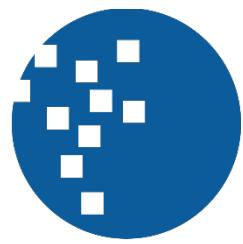


**STUDI PEMAKNAAN GEN Z DI JAKARTA  
SEBAGAI PENGGUNA *PAYLATER* DI *E-COMMERCE***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Nathanael Rio Setiawan**

**00000055081**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**STUDI PEMAKNAAN GEN Z DI JAKARTA  
SEBAGAI PENGGUNA *PAYLATER* DI *E-COMMERCE***



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Nathanael Rio Setiawan  
00000055081**

**UNIVERSITAS  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathanael Rio Setiawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055081  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

### **STUDI PEMAKNAAN GEN Z DI JAKARTA SEBAGAI PENGGUNA PAYLATER DI E-COMMERCE**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nathanael Rio Setiawan".

Nathanael Rio Setiawan

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Studi Pemaknaan Gen Z di Jakarta sebagai Pengguna *Paylater* di *E-Commerce*

Oleh

Nama : Nathanael Rio Setiawan  
NIM : 00000055081  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025  
Pukul 13.00 s.d 14.30 WIB dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Digitally signed  
by Anton Binsar  
Date:  
2025.07.22  
13:18:36 +07'00'

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0309027705

Penguji

Digitally signed by Eko Hadi Saputro  
Reason: I am approving this document  
Location: Universitas Multimedia Nusantara  
Date: 2025-07-21  
14:00+07:00

Calvin Eko Saputro, S.E., M.M.  
NIDN 0303056102

Pembimbing

  
Date:  
2025.07.22  
13:34:22  
+07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.  
NIDN 0320109004

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by  
Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
Date: 2025.07.23 17:41:13  
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nathanael Rio Setiawan  
NIM : 00000055081  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Studi Pemaknaan Gen Z di Jakarta sebagai Pengguna *Paylater* di *E-Commerce*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- Lainnya, pilih salah satu:
- Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
- Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 20 Juni 2025

Nathanael Rio Setiawan



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat berproses dan menyelesaikan penelitian berjudul **“Studi Pemaknaan Gen Z di Jakarta sebagai Pengguna Paylater di E-Commerce”** dengan baik. Terlepas dari segala kekurangan dan keterbatasan, saya harap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, mengenai pemaknaan Gen Z dalam menggunakan fitur *paylater* di *e-commerce*.

Penelitian ini tentu saja tidak akan berhasil tanpa dukungan beberapa pihak. Maka, saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan arahan dalam penelitian ini.
5. Bapak Calvin Eko Saputro, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan arahan dalam penelitian ini.
6. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
7. Keluarga, yang telah memberikan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Alessandra Calista, Bryan Wijaya, Devara Ivan Mahardika, dan Josephine Laura, sebagai sahabat satu perjuangan yang selalu memberikan dukungan dan menjadi tempat ternyaman bagi peneliti untuk berkeluh-kesah, sehingga peneliti dapat mencapai ‘titik’ ini.
9. Hesly Nova Angelica, Salwa Anindiza, Ruth Yushiana, dan Fitra Kamila, atas dukungan moral, saran, dan motivasi.

10. Para informan yang sudah bersedia dan meluangkan waktu untuk wawancara.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, saya sangat terbuka kepada kritik dan saran dari pembaca, khususnya Bapak/Ibu dosen pembimbing maupun penguji. Kritik yang diberikan akan sangat berharga bagi saya untuk belajar dan memperbaiki di penelitian selanjutnya.

Tangerang, 20 Juni 2025



Nathanael Rio Setiawan

**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **STUDI PEMAKNAAN GEN Z DI JAKARTA**

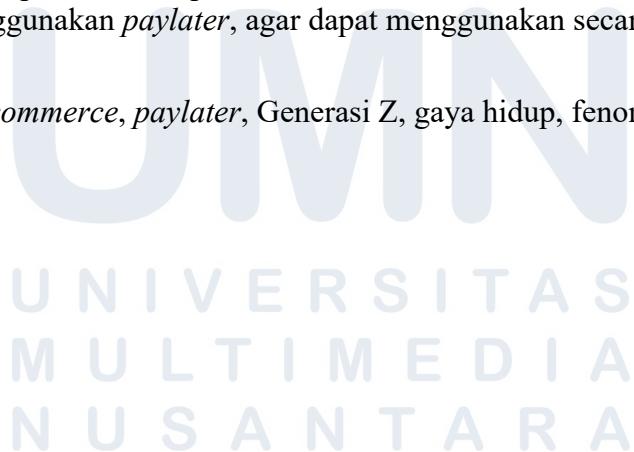
## **SEBAGAI PENGGUNA PAYLATER DI E-COMMERCE**

Nathanael Rio Setiawan

### **ABSTRAK**

Seiring berkembangnya gaya hidup digital, perusahaan terus berinovasi untuk menciptakan layanan belanja terbaik kepada konsumennya. Salah satunya yakni integrasi fitur *paylater* di berbagai *e-commerce*, yang memungkinkan konsumen untuk memperoleh barang tanpa langsung membayar. Popularitas fitur *paylater*, pada akhirnya mendorong kalangan masyarakat untuk semakin konsumtif; termasuk Gen Z dengan karakteristiknya yang mengutamakan kemudahan dalam memperoleh jasa dan barang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan Gen Z di Jakarta, terkait penggunaan *paylater* di *e-commerce*, sebagai konstruksi fenomena gaya hidup Gen Z. Jenis dan sifat penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif, dengan metode fenomenologi deskriptif untuk menjabarkan pemaknaan Gen Z secara mendalam. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dianalisis menggunakan konsep fenomenologi, *Human Computer Interaction*, *e-commerce*, *paylater*, gaya hidup konsumtif, dan Gen Z. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *paylater* tidak hanya dimaknai sekadar alat bayar, tetapi sebagai solusi darurat dalam memenuhi kebutuhan mendesak. Pemaknaan tersebut terbentuk berdasarkan esensi pengalaman informan dalam menggunakan *paylater* dan gaya hidup yang terbentuk. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan wawasan mendalam bagi Gen Z yang ingin menggunakan *paylater*, agar dapat menggunakan secara bijak.

**Kata kunci:** *e-commerce*, *paylater*, Generasi Z, gaya hidup, fenomenologi.



# **THE STUDY OF GEN Z'S MEANING IN JAKARTA AS A PAYLATER USER IN E-COMMERCE**

Nathanael Rio Setiawan

## **ABSTRACT**

*As digital lifestyles grow, businesses strive to adapt to provide the best shopping experiences for their customers. One of them is the incorporation of the paylater option into several e-commerce platforms, which allows customers to purchase things without making an instant payment. The popularity of the paylater function ultimately pushes the community to become more consumptive, including Generation Z, which places a premium on convenience when receiving services and goods. The purpose of this study is to better grasp the meaning of Gen Z, specifically in Jakarta, in relation to the usage of paylater in e-commerce as a building of the Gen Z lifestyle phenomena. This research is qualitative-descriptive in character, with phenomenology approaches to illustrate Gen Z's experience. Data was collected utilizing interview methods and will be analyzed using the concepts of phenomenology, Human-Computer Interaction (HCI), e-commerce, paylater, consumerist lifestyle, and Gen Z. The results of this study show that paylater is not only understood as a payment tool but also as an emergency solution for urgent needs. That interpretation is formed based on the essence of the informants experiences in using paylater and the lifestyle that has developed. Thus, it is hoped that the research results can provide deep insights for Gen Z who want to use paylater, so they can use it wisely.*

**Keywords:** *e-commerce, paylater, Gen Z, lifestyle, phenomenology.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.5.1 Kegunaan Akademis .....</b>	<b>10</b>
<b>1.5.2 Kegunaan Praktis .....</b>	<b>10</b>
<b>1.5.3 Kegunaan Sosial .....</b>	<b>10</b>
<b>1.6 Batasan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Landasan Konsep .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.1 Fenomenologi.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.2 Human Computer Interaction (HCI) .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.3 E-Commerce .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.4 Paylater .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.5 Gaya Hidup Konsumtif .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.6 Generasi Z .....</b>	<b>30</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>31</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>33</b>

<b>3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>3.3 Metode Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Pemilihan Informan .....</b>	<b>35</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>37</b>
3.5.1 Data Primer .....	37
3.5.2 Data Sekunder .....	38
<b>3.6 Keabsahan Data .....</b>	<b>38</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>39</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.1 Subjek Penelitian.....</b>	<b>43</b>
4.1.1.1. Informan 1 .....	43
4.1.1.2. Informan 2 .....	44
4.1.1.3. Informan 3 .....	45
4.1.1.4. Informan 4.....	45
<b>4.1.2 Objek Penelitian .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.1 Deskripsi Tematis.....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.2 Deskripsi Tekstural.....</b>	<b>52</b>
4.2.2.1 Deskripsi Tekstural Pengalaman <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> .....	52
4.2.2.2 Deskripsi Tekstural Peran Teknologi dan <i>Paylater</i> Sebagai Gaya Hidup Konsumtif.....	62
4.2.2.3 Deskripsi Tekstural Pemaknaan <i>E-Commerce</i> , <i>Paylater</i> , dan Motivasi Penggunaan <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> .....	74
<b>4.2.3 Deskripsi Struktural .....</b>	<b>85</b>
4.2.3.1 Deskripsi Struktural Pengalaman <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> .....	85
4.2.3.2 Deskripsi Struktural Peran Teknologi dan <i>Paylater</i> Sebagai Gaya Hidup Konsumtif.....	95
4.2.3.3 Deskripsi Struktural Pemaknaan <i>E-Commerce</i> , <i>Paylater</i> , dan Motivasi Penggunaan <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> .....	105
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>117</b>
4.3.1 Sintesis Makna Deskripsi Tekstural dan Struktural .....	117
4.3.2 Pengalaman <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> .....	123
4.3.3 Peran Teknologi dan <i>Paylater</i> Sebagai Gaya Hidup Konsumtif .....	129
4.3.4 Pemaknaan <i>E-Commerce</i> , <i>Paylater</i> , dan Motivasi Penggunaan <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> .....	134
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>140</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>140</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>141</b>

5.2.1 Saran Akademis .....	141
5.2.2 Saran Praktis.....	141
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>142</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>149</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

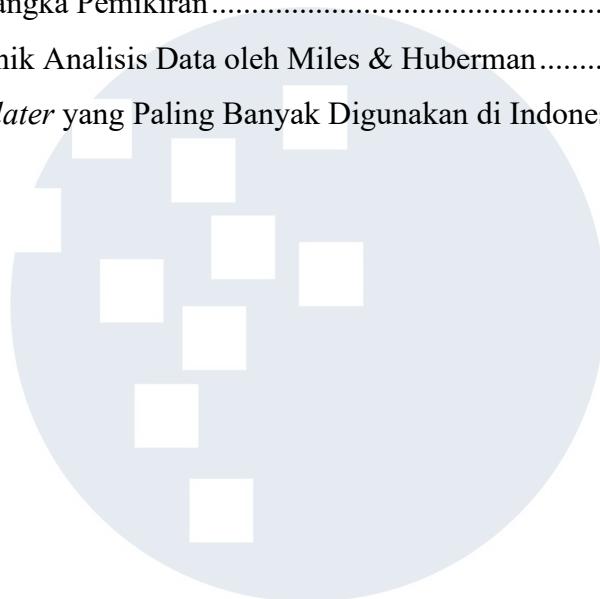
## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	36
Tabel 4.1 Tabel Deskripsi Tematis .....	50
Tabel 4.2 Deskripsi Tekstural Gabungan.....	82
Tabel 4.3 Deskripsi Struktural Gabungan.....	113
Tabel 4.4 Deskripsi Gabungan Tekstural dan Struktural .....	118



## **DAFTAR GAMBAR**

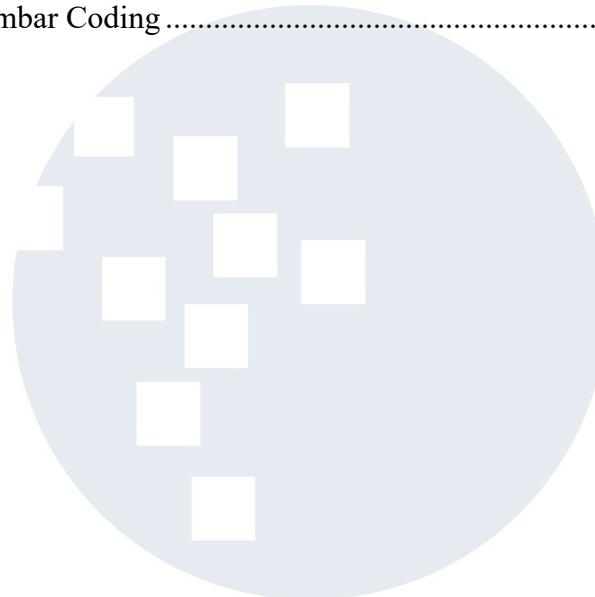
Gambar 1.1 Prediksi Angka Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2024.....	2
Gambar 1.2 Pengguna <i>Paylater</i> di Indonesia.....	6
Gambar 1.3 Pengguna <i>Paylater</i> per Provinsi di Indonesia tahun 2024 .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data oleh Miles & Huberman.....	40
Gambar 4.1 <i>Paylater</i> yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023.....	47



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A. Turnitin .....	149
Lampiran B. Konsultasi Form.....	150
Lampiran C. Lembar Persetujuan dan Transkrip .....	151
Lampiran D. Lembar Coding .....	204



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA