

SEDUCTION DAN SIMULAKRA PADA LAYANAN SPAYLATER

Title	SEDUCTION DAN SIMULAKRA PADA LAYANAN SPAYLATER
Author Order	2 of 2
Accreditation	3
Abstract	<p>“Buy Now Pay Later” service based on digital financial applications is increasingly being famous in Indonesia. One of them is SPaylater which was originally a financial loan for shopping on the Shopee application and is increasingly being used to pay for consumption-based on the merchant. SPaylater adopted the credit card method with several innovations such as faster and easier submissions, also the payment can be paid in installment. Employing qualitative method and hermeneutic approach, this paper collects data through observation and library research. It was written to debunk the operative of seduction and simulacra in SPaylater's service features. SPaylater contained several seduction patterns so that the middle and lower classes are willing to use credit facilities in carrying out consumption activities. SPaylater service offered easy registration, discounts, free shipping coupons and cash back as seduction to attract users to use the payment method. SPaylater was a simulacra in a digital ecosystem. It was potentially entrap the user into consuming activity without realizing their financial reality. It was potentially also to trap the user in a prolonged cycle of debt and cause greater financial problems in the long term. Keywords: SPaylater, Shopee, Seduction, Simulacra. Abstrak Layanan “Beli Sekarang Bayar Nanti” berbasis aplikasi keuangan digital semakin marak di Indonesia. Salah satunya adalah SPaylater yang pada awalnya menjadi pinjaman keuangan untuk belanja pada aplikasi Shopee dan semakin meluas untuk bisa digunakan membayar pada toko fisik berbasis konsumsi dan jasa. SPaylater mengadopsi cara kerja kartu kredit dengan inovasi yang memungkinkan calon pengguna melakukan pengajuan secara lebih cepat, mudah, dan pembayaran yang bisa dicicil. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan hermeneutik, tulisan ini mengambil data melalui pengamatan dan studi pustaka. Tulisan ini bertujuan untuk membongkar selubung seduction dan simulakra pada fitur layanan SPaylater. SPaylater memuat beberapa pola seduction agar masyarakat kelas menengah dan bawah bersedia menggunakan fasilitas kredit dalam melakukan aktivitas konsumsi. Layanan SPaylater menawarkan kemudahan pendaftaran, potongan harga, kupon gratis ongkos kirim dan kembalian tunai sebagai seduction untuk menarik minat pengguna menggunakan metode pembayaran ini. SPaylater merupakan simulakra dalam ekosistem digital yang berpotensi membuat pengguna terlena untuk berbelanja tanpa menyadari realitas keuangan mereka. Ini berpotensi untuk menjebak pengguna dalam siklus utang yang berkepanjangan serta menyebabkan masalah keuangan yang lebih besar dalam jangka panjang. Kata Kunci: Spaylater, Shopee, Seduction, Simulakra.</p>
Publisher Name	UNIVERSITAS SEBELAS MARET (UNS)
Publish Date	2023-01-30
Publish Year	2023
Doi	DOI: 10.20961/jas.v12i1.63253
Citation	
Source	Jurnal Analisa Sosiologi
Source Issue	Vol 12, No 1 (2023)
Source Page	
Url	https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/63253/39384
Author	Dr. ARIZAL MUTAHIR, S.Sos, M.A.