



**MAKNA VISUALISASI DOMPET DALAM IKLAN GOPAY
VERSI MENCENGANGKAN! DOMPET INI BISA CURHAT**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PUTRI ANGELIANI
44322010035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**MAKNA VISUALISASI DOMPET DALAM IKLAN GOPAY
VERSI MENCENGANGKAN! DOMPET INI BISA CURHAT**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**PUTRI ANGELIANI
44322010035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Angeliani
NIM : 44322010035
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: “Makna Visualisasi Dompot dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 10 Februari 2026



Putri Angeliani.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Putri Angeliani
NIM : 44322010035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marcomm

Dengan judul "Makna Visualisasi Dompot dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat", telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 19%

Jakarta, 18 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

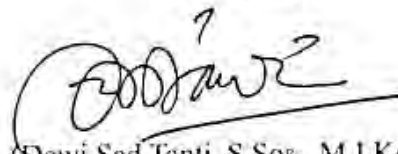
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Putri Angeliani
NIM : 44322010035
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : **Makna Visualisasi Dompot dalam Iklan GoPay
Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 30 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

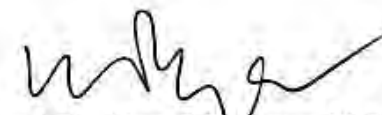


(Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN/NUPTK: 0726067701

Jakarta, 10 Februari 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK: 0318116602



Dr. Farid Hanid Umarella, M.Si
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa, tanpa doa, dukungan, kesabaran, dan kasih sayang dari kedua orang tua tercinta, Bapak H. Yacob dan Ibu Rossy Rosliani, perjalanan akademik ini tidak akan dapat dilalui dengan baik. Penulis juga menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku Dewan Penguji Seminar Proposal yang telah memberikan masukan perbaikan yang berharga dalam melengkapi Tugas Akhir ini
5. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dewan Penguji Ahli Sidang Tugas Akhir ini
6. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang selalu memberikan informasi
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada penulis selama di dalam maupun luar perkuliahan.
8. Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu penyusunan Tugas Akhir ini
9. Teman seperjuangan penulis di dalam maupun di luar kampus yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama menyusun Tugas Akhir ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu.

Jakarta, 10 Februari 2026

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Angeliani
NIM : 44322010035
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : **Makna Visualisasi Dompot dalam Iklan GoPay**
Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/forman-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Februari 2026
Yang Menyatakan,


(Putri Angeliani)

MAKNA VISUALISASI DOMPET DALAM IKLAN GOPAY VERSI MENCENGANGKAN! DOMPET INI BISA CURHAT

PUTRI ANGELIANI

ABSTRAK

Iklan GoPay versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat menghadirkan pendekatan kreatif melalui personifikasi dompet sebagai tokoh utama untuk menggambarkan pengalaman finansial individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna visualisasi dompet dalam iklan GoPay versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat serta pesan pengelolaan keuangan yang ditampilkan dalam iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Peirce mengungkapkan makna dengan 9 sub tipe tanda, yakni qualisign, sinsign, legisign, icon, index, symbol, rhema, decisign, dan argument. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap *scene-scene* iklan yang diunggah pada channel YouTube Gopay Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visualisasi dompet dalam iklan berfungsi sebagai representamen kondisi finansial individu yang dipersonifikasikan untuk menggambarkan pengalaman emosional dalam mengelola keuangan. Dompot tidak lagi diposisikan sebagai benda mati, melainkan sebagai perumpamaan atas psikologis individu dalam menghadapi masalah finansial. Hal ini terlihat dari berbagai ekspresi dompet seperti takut, sedih, terkejut, tegang, panik, cemas, tersenyum, hingga senang, serta berbagai reaksi yang dilihat dari gestur dan perubahan suasana visual dari gelap menuju cerah. Selain itu, iklan ini juga menyampaikan pesan pengelolaan keuangan yang mencakup pentingnya membuat anggaran dengan membaginya berdasarkan kategori-kategori pengeluaran, yang sejalan dengan konsep *financial planning* serta *self control* juga diperlukan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Iklan ini juga menawarkan kemudahan transaksi dengan tidak perlu melakukan *top up* lagi karena bisa langsung dari Kantong Jago, dengan sistem yang terintegrasi ini membantu mengurangi *transaction cost*.

Kata Kunci: Semiotika, Iklan, Dompot Digital, GoPay, Pengelolaan Keuangan

THE MEANING OF WALLET VISUALIZATION IN THE GOPAY ADVERTISEMENT VERSION AMAZING! THIS WALLET CAN CONFIDE

PUTRI ANGELIANI

ABSTRACT

GoPay's Astonishing! This Wallet Can Talk advertisement presents a creative approach by personifying a wallet as the main character to describe an individual's financial experience. This study aims to reveal the meaning of wallet visualization in GoPay's Astonishing! This Wallet Can Talk advertisement and the financial management message presented in the advertisement. This study uses Charles Sanders Peirce's semiotic analysis method with a qualitative approach and a constructivist paradigm. Peirce reveals meaning through nine subtypes of signs, namely qualisign, sinsign, legisign, icon, index, symbol, rhema, decisign, and argument. The research data was obtained through observation of the ad scenes uploaded on the Gopay Indonesia YouTube channel. The results of the study show that the visualization of wallets in advertisements functions as a representation of an individual's financial condition, personified to describe the emotional experience of managing finances. Wallets are no longer positioned as inanimate objects, but as metaphors for the individual's psychology in dealing with financial problems. This can be seen from various expressions of the wallet, such as fear, sadness, surprise, tension, panic, anxiety, smiling, and happiness, as well as various reactions seen from gestures and changes in the visual atmosphere from dark to bright. In addition, this advertisement also conveys a message about financial management, which includes the importance of budgeting by dividing expenses into categories, in line with the concept of financial planning and self-control, which is also necessary to avoid consumptive behavior. This advertisement also offers ease of transaction by eliminating the need for top-ups because it can be done directly from Kantong Jago. This integrated system helps reduce transaction costs.

Keywords: Semiotics, Advertising, Digital Wallet, GoPay, Financial Management

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH DI REPOSITORI UMB.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Periklanan	20
2.2.3 Iklan	24
2.2.4 Pesan Iklan.....	26
2.2.5 Media Sosial	29
2.2.6 Dompot Digital	33
2.2.7 Majas.....	34
2.2.8 Pengelolaan Keuangan.....	36
2.2.9 Bagaimana Tanda-Tanda Bekerja	38
2.2.10 Simbol dan Tanda	39
2.2.11 Teori Makna	39

2.2.12 Semiotika	40
BAB III.....	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	45
3.4 Unit Analisis	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.1 Data Primer	47
3.5.2 Data Sekunder.....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Tentang Perusahaan.....	52
4.1.2 Gambaran Umum GoPay.....	54
4.1.3 Gambaran Umum Iklan GoPay	55
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Identifikasi Pesan Verbal dan Non Verbal dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	58
4.2.2 Identifikasi Elemen-Elemen Iklan dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	61
4.2.3 Uraian <i>Scene</i> dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	64
4.2.4 Analisis Tanda Pada Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	67
4.3 Pembahasan	94
4.3.1 Analisis Tanda secara Keseluruhan.....	94
4.3.2 Makna Visualisasi Dompot dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat Terdapat Praktik Personifikasi.....	95
4.3.3 Pesan Tersirat Pengelolaan Keuangan dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	97
4.3.4 Makna secara Keseluruhan dalam Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	102
BAB V.....	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104

5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Iklan GoPay pada periode 3 Bulan Sebelum Peluncuran Iklan “Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat” 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Unit Analisis	39
Tabel 3.2 Trikotomi Semiotika Peirce	42
Tabel 4.1 Layanan Gojek	45
Tabel 4.2 Berbagai Layanan di GoPay	46
Tabel 4.3 Identifikasi Pesan Verbal dan Nonverbal	49
Tabel 4.4 Identifikasi Elemen-Elemen Iklan	52
Tabel 4.5 Uraian Scene Iklan	55
Tabel 4.6 Analisis Tanda Pada Iklan	58
Tabel 4.7 Analisis Tanda Pada Iklan	61
Tabel 4.8 Analisis Tanda Pada Iklan	63
Tabel 4.9 Analisis Tanda Pada Iklan	65
Tabel 4.10 Analisis Tanda Pada Iklan	67
Tabel 4.11 Analisis Tanda Pada Iklan	69
Tabel 4.12 Analisis Tanda Pada Iklan	71
Tabel 4.13 Analisis Tanda Pada Iklan	73
Tabel 4.14 Analisis Tanda Pada Iklan	75
Tabel 4.15 Analisis Tanda Pada Iklan	77
Tabel 4.16 Analisis Tanda Pada Iklan	79
Tabel 4.17 Analisis Tanda Pada Iklan	81
Tabel 4.18 Analisis Tanda Pada Iklan	83
Tabel 4.19 Analisis Tanda secara Keseluruhan	85
Tabel 4.20 Analisis Tanda Dominan dan Maknanya	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dompot Digital Paling Populer 2022	2
Gambar 1.2 Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	4
Gambar 3.1 Model Segitiga Makna Peirce	42
Gambar 4.1 Logo Gojek.....	44
Gambar 4.2 Logo Gopay.....	45
Gambar 4.3 Iklan GoPay Versi Mencengangkan! Dompot Ini Bisa Curhat	47



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Observasi Peneliti
- Lampiran 2. Tabel Coding
- Lampiran 3. Bukti Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 4. *Curriculum Vitae*

