  
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

## SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM//I/MMXXVI



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Awwaluddin Nur  
NIM : 202210040311298  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 8 Januari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Bankiro 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 293 (Hunting)  
F. +62 341 850 435

Kampus II  
Jl. Sumedjuran Ruten No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 850 060

Kampus III  
Jl. Raya Tawijimas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 664 319 (Hunting)  
F. +62 341 453 435  
E. wibowase@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

202210040311298

Awwaluddin Nur

Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI-DENGAN JUDUL:

**ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT, KABUPATEN TANAH BUMBU  
PADA IKLAN SHOPEE "CICILAN 0% BELANJA DI SHOPEE & MERCHANT  
FAVORITMU PAKAT QRIS!"**

Oleh:

Nama : Awwaluddin Nur

NIM : 202210040311298

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

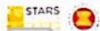
Menyetujui,

Malang, 8 Januari 2026

Pembimbing I/Promotor

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 180314101985



Kampus I

Jl. Bendungan 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutem No 188 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 189 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III

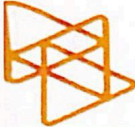
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 454 218 (Hunting)  
F. +62 341 453 435  
E. webmaster@umm.ac.id

202210040311298

Awwaluddin Nur

Ilmu Komunikasi

### HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi


---


Nama : Awwaluddin Nur  
NIM : 202210040311298

Hasil Plagiasi : 2/1

BAB I	10			
BAB II	6			
BAB III	18			

BAB IV	0			
BAB V	7			
BAB VI				

 PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

 Dipindai dengan CamScanner M. Dasuki



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Pada hari, Senin 5 Januari 2026

Pukul 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:



Nama Peneliti	Awwaluddin Nur
NIM	202210040311298
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Audio Visual
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	ANALISIS RESEPSI GURU SMKN 1 SIMPANG EMPAT, KABUPATEN TANAH BUMBU PADA IKLAN SHOPEE "CICILAN 0% BELANJA DI SHOPEE & MERCHANT FAVORITMU PAKAI QRIS!"
Pembimbing	Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.
Dosen Penguji 1	Zen Amirudin S.Sos., M.Med.kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~

Malang, 7 Januari 2026

Dosen Pembimbing,

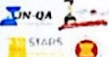
Dosen Penguji 1,

Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.

Zen Amirudin S.Sos., M.Med.kom

Mengetahui,  
Kaprodi/ Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Novin Farid Styowibowo, M.Si.



Kampus I  
Jl. Tawakul 1 Malang Jawa Timur  
P. 401 341 213 (Surabaya)  
F. 401 341 800 831

Kampus II  
Jl. Tawakul 1 Malang Jawa Timur  
P. 401 341 213 (Surabaya)  
F. 401 341 800 831

Kampus III  
Jl. Raya Tawakul No. 145 Malang Jawa Timur  
P. 401 341 404 318 (Surabaya)  
F. 401 341 800 815  
E. [webmaster@umm.ac.id](mailto:webmaster@umm.ac.id)



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



**DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI  
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

No.	Nama	NIM	Instansi
1.	Tasya Aisyiyah Maulidah	202210040311276	Universitas Muhammadiyah Malang
2.	Deandra Oktavia Putri	202210040311121	Universitas Muhammadiyah Malang
4.	Ailda Putri Eka Yani	202210040311308	Universitas Muhammadiyah Malang
5.	Eka sigit permana	202110040311200	Universitas Muhammadiyah Malang
6.	Arya Amin P	202210040311431	Universitas Muhammadiyah Malang
7.	Muhammad Alejandro Brawijaya	202210043011281	Universitas Muhammadiyah Malang
8.	Muhammad Ilham Gilang M	202210040311179	Universitas Muhammadiyah Malang
9.	CASKA EKA SAPUTRA	202210040311180	Universitas Muhammadiyah Malang
10.	Ollivia Yuanka Putri.N	202210040311309	Universitas Muhammadiyah Malang
11.	Achmad Ananda Bahrul Ulum	202210040311297	Universitas Muhammadiyah Malang
12.	Muhammad Farhan Ammarie	202210040311327	Universitas Muhammadiyah Malang
13.	Ryan Adi Wijaya	202110040311211	Universitas Muhammadiyah Malang
14.	Ahyani Hamdilah	202210040311285	Universitas Muhammadiyah Malang
15.	Marco Trisna Omar Farrasy	202310040311112	Universitas Muhammadiyah Malang
16.	Nevi Dwita Angelina	202210040311293	Universitas Muhammadiyah Malang
17.	Alfiko Widyanto	202210040311272	Universitas Muhammadiyah Malang
18.	Aflahchintya Azka Ardhana	202210040311286	Universitas Muhammadiyah Malang
19.	Dio Rico Ifan A	202210040311232	Universitas Muhammadiyah Malang
20.	Andhika Dwiprastyana Pangestu	202210040311303	Universitas Muhammadiyah Malang
21.	Muhammad Rizki Fajar	202210140311054	Universitas Muhammadiyah Malang

Malang, 7 Januari 2025

Dosen Pembimbing,

Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.



Kampus I

Jl. Bawean 1 Malang Jawa Timur  
P. 651 341 551-253 (Hunting)  
F. 651 341 490-431

Kampus II

Jl. Bontolipin Sukarno No. 158 Malang Jawa Timur  
P. 652 241 511 140 (Hunting)  
F. 652 241 502 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang Jawa Timur  
P. 652 241 404 210 (Hunting)  
F. 652 241 400 400  
E. eadm@uim-qlum.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

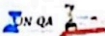
1. Nama : Awwaluddin Nur
2. NIM : 202210040311298
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : ANALISIS RESEPSI GURU SMKN I SIMPANG EMPAT, KABUPATEN TANAH BUMBU PADA IKLAN SHOPEE "CICILAN 0% BELANJA DI SHOPEE & MERCHANT FAVORITMU PAKAI QRIS!"
6. Pembimbing : Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
22 Februari 2025	Bimbingan pertama kali saat kelas seminar proposal	#
21 Mei 2025	Penentuan Isu dan Objek Penelitian	#
14 Juni 2025	Wawancara	#
14 Juni 2025	Progress Pengerjaan BAB IV	#
29 November 2025	Progress pengerjaan BAB I,II,III	#
9 Desember 2025	Revisi BAB I,II,III,IV	#
12 Desember 2025	ACC BAB I,II,III,IV	#
5 Januari 2026	Seminar Hasil	#

Malang, 7 Januari 2026

Dosen Pembimbing,

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom



Kampus I

Jl. Sekeloa I Malang, Jawa Timur  
P. 651 511 257 (Malang)  
t. +62 341 251 200

Kampus II

Jl. Bendungan Sidiyasa No. 155 Malang, Jawa Timur  
P. 652 38 251 189 (Malang)  
t. +62 341 252 800

Kampus III

Jl. Pajala Tuguwatu No. 246 Malang, Jawa Timur  
P. 652 38 251 189 (Malang)  
t. +62 341 825 825  
e. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Awwaluddin Nur, 202210040311298, **Analisis Resepsi Guru Smkn 1 Simpang Empat, Kabupaten Tanah Bumbu Pada Iklan Shopee “Cicilan 0% Belanja Di Shopee & Merchant Favoritmu Pakai Qris!”**

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana guru SMKN 1 Simpang Empat memaknai dan merespons iklan Shopee PayLater “Cicilan 0% belanja di Shopee & merchant favoritmu pakai QRIS” yang menonjolkan kemudahan transaksi dan daya tarik promosi “0%”. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif berbasis penelitian lapangan (September 2025) dengan delapan guru sebagai subjek yang dipilih secara *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan resepsi Stuart Hall (*encoding/decoding*) untuk memetakan pemaknaan subjek ke dalam *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Hasil penelitian menunjukkan *dominant* muncul terbatas pada penerimaan aspek kepraktisan teknis penggunaan QRIS. *Negotiated* tampak ketika subjek mengakui kemudahan, tetapi tetap menilai informasi mekanisme layanan serta syarat-ketentuan kurang jelas karena bagian akhir iklan terlalu singkat/cepat. Adapun *oppositional* menguat pada klaim “cicilan 0%” yang dipahami sebagai strategi pemasaran dan dikaitkan dengan kemungkinan biaya lain, diperkuat kehati-hatian finansial, penolakan terhadap utang konsumtif, serta pertimbangan agama. Secara umum *negotiated* dan *oppositional reading* menjadi kecenderungan utama dengan porsi yang seimbang.

**Kata kunci:** *resepsi, encoding/decoding, guru, Shopee PayLater, QRIS.*

Malang, 7 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Peneliti



Awwaluddin Nur

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Resepsi Guru SMKN 1 Simpang Empat, Kabupaten Tanah Bumbu pada Iklan Shopee ‘Cicilan 0% Belanja di Shopee & Merchant Favoritmu Pakai QRIS!’”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. **Allah SWT**, atas kemudahan dan kekuatan yang senantiasa menyertai penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. **Kedua orang tua tercinta**, atas doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang menjadi penguat penulis hingga tahap akhir studi.
3. **Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si.**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang.
4. **Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si.**, atas dukungan fasilitas serta lingkungan akademik yang menunjang proses belajar dan penyusunan skripsi ini.
5. **Bapak Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom.**, selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. **Kakak-kakak tingkat**, yang telah berbagi pengalaman, arahan, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis memperoleh gambaran dan pemahaman yang lebih baik dalam menyelesaikan penelitian ini.

7. **Teman-teman seperjuangan**, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas kebersamaan, bantuan, dan dukungan selama masa perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan skripsi.
8. **Black Cobar dan Argomulyo**, terima kasih telah menjadi keluarga di perantauan atas kebersamaan, kepedulian, serta suasana yang menguatkan sehingga proses panjang ini terasa lebih ringan untuk dijalani.
9. **Seseorang yang penulis sayangi**, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya, terima kasih atas doa, perhatian, kesabaran, dan semangat yang selalu menguatkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
10. **Terakhir, kepada seorang laki-laki perantau, diriku sendiri**, terima kasih karena telah bertahan, tetap melangkah, dan menjaga komitmen hingga proses ini selesai. Semoga setiap ikhtiar senantiasa berada dalam ridha Allah SWT serta diberkahi dalam perjalanan hidup ke depan. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

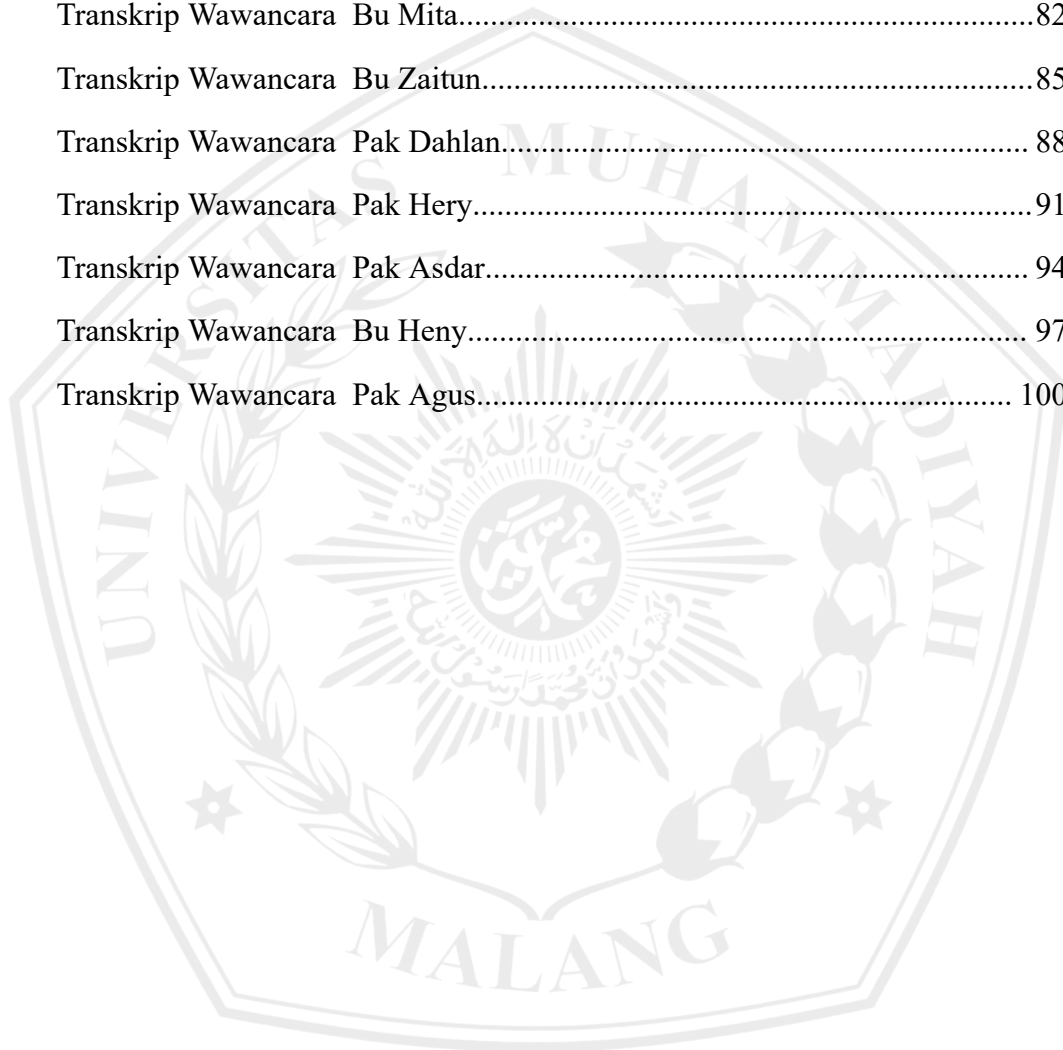
## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR KETERANGAN LULUS.....	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Akademis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Teori Resepsi Stuart Hall.....	5

2.1.1 Model Encoding/Decoding.....	6
2.1.2 Posisi Pembacaan.....	6
2.2 Iklan Digital sebagai Teks Media.....	8
2.3 PayLater, Perilaku Konsumtif, dan Ekosistem Digital.....	9
2.4 Guru sebagai subjek Aktif dan Kelompok Rentan.....	10
2.5 Penelitian Terdahulu.....	12
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Pendekatan Penelitian.....	15
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian.....	16
3.2.1 Tipe Penelitian.....	16
3.2.2 Dasar Penelitian.....	16
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
3.4 Sumber Data dan Subjek Penelitian.....	17
3.4.1 Teknik Penentuan Subjek.....	17
3.4.2 Jenis Data.....	17
3.4.3 Kriteria Subjek Penelitian.....	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.5.1 Wawancara.....	18
3.5.2 Dokumentasi.....	19
3.6 Teknik Analisis Data.....	19
3.6.1 Kondensasi Data dan Reduksi.....	20
3.6.2 Penyajian Data.....	20
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	21
3.7 Uji Keabsahan Data.....	21
BAB IV.....	23
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23

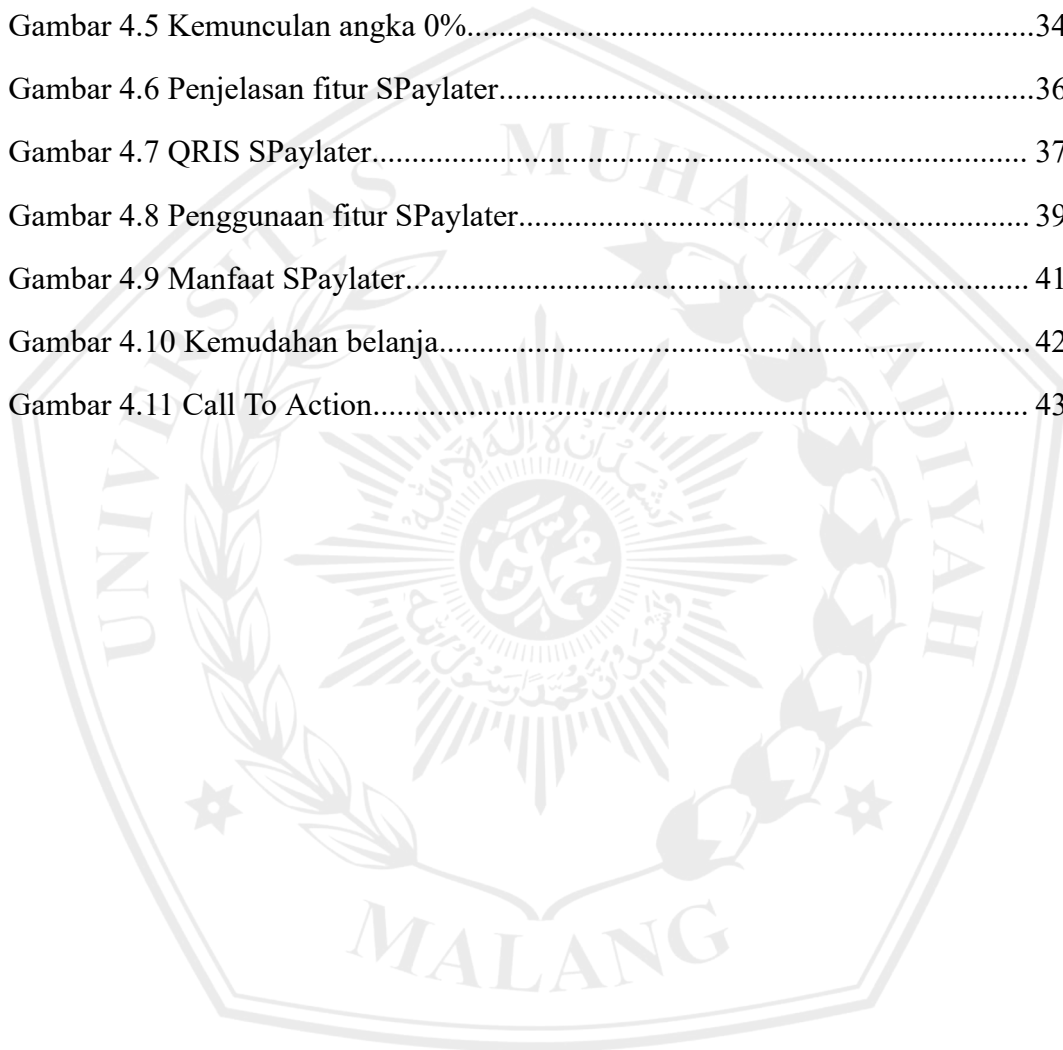
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	23
4.2 Deskripsi Umum Subjek Penelitian.....	25
4.2.1 Subjek 1.....	27
4.2.2 Subjek 2.....	27
4.2.3 Subjek 3.....	28
4.2.4 Subjek 4.....	28
4.2.5 Subjek 5.....	29
4.2.6 Subjek 6.....	29
4.2.7 Subjek 7.....	30
4.2.8 Subjek 8.....	30
4.3 Deskripsi Hasil.....	31
4.3.1 Eksekusi Kreatif Iklan.....	31
4.3.2 Manfaat Produk dan Kejelasan Informasi.....	36
4.3.3 Skeptisisme terhadap Realitas Tawaran “0%”.....	39
4.3.4 Ajakan Bertindak (CTA) dan Prinsip Pribadi.....	42
4.4 Pembahasan.....	45
4.4.1 Resepsi pada Eksekusi Kreatif Iklan.....	48
4.4.2 Resepsi pada Manfaat Produk dan Kejelasan Informasi.....	52
4.4.3 Resepsi pada Skeptisisme terhadap Realitas Tawaran “0%”.....	55
4.4.4 Resepsi pada Ajakan Bertindak (CTA) dan Prinsip Pribadi.....	58
BAB V.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Akademis.....	60
5.2.2 Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62

LAMPIRAN.....	68
Surat Ijin Penelitian.....	68
Dokumentasi Wawancara.....	69
Breakdown & Draft Pertanyaan Wawancara.....	71
Transkrip Wawancara Bu Ira.....	79
Transkrip Wawancara Bu Mita.....	82
Transkrip Wawancara Bu Zaitun.....	85
Transkrip Wawancara Pak Dahlan.....	88
Transkrip Wawancara Pak Hery.....	91
Transkrip Wawancara Pak Asdar.....	94
Transkrip Wawancara Bu Heny.....	97
Transkrip Wawancara Pak Agus.....	100



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Thumbnail Iklan.....	23
Gambar 4.2 Penurunan angka cicilan.....	31
Gambar 4.3 Dramatisasi iklan.....	32
Gambar 4.4 Elemen visual 0%.....	33
Gambar 4.5 Kemunculan angka 0%.....	34
Gambar 4.6 Penjelasan fitur SPaylater.....	36
Gambar 4.7 QRIS SPaylater.....	37
Gambar 4.8 Penggunaan fitur SPaylater.....	39
Gambar 4.9 Manfaat SPaylater.....	41
Gambar 4.10 Kemudahan belanja.....	42
Gambar 4.11 Call To Action.....	43



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	12
Tabel 4.1 Profil subjek.....	25
Tabel 4.2 Posisi pembacaan subjek.....	45



## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, R., & Wahyuni, E. (2023). Bullying dalam Drama Korea (Analisis Resepsi dalam Drama Korea True Beauty 2020). *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 98-110. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1489>
- Alfiyanti, N., & Lestari, P. (2022). ANALISIS NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT KANDRI KECAMATAN GUNUNGPATI SEBAGAI ALTERNATIF SUMBER BELAJAR IPS DI SMP NEGERI 22 SEMARANG. *Sosiolium: Jurnal Pembelajaran IPS*, 4(1), 15-20. <https://doi.org/10.15294/sosiolium.v4i1.53155>
- Anggraini, S. P., & Iskandar, H. (2022). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Pembayaran Menggunakan Sistem Paylater. *Pleno Jure*, 11(1), 69-86. <https://doi.org/10.37541/plenojure.v11i1.701>
- Chen, B., Wang, L., Rasool, H., & Wang, J. (2022). Research on the Impact of Marketing Strategy on Consumers' Impulsive Purchase Behavior in Livestreaming E-commerce. *Frontiers in Psychology*, 13(No issue), 905531. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.905531>
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58(Part B), 104438. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Christina, M., Lestari, A., Wirawan, F., & Oktivera, E. (2024). The Effect of Tagline "Beli Sekarang, Bayar Nanti" on Decision to Use Shopee Paylater. *Journal of Electrical Systems*, 20(5s), 1292-1295. <https://doi.org/10.52783/jes.2458>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE. [https://books.google.com/books/about/Research\\_Design.html?id=4uB76I](https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=4uB76I)  
C\_pOQC

- Effendy, E., Fatika, A., Harahap, Z., & Deansyah, R. (2023). Komunikasi Simbiolik Dalam Masyarakat. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1364–1372. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3143>
- Fuchs, C. (2023). A Marxist-Humanist perspective on Stuart Hall's communication theory. *Theory and Society*, 52(6), 995-1029. <https://doi.org/10.1007/s11186-023-09524-5>
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972–79* (pp. 128–138). Hall, S.; Hobson, D.; Lowe, A.; Willis, P. 10.4324/9780203381182-13
- Hegawan, C. I. P., Faustine, T. M., Wijayanti, S., & Manaf, P. A. (2023). Exploring the influence of perceived usefulness and value of PayLater/BNPL on satisfaction, impulsive buying, and post-purchase intention. *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 15(1), 1-12. <http://scipg.com/index.php/103/article/view/667>
- Hermawan, E. (2023). Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(1), 1-13. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.7>
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://ccsenet.org/journal/index.php/elt/article/view/0/39044>
- Ismalia, S., & Fasa, M. I. (2024). STRATEGI PEMASARAN PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah (JIEMAS)*, 3(3), 378–387. <https://jiemmas.stai-dq.org/index.php/home/article/download/72/115>

202210040311298

Awwaluddin Nur

Ilmu Komunikasi

Jali, N. P., Nyide, C. J., & Stainbank, L. J. (2023). The Interplay Between Financial Literacy, Financial Technology and Financial Behaviour of High School Teachers in an Emerging Economy. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 12(4), 139–151. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0100>

Kelvin, K., & Novani, S. (2023). Strategic Decision Analysis To Manage Competitive Advantage For Shopee Indonesia. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 32-41. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/20479>

Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), 507-528. <https://doi.org/10.1111/joca.12510>

Laurinda, C., Pangaribuan, C. H., & Thaib, D. (2024). Unraveling The Factors Influencing Impulsive Buying Behavior Among Gen Z Using Shopee Paylater: A Quantitative Analysis. *Asian Journal of Social and Humanities*, 2(12), 2963–2982. <https://ajosh.org/index.php/jsh/article/view/411>

Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences : or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>

Maharani, P. A. D., & Aisyah, V. N. (2024, 01 30). *Reception Analysis of Beauty Standards of Skincare Advertisements on Instagram @skingame*. Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity). <https://proceedings.ums.ac.id/iseth/article/view/4554>

McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction Edisi: 2*. Sage Publications. [https://books.google.com/books/about/Mass\\_Communication\\_Theory.html?id=6v1wS6cdMb4C](https://books.google.com/books/about/Mass_Communication_Theory.html?id=6v1wS6cdMb4C)

- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.  
<https://www.rosda.id/metodologi-penelitian-kualitatif-edisi-revisi/>
- Morley, D. (2003). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Routledge.  
[https://books.google.co.id/books?id=\\_-SIAgAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=_-SIAgAAQBAJ)
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B., & Wong, W.-K. (2022). What Makes GO-JEK Go in Indonesia? The Influences of Social Media Marketing Activities on Purchase Intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), 89–103.  
<https://doi.org/10.3390/jtaer17010005>
- Nesterenko, V., Miśkiewicz, R., & Abazov, R. (2023). Marketing Communications in the Era of Digital Transformation. *Virtual Economics*, 6(1), 57–70. [https://doi.org/10.34021/ve.2023.06.01\(4\)](https://doi.org/10.34021/ve.2023.06.01(4))
- Ni, Y. (2024). Navigating Intercultural Communication in the Media Landscape: Challenging Stereotypes and Cultivating Critical Perspectives Hall Model as the Framework. *Digital Society*, 3(No Issue), 36.  
<https://doi.org/10.1007/s44206-024-00126-x>
- Nudiya, N., Suwanto, S., & Titing, A. S. (2025). How Hedonic Shopping Motivation and Trust Shape Purchasing Decisions Among Shopee PayLater Users ? *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 6(1), 101–109. <https://doi.org/10.55583/invest.v6i1.1226>
- Ogah, A. I., & Abutu, D. O. (2022). Theoretical analysis on persuasive communication in advertising and its application in marketing communication. *EJOTMAS: Ekpoma Journal of Theatre and Media Arts*, 8(1-2), 313–331. <https://doi.org/10.4314/ejotmas.v8i1-2.17>
- Puspitasari, A. A., & Salehudin, I. (2022). Quick Response Indonesian Standard (QRIS): Does Government Support Contribute to Cashless Payment System Long-term Adoption? *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 2(1), 01–15. <https://doi.org/10.35313/jmi.v2i1.29>

- Rababah, L. (2023). Examining Speech Acts in Jordanian Advertising: Pragmatic Functions, Linguistic Features, and Rhetorical Devices. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 10(5), 212–223. <https://doi.org/10.29333/ejecs/1722>
- Ramadhani, Z., Jumraidin, J., & Ratmaja, L. (2024). TEKNIK KOMUNIKASI PRAMUWISATA LOKAL DALAM PROSES INTERPRETASI DESA WISATA HIJAU BILEBANTE. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 911–918. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i6.7706>
- Sari, W., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Promosi Konsumen Dan Media Sosial Instagram Terhadap Omset Penjualan. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 705–716. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i3.737>
- Saxena, I. (2025). An Analysis on Digital Advertising and Its Effect on E-Commerce. *International Scientific Journal of Engineering and Management (ISJEM)*, 4(6), 1-8. <https://doi.org/10.55041/isjem04209>
- Seldal, M. M. N., & Nyhus, E. (2022). Financial Vulnerability, Financial Literacy, and the Use of Digital Payment Technologies. *Journal of Consumer Policy*, 45(2), 281–306. <https://doi.org/10.1007/s10603-022-09512-9>
- Sujatnika, D., Rojak, I., & Saprulloh, A. (2024). The Role of Teachers in Overcoming Welfare Challenges and Improving Financial Education in the Era of Online Loans. *International Journal of Ulul Albab: Education and Social Review*, 1(1), 39-55. <https://doi.org/10.70691/ululalbab.v1i1.3>
- Suryono, R., Budi, I., & Purwandari, B. (2021). Detection of fintech P2P lending issues in Indonesia. *Heliyon*, 7(4), e06782. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06782>
- Uva, I., Ariati, E., Amiruddin, M., Tegarishandy, D., & Furie, W. (2024). Creative Communication Strategy for Digital Marketing and E-Commerce in Product Sales (Case Study, Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop). *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 3(3), 537–554. <https://doi.org/10.55927/modern.v3i3.9448>

202210040311298

Awwaluddin Nur

Ilmu Komunikasi

Yousman, B. (2019). Encoding/Decoding. In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (pp. 1-3). Wiley.  
<https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeose045.pub2>

