

## Daftar Lampiran

### RIWAYAT HIDUP

#### Identitas Diri

Nama : Nadya Faradiba  
Tempat, Tanggal lahir : Cianjur, 27 Agustus 1993  
Status : Mahasiswa  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Kp. Pasekon RT 02 Rw 09 Kec. Cipanas Kab. Cianjur  
No. Hp : 087721440072  
Email : [nadyafaradiba3@gmail.com](mailto:nadyafaradiba3@gmail.com)

#### Pendidikan Formal

- |                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. Tk Kartika                  | Tahun lulus: 2001 |
| 2. SDN Cipanas                 | Tahun lulus: 2007 |
| 3. SMP PGRI Cipanas            | Tahun lulus: 2009 |
| 4. SMKN 1 Cipanas              | Tahun lulus: 2011 |
| 5. (D1) Puncak Hotel Institute | Tahun lulus: 2014 |

#### Pengalaman

BPPK Ciloto – Staff Administrasi Keuangan (Internship)

Hotel Novus Giri Tahun 2014-2016

Hotel Le Emience – Reception Tahun 2016-2017

Bandung, Ferbruari 2022

Hormat Saya,

(Nadya Faradiba)

## **Pedoman Wawancara**

### **Informan Akademis**

**Nama : DR. TAUFIK HIDAYATULLAH.,MM.,M.AB**

**Pekerjaan : Dosen Unpas**

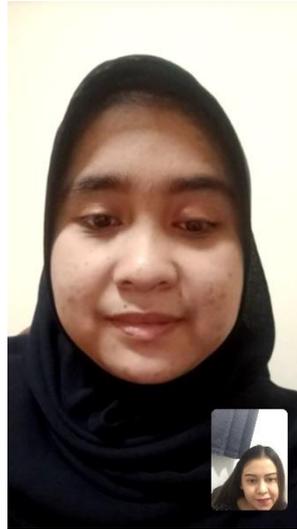
**Wawancara : 27 Desember 2021**

1. Apakah Anda pernah menonton iklan dari DANA dengan judul “Musim Untuk Berubah”?
2. Menurut Anda iklan tersebut menceritakan tentang apa?
3. Bagaimana pendapat Anda mengenai scene – scene yang digambarkan dalam iklan tersebut?
4. Makna atau Pesan apa yang terkandung di dalam iklan tersebut?
5. Apakah pesan yang disampaikan iklan tersebut mudah untuk dipahami?
6. Apa kekurangan dan kelebihan dalam iklan tersebut?
7. Bagaimana pendapat Anda setelah menonton iklan Dana “Musim Untuk Berubah”?
8. Menurut Anda apa hubungan iklan Dana “Musim Untuk Berubah” ini dengan interaksi simbolik?

### **Jawaban :**

1. Pernah nonton
2. Menceritakan mengenai alat transaksi digital
3. Memberikan gambaran bahwa dana ini bisa digunakan baik sebagai pembeli maupun sebagai penjual dan bisa digunakan dalam berbagai tempat
4. Maknanya adalah dompet dana memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi
5. Pesan yang disampikannya mudah untuk dipahami penonton
6. Kekurangannya ini terlalu lama waktunya, padahal bisa dipersingkat dan kelebihanannya pesan mudah dipahami
7. Kreatif dan memilih kata yang bisa mudah dipahami
8. Kata dan simbol dalam iklan itu memberikan pesan yang khas dan itu merupakan interaksi simbolik

## **Informan Pendukung**



*Via : Video Call Whatsapp*

**Nama : Ranisa**

**Alamat : Bandung**

**Pekerjaan : Pegawai Swasta**

**Wawancara : 8 Januari 2022**

### **Pertanyaan :**

1. Apakah Anda pernah menonton iklan dari DANA dengan judul “Musim Untuk Berubah”?
2. Menurut Anda iklan tersebut menceritakan tentang apa?
3. Makna atau Pesan apa yang terkandung di dalam iklan tersebut?
4. Apakah pesan yang disampaikan iklan tersebut mudah untuk dipahami?
5. Apa kekurangan dan kelebihan dalam iklan tersebut?
6. Bagaimana pendapat Anda mengenai scene – scene yang digambarkan dalam iklan tersebut?
7. Bagaimana interkasi Simbolik yang terjadi di dalam iklan Dana “Musim Untuk Berubah”?

### **Jawaban :**

1. Ya. Pernah
2. Iklan tersebut menceritakan tentang 1 keluarga yang hidupnya berubah karena menggunakan dompet digital untuk bertransaksi apapun.
3. - makna yang terkandung dalam iklan yaitu bahwa dimana kita ingin berubah hal baik pasti akan datang kepada kita. Pesan yang disampaikan dari iklan yaitu dengan menggunakan DANA semua mudah.

4. Menurut saya cukup mudah di pahami, tujuan dari iklan DANA ini yaitu mengajak orang2 yang menonton iklan menggunakan aplikasi DANA untuk bertransaksi agar semuanya mudah. Dan menurut saya di zaman milenial ini sangat bermanfaat.
5. Kekurangan : mungkin hanya dalam tampilan iklan tidak adanya teks seperti iklan lain, karna menurut saya tidak semua orang yg menonton dapat mendengar. Orang orang yg tuli memerlukan teks jika menonton apapun itu.  
Kelebihan : tampilannya jelas, rapih dan menarik, pencahayaan jelas. Audio yg ditampilkan terdengar dengan jelas.
6. Scene - scene yg ada pada iklan berbeda beda cerita dan pemeran tetapi yang ditampilkan menarik dan dapat dipahami oleh saya sebagai penonton.
7. Interaksi simbolik pada iklan ini. Iklan ini menampilkan promosi dengan cara cashback yang memang menguntungkan pengguna dan sudah banyak bekerja sama dengan toko2 yang ada di Indonesia juga bank dll. Sehingga menimbulkan interaksi dengan penggunanya dimana pengguna mendapatkan keuntungan dari promosi tersebut. Ini menjadikan pengguna tidak merugi melakukan transaksi menggunakan aplikasi DANA.



*Via : Video Call Whatsapp*

**Nama : Adinda Rifdah**

**Alamat : Bandung**

**Pekerjaan : Mahasiswa**

**Wawancara : 27 Desember 2021**

**Pertanyaan :**

1. Apakah Anda pernah menonton iklan dari DANA dengan judul “Musim Untuk Berubah”?
2. Menurut Anda iklan tersebut menceritakan tentang apa?
3. Makna atau Pesan apa yang terkandung di dalam iklan tersebut?
4. Apakah pesan yang disampaikan iklan tersebut mudah untuk dipahami?
5. Apa kekurangan dan kelebihan dalam iklan tersebut?
6. Bagaimana pendapat Anda mengenai scene – scene yang digambarkan dalam iklan tersebut?
7. Bagaimana interkasi Simbolik yang terjadi di dalam iklan Dana “Musim Untuk Berubah”?

**Jawaban :**

1. Ya pernah
2. Iklan ini menceritakan kehidupan masyarakat di masa lalu yang masih belum secanggih sekarang untuk melakukan transaksi, dimana masa lalu masih menggunakan transaksi manual yang mungkin masih ribet. Namun dengan masa kini di era modern yang sudah mulai canggih, tidak perlu repot-repot membawa dompet lagi untuk pembayaran apapun dan dimanapun. Dengan adanya “DANA” iklan ini menjelaskan bahwa DANA ini mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi apapun dalam satu aplikasi seperti transfer antar bank, pembayaran market place, dan pembayaran lain-lain yang membuat masyarakat

lebih mudah dengan menggunakan DANA. Jadi iklan ini menceritakan perubahan untuk melakukan transaksi dengan mudah dan simple tidak perlu repot-repot lagi. Semua orang akan selalu berusaha untuk ngubah hidupnya lebih baik, di dalam iklan ini mereka telah menemukan cara untuk mengubah hidupnya jadi lebih baik Mulai dari mengubah cara bayar jadi lebih simpel, mengubah susahnya transfer uang jadi gampang dan mewujudkan mimpi-mimpi bisa jadi kenyataan.

3. Pesan di dalam iklan ini yaitu dengan adanya niatan untuk berubah menjadi lebih baik dan lebih mudah menjalani hidup maka iklan ini mempunyai pesan bahwa semua orang akan selalu berusaha untuk ngubah hidupnya lebih baik, di dalam iklan ini mereka telah menemukan cara untuk mengubah hidupnya jadi lebih baik Mulai dari mengubah cara bayar jadi lebih simpel, mengubah susahnya transfer uang jadi gampang dan mewujudkan mimpi-mimpi bisa jadi kenyataan.

4. Sangat mudah di pahami, karna di bagian akhir iklan ini sudah terlihat pesan yang di sampaikan oleh iklan tersebut.

5. Mungkin untuk kekurangannya untuk iklan di televisi ini durasinya terlalu panjang, sehingga membosankan sebagian banyak orang yang tidak memperhatikan iklan tersebut. Untuk kelebihannya sendiri yaitu iklan ini membuat iklan yang sangat menarik perhatian dengan audio-visual yang sangat baik dan pengambilan gambar yang sudah sesuai. Kelebihan lainnya yaitu iklan ini membuat para penontonnya ingin menggunakan aplikasi DANA karna banyak tawaran yang sangat mudah di dalam aplikasi tersebut.

6. Menurut pendapat saya scene scene yang ada di iklan ini dapat menggambarkan sebuah pesan yang jelas kepada penontonnya, dan juga setelah menonton iklan ini saya sebagai pengguna DANA merasa sangat diuntungkan dengan adanya aplikasi DANA ini yang mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi secara mudah. Iklan ini sangat bagus untuk masyarakat Indonesia di masa kini khususnya untuk masyarakat millennial yang tidak mau ribet. Karna dengan kemajuan teknologi cara pembayaran membuat generasi ini makin cashless (cenderung tak membawa uang tunai).

7. Menurut saya interaksi simbolik yang ada di dalam iklan tersebut yaitu dana menawarkan sistem dalam bidang financial technology yang memberikan keamanan terjamin bagi penggunaanya. DANA sendiri mempromosikan dirinya dengan cara memberikan cashback yang besar, bekerjasama dengan banyak merchants, bank dan provider di Indonesia. Sehingga menimbulkan interaksinya dengan masyarakat, karena merasa masyarakat ini diuntungkan dengan adanya aplikasi DANA tsb dengan penawaran-penawaran yg menarik yg membuat masyarakat merasa tidak dirugikan dengan melakukan transaksi melalui aplikasi DANA tsb.



*Via : Video Call Whatsapp*

**Nama : Ilham Mizwar**

**Alamat : Bandung**

**Pekerjaan : Wiraswasta**

**Wawancara : 27 Desember 2021**

**Pertanyaan :**

1. Apakah Anda pernah menonton iklan dari DANA dengan judul “Musim Untuk Berubah”?
2. Menurut Anda iklan tersebut menceritakan tentang apa?
3. Makna atau Pesan apa yang terkandung di dalam iklan tersebut?
4. Apakah pesan yang disampaikan iklan tersebut mudah untuk dipahami?
5. Apa kekurangan dan kelebihan dalam iklan tersebut?
6. Bagaimana pendapat Anda mengenai scene – scene yang digambarkan dalam iklan tersebut?
7. Bagaimana interaksi Simbolik yang terjadi di dalam iklan Dana “Musim Untuk Berubah”?

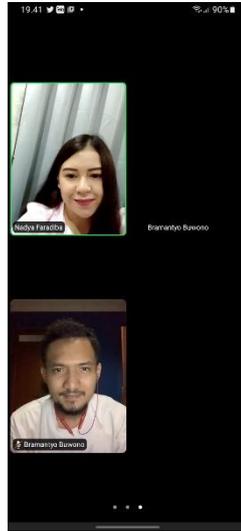
**Jawaban :**

1. Iya, pernah.
2. Iklan ini menceritakan tentang satu keluarga yang terdiri dari ibu dan dua anaknya (adik-kakak) yang hidupnya berubah karena memakai aplikasi dari Dana. Adiknya yang kesulitan dalam transaksi menggunakan e-money dari aplikasi lain menjadi mudah karena pakai Dana, lalu ibunya yang kesulitan melihat nomor rekening yang ditulis di kertas jadi mudah menggunakan nomor rekening untuk bertransaksi karena ada Dana, lalu kakak sebagai orang yang bercerita dalam iklan ini (pemeran utama) hidupnya berubah ketika

akhirnya bisa sukses membuka usaha atau bisnis yang bekerja sama dengan aplikasi Dana untuk bertransaksi dengan pelanggannya.

3. Pesan dari iklan ini sangat jelas sekali yaitu pihak pembuat iklan ingin penonton mengetahui bahwa dengan menggunakan aplikasi Dana maka hidup dapat berubah menjadi lebih mudah dan efektif.
4. Iya, mudah dipahami. Karena iklan ini menampilkan contoh perubahan pada setiap orang di keluarganya sehingga penonton dapat mudah mengerti akan pesan yang terdapat dalam iklan ini.
5. Kekurangannya mungkin cuma satu, yaitu tidak ada teks untuk teman-teman yang tuli sehingga akan sulit dipahami untuk orang-orang yang mempunyai disabilitas seperti itu. Untuk kelebihanannya sendiri menurut saya sangat banyak dalam iklan ini seperti penyampaian pesannya sangat jelas, audionya sangat terdengar jelas dan tegas serta tanda-tanda visual yang mudah dipahami oleh setiap penonton.
6. Pendapat saya setelah menonton iklan ini yaitu scene sceneyang didalam iklan tersebut bagus relate sekali dengan kehidupan di zaman sekarang yang semuanya serba instan dan canggih, dan karena emang dari saya atau mungkin penonton lain menjadi tertarik untuk menggunakan. setiap manusia harus siap untuk berubah mengikuti perkembangan teknologi dan salah satunya adalah menggunakan uang digital untuk setiap transaksi.
7. interaksi simbolik yang terjadi pada iklan DANA "Musim Untuk BERubah" ini sangat terlihat disetiap adegan atau scene nya sehingga membuat penontonnya menginterpretasikan sendiri setiap adegan atau scene secara subjektif. sehingga dapat terjadi interaksi dengan masyarakat. dengan adanya DANA dompet digital ini mengajak masyarakat agar dapat memudahkan segala transaksi dalam satu aplikasi

## Informan Ahli



*Via : Video Call Zoom Meeting*

**Nama : Bramanto Buwono**

**Pekerjaan : *Marketing Partnership Specialist (Advertising Campaign) DANA***

**Wawancara : 8 Januari 2022**

1. Menurut Anda apa pesan yang ingin disampaikan melalui iklan Dana “Musim Untuk Berubah” ini?

Jawaban : Pesannya sebenarnya lebih ke campaign saat itu tuh. Nah musim untuk berubah itu lebih ke campaign, jadi setiap campaign itu kita. Pesannya itu adalah dimana masyarakat luas searang itu bisa lebih praktis, intinya gitu. Dimana dulu mungkingita tuh bawa dua hal penting yaitu dompet dan handphone, nah sekarang tuh semua bisa dilakukan melalui hp. Kedua, di dana sendiri itu kita sekarang ada merchand dana untuk umkm jadi pembayarannya bisa melalui dana. Keuntungan umkm memakai merchand pembayaran melalui dana tentu kita akan bantu mereka di exposure, yang dimana orang akan lebih tautentang brandnya mereka dan segala macamnya. terus juga mereka akan mendapatkan edukasi tentang umkmtuh sebaiknya gimanasih dalam segi promonya. Nah darisitu kan kita bisa lihat dimana kita tuh sudah waktunya berubah, yg dimana umkm yang pada awalnya bentuknya offline sekarang jadi bisa menjadi digital. Dan dana memiliki beberapa tools tools yang bisa membantu umkm ini untuk membantu meningkatkan penjualannya. jadi ada dua hal penting yang pertama adalah kita bisa memberikan informasi buat user kemudahan untuk kehidupannya mereka, yang kedua dari segi umkm digital payment dan meningkatkan penjualan digital umkm tersebut.

2. Bagaimana pendapat Anda mengenai Scene – scene yang digambarkan dalam iklan Dana “Musim Untuk Berubah” ini?

Jawaban : jadi di beberapa scene ini dilihat ada beberapa masalah yang biasa dihadapi oleh user. nah dimana masalah pertama adalah saat itu semua transaksi masih harus menggunakan top up, sedangkan dana sudah bisa payment didalam aplikasinya sehingga user tidak harus top up tapi klik paymentnya itu melalui kartu debitnya mereka sendiri.

Terus scene selanjutnya disini ada orangtua yang dia bingung banyak nomer rekening, dia harus transfer beberapa orang dalam waktu bersamaan. Ini adalah salah satu solusi buat orang-orang, dan kita punya satu kelebihan yaitu free biaya transfer ke semua perbankan.

Terus scene selanjutnya ini jadi gimana akhirnya setelah salah satu UMKM join menjadi merchannya dana dia akan mendapat edukasi dan dapat kemudahan dalam transaksinya.

Untuk scene yang dapat reward, ini lebih ngomongin dana point. Setiap transaksi di dana user mendapat dana point yang bisa ditukarkan menjadi satu pembelian voucher.

3. Menurut Anda apa kata-kata yang digunakan iklan dapat mudah dipahami oleh khalayak?

Jawaban : tergantung dari iklan ini, tujuan ini adalah iklan memperkenalkan dana dalam waktu 30 second. Specific user bakal memahami sebenarnya nggak, Cuma user akan mencari tahu kelebihan fitur yang ada di sini yes. I think ini mudah dipahami sih.

4. Menurut Anda apakah iklan ini sudah memenuhi standar iklan?

Jawaban : yes, karena kita dalam 30 detik dapat memberi informasi begitu banyak.

5. Apa saja Interaksi simbolik yang ada di dalam iklan tersebut?

Jawaban :

visualnya aku rasa bagus, beberapa pop up yang menunjukkan pembayaran yang dilakukan, fitur-fiturnya dan sangat menggambarkan apa yang ingin disampaikan.

Arti simbolik di sebuah iklan, user pada akhirnya lebih senang melihat gambar, visual daripada mendengar. Kalo dalam bentuk simbolik user akan lebih mudah mengerti.

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik ( sarjana, magister, dan atau doktor), baik di Universitas Pasundan maupun diperguruan tinggi lain;
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing dan masukan penguji;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 28 Maret 2022

Yang membuat pernyataan

**Nadya Faradiba**

---

**172050452**

## Dokumentasi Penelitian

