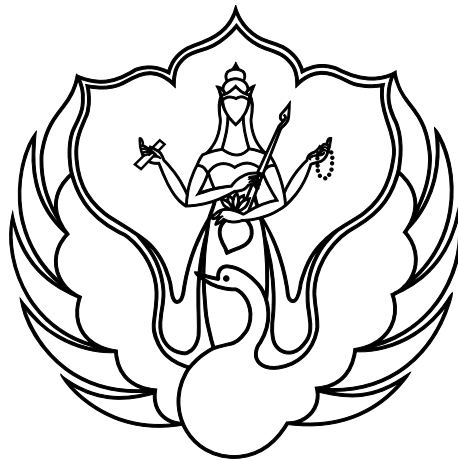


**ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN  
APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAY STORE***



**PENGKAJIAN**

**Oleh:**

**Dirra Wargyaningtyas**

**NIM: 1310087124**

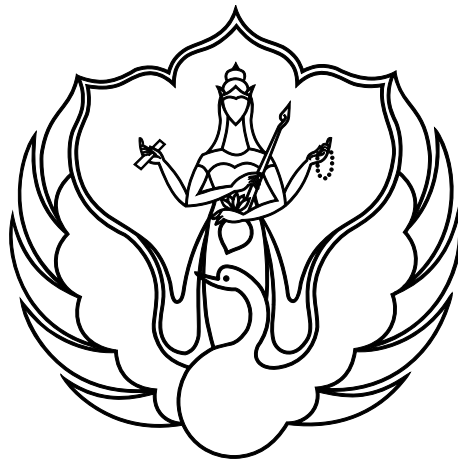
**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2020**

**ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN  
APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAY STORE***



**PENGKAJIAN**

**Oleh:**

**Dirra Wargyaningtyas**

**NIM: 1310087124**

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang Desain Komunikasi Visual  
2020

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

**ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAY STORE*** diajukan oleh Dirra Wargyaningtyas, NIM 1310087124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 21 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn.

NIP 19570318 198703 1 002 / NIDN 0018035702

Pembimbing II/Anggota

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP 19810615 201404 1 001 / NIDN 0015068106

Cognate/Anggota

FX. Widyatmoko, M.Sn.

NIP 19750710 200501 1 001 / NIDN 0010077504

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP 19720909 200812 1 001 / NIDN 0009097204

Ketua Jurusan/Ketua

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP 19770315 200212 1 005 / NIDN 0015037702

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.

NIP 19691108 199303 1 001 / NIDN 0008116906

Skripsi ini kupersembahkan untuk Ibu, Bapak, Mbak Illa dan orang-orang baik yang dikirimkan Tuhan dalam hidupku, yang telah membantuku dalam hal apapun

Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya  
(Pengkotbah 3:11)

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dirra Wargyaningtyas

NIM : 1310087124

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam skripsi saya yang berjudul **ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAYSTORE***, adalah hasil karya tulis saya sendiri dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 21 Juli 2020

Penulis,

**Dirra Wargyaningtyas**

NIM. 1310087124

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas ijin dan berkat-Nya yang luar biasa, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Walaupun harus melalui perjalanan yang panjang, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Skripsi yang berjudul **ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAY STORE*** ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya desain pada iklan pinjaman *online* yang terdapat di *Play Store*. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, skripsi ini tentu masih memiliki kekurangan baik dalam segi apapun. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan ilmu tambahan dan manfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 21 Juli 2020

Penulis,

**Dirra Wargyaningtyas**

NIM. 1310087124

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Wiwik Sri Wulandari, M.Sn., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Martino Dwi Nugroho, S.Sn, MA, selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
6. Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta serta Pembimbing II yang sangat berjasa dalam memberikan kritik maupun masukan dalam proses penulisan skripsi ini
7. Drs. Wibowo, M.Sn., selaku Pembimbing I yang sangat berjasa dalam memberikan kritik dan saran dalam proses penulisan skripsi ini serta sebagai Dosen Wali saya yang senantiasa sabar dalam membimbing dan memahami saya sejak tahun 2013 sampai penulisan skripsi ini
8. Pak F.X. Widyatmoko yang telah telah memberikan banyak pengalaman, pengarahan dan bantuan selama kuliah maupun dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh jajaran dosen S-1 DKV, ISI Yogyakarta, Pak Sadjiman Ebdi Sanyoto, Pak Umar Hadi, Pak Baskoro Suryo Banindro, Pak I.T. Sumbo Tinarbuko, Pak Aznar Zacky, Pak Arif Agung Suwasono, Pak Prayanto, Pak Hartono Karyadi, Pak Faizal Rochman, Bu Hesti Rahayu, Pak Terra Bajraghosa, Pak P. Gogor Bangsa, Pak Andi Haryanto, Pak Andika Indrayana, Pak Daru Tunggul Aji, Pak Aditya Utama, Pak Edi Jatmiko, Bu Heningtyas Widowati, Bu (Almh) Novi Mayasari, Pak Nurhadi Siswanto, semoga selalu diberkati dan diberikan kebahagiaan



10. Bapak, Papa, Bulek, Mbah Kakung dan Mbah Putri yang menyaksikan dari atas surga, terima kasih atas doa-doa dan dukungan yang telah kalian berikan sehingga saya bisa sampai pada titik ini
11. Ibu, sosok tangguh yang selalu bisa menjadi apa saja untuk anaknya, baik sebagai ibu, bapak, teman, guru, motivator ataupun dokter sekalipun
12. Bebel alias Dilla, teman dari dalam kandungan yang selalu bisa menjadi kakak walaupun hanya berjarak 15 menit, selalu bisa jadi penghibur, teman curhat, teman untuk melakukan hal gila dan teman untuk mewujudkan mimpi
13. Dewi, Wulan, Diva, Vina, Refi, yang pernah menjadi teman satu kontrakan. Terima kasih atas kebersamaan, keceriaan dan kesulitan yang bisa dihadapi bersama
14. Teman-teman anggota grup Ana Dina Ana Upa (Indra, Habib, Rafi, Abi, Lulu, Singgih, Diva, Sherihan dan Danang) yang selalu memberikan motivasi kepada saya
15. Teman-teman anggota grup Mateng Wit (Syera, Rizal, Jyesta, Hana, Adit dll) yang saling mendukung satu sama lain agar semangat dalam menyelesaikan tugas akhir
16. Teman-teman Pensil Kayu yang telah memberikan kenangan dan pengalaman selama masa-masa kuliah
17. Orang-orang baik yang telah memberikan banyak kebaikan kepada saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

**LEMBAR PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dirra Wargyaningtyas

NIM : 1310087124

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang DKV, dengan ini saya memberikan karya skripsi saya yang berjudul **ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAY STORE***, kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan dalam internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 21 Juli 2020

Penulis,

**Dirra Wargyaningtyas**

NIM. 1310087124

## ABSTRAK

### ANALISIS GAYA DESAIN PADA IKLAN APLIKASI PINJAMAN *ONLINE* DI *PLAY STORE*

Dirra Wargyaningtyas

NIM: 1310087124

Pinjaman *online* adalah sebuah teknologi yang berkembang di bidang keuangan dimana transaksi pinjam meminjam uang menjadi lebih mudah dengan adanya aplikasi yang bisa diakses secara daring. Meningkatnya jumlah perusahaan *P2P lending* atau pinjaman *online* di Indonesia menjadikan setiap perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan penawaran terhadap produknya melalui iklan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis gaya desain yang digunakan dalam iklan aplikasi pinjaman *online* terutama yang berada di *Play Store*.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskripsi dengan metode analisis konten. Untuk melakukan penelitian, penulis telah memilih lima sampel dari iklan yang terdapat di *Play Store*, yaitu Kredit Pintar, UKU, Tunaiku, Ada Kami dan Dana Rupiah.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah ditemukannya gaya desain campuran dalam iklan pinjaman *online* yang dijadikan sampel yaitu *flat* desain dan *skeuomorphism*. Gabungan antara *flat* desain dan *skeuomorphism* dirasa mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan sebuah desain yang memberikan informasi secara *to the point* sehingga akan mudah ditangkap oleh masyarakat di era digital media ini. Demikianlah gaya desain ini berperan dalam bidang komunikasi secara visual di era digital media ini.

**Kata Kunci:** pinjaman *online*, gaya desain, iklan, *flat* desain

## ***ABSTRACK***

### ***DESIGN STYLE ANALYSIS OF PEER TO PEER LENDING APPLICATION ADVERTISING AT PLAY STORE***

Dirra Wargyaningtyas

NIM: 1310087124

*Online cash loan is a technology that is developing in the financial sector, where lending and borrowing transactions become easier with an application that can be accessed online. The increasing number of P2P lending or online cash loan companies in Indonesia has made each company competing to offer their products through advertisements. This research was conducted to analyze the design style used in online cash loan application advertisements, especially those in the Play Store.*

*The research used a qualitative descriptive approach with content analysis methods. The authors have selected five samples of advertisements on the Play Store, they are Kredit Pintar, UKU, Tunaiku, Ada Kami and Dana Rupiah.*

*The conclusion of this research is there is a mixed design style in online cash loan advertisements which are sampled, namely flat design and skeuomorphism. The combination of flat design and skeuomorphism is able to answer people's needs for designs that provide to the point information that will be easier to understand by the public in this digital media era. Thus this design style plays a role in the field of visual communication in this digital media era.*

**Kata Kunci:** *peer to peer lending, design style, advertisement, flat design*

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL.....                                    | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                               | ii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                             | iii |
| HALAMAN MOTIVASI .....                                | iv  |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....                       | v   |
| KATA PENGANTAR.....                                   | vi  |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                             | vii |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH. | ix  |
| ABSTRAK .....   | x   |
| ABSTRACK .....  | xi  |
| DAFTAR ISI .....                                      | xii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                   | xiv |
| BAB I. PENDAHULUAN .....                              | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah.....                        | 1   |
| B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....              | 3   |
| C. Rumusan Masalah .....                              | 4   |
| D. Tujuan Penelitian.....                             | 5   |
| E. Manfaat Penelitian .....                           | 5   |
| BAB II. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....      | 6   |
| A. Landasan Teori .....                               | 6   |
| 1. Pinjaman <i>Online</i> .....                       | 6   |
| 2. Iklan.....   | 11  |
| 3. Gaya Desain .....                                  | 16  |
| 4. Prinsip dan Elemen Desain .....                    | 28  |
| 5. <i>Play Store</i> .....                            | 33  |
| B. Kajian Hasil-hasil Penelitian.....                 | 34  |
| C. Kerangka Pemikiran.....                            | 36  |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....                   | 37  |
| A. Metode Penelitian.....                             | 37  |
| B. Populasi dan Sampel .....                          | 38  |

|  |            |
|--|------------|
| C. Metode Pengumpulan Data .....                               | 41         |
| D. Instrumen Penelitian.....                                   | 42         |
| E. Teknik Analisis Data .....                                  | 43         |
| F. Definisi Operasional.....                                   | 43         |
| G. Prosedur Penelitian.....                                    | 44         |
| <b>BAB IV. LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....</b> | <b>45</b>  |
| A. Variabel yang Diteliti .....                                | 45         |
| B. Deskripsi Hasil Penelitian .....                            | 45         |
| 1. Kredit Pintar .....   | 46         |
| 2. UKU .....   | 49         |
| 3. Tunaiku.....  | 51         |
| 4. Ada Kami .....  | 53         |
| 5. Dana Rupiah.....  | 55         |
| C. Analisis Data .....   | 58         |
| D. Pembahasan Hasil Pengujian .....                            | 93         |
| <b>BAB V. PENUTUP .....</b>                                    | <b>102</b> |
| A. Kesimpulan .....  | 102        |
| B. Saran.....  | 104        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                    | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>107</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gb.2.1. Iklan Zopa .....   | 6  |
| Gb.2.2. Contoh gaya desain Victorian .....   | 18 |
| Gb.2.3. Contoh gaya desain Arts and Craft.....   | 18 |
| Gb.2.4. Contoh gaya desain Art Nouveau.....  | 19 |
| Gb.2.5. Contoh gaya desain Jugendstil .....  | 20 |
| Gb.2.6. Contoh gaya desain Glasgow <i>Style</i> .....  | 21 |
| Gb.2.7. Contoh gaya desain Vienna Seccesion .....  | 22 |
| Gb.2.8. Contoh gaya desain <i>Early Modern</i> .....   | 22 |
| Gb.2.9. Contoh gaya desain Kubisme .....   | 23 |
| Gb.2.10. Contoh gaya desain Futurisme .....  | 23 |
| Gb.2.11. Contoh gaya desain De Stijl .....   | 24 |
| Gb.2.12. Contoh gaya desain Art Deco.....  | 24 |
| Gb.2.13. Contoh gaya desain Dadaism .....  | 25 |
| Gb.2.14. Contoh gaya desain Heroic Realism .....   | 25 |
| Gb.2.15. Contoh gaya desain <i>Swiss International</i> .....                                 | 26 |
| Gb.2.16. Contoh gaya desain Psychedelic .....  | 27 |
| Gb.2.17. Contoh gaya desain <i>Flat</i> Desain .....   | 27 |
| Gb.2.18. Bagan kerangka pemikiran.....   | 36 |
| Gb.3.1. Iklan Kredit Pintar di <i>Play Store</i> .....                                       | 39 |
| Gb.3.2. Iklan UKU di <i>Play Store</i> .....   | 39 |
| Gb.3.3. Iklan Tunaiku di <i>Play Store</i> .....   | 40 |
| Gb.3.4. Iklan Ada Kami di <i>Play Store</i> .....  | 40 |
| Gb.3.5. Iklan Dana Rupiah di <i>Play Store</i> .....   | 41 |
| Gb.4.1. Iklan Kredit Pintar di <i>Play Store</i> .....                                       | 46 |
| Gb.4.2. Iklan UKU di <i>Play Store</i> .....   | 49 |
| Gb.4.3. Iklan Tunaiku di <i>Play Store</i> .....   | 51 |
| Gb.4.4. Iklan Ada Kami di <i>Play Store</i> .....  | 53 |
| Gb.4.5. Iklan Dana Rupiah di <i>Play Store</i> .....   | 55 |
| Gb.4.6. Bagian pada ilustrasi yang menunjukkan objek ponsel pada<br>Iklan Kredit Pintar..... | 59 |

|   |    |
|---|----|
| Gb.4.7. Bagian pada ilustrasi karakter di Kredit Pintar .....                         | 60 |
| Gb.4.8. Uang pada ilustrasi dan uang kertas .....                                     | 61 |
| Gb.4.9. <i>Headline</i> pada iklan Kredit Pintar .....                                | 62 |
| Gb.4.10.Screenshot dari tampilan aplikasi Kredit Pintar .....                         | 64 |
| Gb.4.11.Logo Kredit Pintar .....  | 65 |
| Gb.4.12.Garis imajinasi pada iklan Kredit Pintar .....                                | 66 |
| Gb.4.13.Ilustrasi jam pada iklan UKU .....  | 68 |
| Gb.4.14.Ilustrasi suasana perkotaan pada UKU.....                                     | 69 |
| Gb.4.15.Logo UKU .....  | 71 |
| Gb.4.16.Ilustrasi garis pada UKU .....  | 71 |
| Gb.4.17.Garis imajinasi pada iklan UKU .....  | 72 |
| Gb.4.18.Ilustrasi pada iklan Tunaiku .....  | 73 |
| Gb.4.19.Tampilan aplikasi Tunaiku .....   | 74 |
| Gb.4.20.Ilustrasi karakter pada iklan Tunaiku .....                                   | 75 |
| Gb.4.21. <i>Headline</i> pada iklan Tunaiku.....                                      | 77 |
| Gb.4.22.Logo Tunaiku .....  | 78 |
| Gb.4.23.Garis imajinasi pada iklan Tunaiku .....                                      | 79 |
| Gb.4.24.Ilustrasi kartu ATM pada iklan Ada Kami.....                                  | 80 |
| Gb.4.25. <i>Headline</i> pada iklan Ada Kami .....                                    | 81 |
| Gb.4.26.Logo OJK dan Logo AFPI .....  | 82 |
| Gb.4.27.Logo Ada Kami .....   | 83 |
| Gb.4.28.Garis imajinasi pada iklan Ada Kami.....                                      | 84 |
| Gb.4.29.Ilustrasi ponsel pada iklan Dana Rupiah .....                                 | 85 |
| Gb.4.30.Ilustrasi karakter pada iklan Dana Rupiah .....                               | 86 |
| Gb.4.31. <i>Headline</i> pada iklan Dana Rupiah.....                                  | 88 |
| Gb.4.32.Logo Dana Rupiah .....  | 89 |
| Gb.4.33.Garis imajinasi pada iklan Dana Rupiah .....                                  | 90 |
| Gb.4.34.Tabel analisis konten terhadap sampel .....                                   | 91 |
| Gb.4.35.Contoh poster bergaya <i>Swiss Style</i> .....                                | 94 |
| Gb.4.36. <i>Typeface</i> San serif.....   | 95 |
| Gb.4.37.Contoh <i>flat</i> desain yang menggunakan warna kontras.....                 | 95 |
| Gb.4.38.Perubahan gaya <i>Skeuomorphism</i> ke <i>flat</i> pada <i>UI Apple</i> ..... | 98 |



|   |     |
|---|-----|
| Gb.4.39.Foto Dokumentasi Sidang <i>Online</i> via Zoom..... | 107 |
| Gb.4.40.Foto Dokumentasi Sidang <i>Online</i> via Zoom..... | 107 |

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Teknologi semakin marak di era digital seperti saat ini. Berbagai macam produk teknologi yang sebelumnya tak pernah terpikirkan, kini bahkan muncul dan banyak digandrungi manusia tak terkecuali di Indonesia. Banyaknya kemudahan yang muncul berkat teknologi menjadikan standar waktu pemenuhan kebutuhan menjadi serba lebih cepat.

Salah satunya adalah teknologi dalam bidang telekomunikasi. Jika sebelumnya memerlukan waktu berhari-hari demi untuk bisa bertukar kabar lewat surat, saat ini cukup dengan hitungan detik, setiap orang bisa saling bertukar kabar bahkan saling bertatap muka dengan mudahnya. Tak hanya cara berkomunikasi, berbagai cara hidup manusia juga semakin mudah berkat transformasi digital.

Kebutuhan manusia yang sebelumnya harus dipenuhi dengan datang langsung ke tempat penyedia kebutuhan, saat ini cukup dengan mengaksesnya melalui *smartphone* semua kebutuhan bisa terpenuhi dalam sekejap. Mulai dari jasa transportasi, makanan, kesehatan bahkan dari sektor keuangan sekalipun.

Sebagai salah satu sektor yang penting di Indonesia, perusahaan yang bergerak di bidang finansial atau keuangan juga turut serta memanfaatkan teknologi digital untuk menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabahnya dalam bertransaksi. Teknologi yang kemudian dikenal dengan istilah *financial technology* atau yang disingkat menjadi *fintech* ini memang sedang menjadi tren di Indonesia. Hal ini ditandai dengan semakin banyak berdirinya *startup* di bidang *fintech*.

*Fintech* menawarkan berbagai jenis jasa keuangan, antara lain seperti *peer to peer (P2P) lending* (peminjaman), *crowd funding* (pendanaan usaha), *payment gateway* (alat pembayaran), dan manajemen investasi. Tetapi dari beberapa jenis usaha tersebut, layanan *P2P lending* adalah sistem pembayaran yang paling banyak digunakan oleh masyarakat.

Dilansir dari situs resmi OJK (Otoritas Jasa Keuangan), data yang diperoleh per Desember tahun 2019 terjadi peningkatan jumlah peminjam di *fintech lending* di Indonesia. Seperti di Pulau Jawa tercatat terjadi peningkatan jumlah peminjam sebesar 104,87% dari tahun 2017 ke tahun 2018, sedangkan di tahun 2019 terjadi peningkatan yang lebih signifikan yaitu sebesar 222,12%. Hal ini menunjukkan perkembangan pesat dunia *P2P lending* di Indonesia, apalagi dengan tercatatnya jumlah perusahaan *P2P lending* yang terdaftar di OJK yaitu sebesar 164 perusahaan telah terdaftar secara resmi.

Fenomena menjamurnya jumlah perusahaan *P2P lending* tidak lepas dari adanya peran dari media pemasaran yang digunakan oleh perusahaan demi untuk menarik konsumen. seperti yang dikatakan oleh Frank Jefkins, “*Advertising aims to persuade people to buy*”, yang berarti iklan bertujuan membujuk orang untuk membeli (Supriyono, 2010:128).

Dalam *P2P lending* yang sedang marak, sejumlah iklan bisa ditemukan baik melalui *Play Store*, media social, *youtube* ataupun *website*. Iklan menjadi hal yang sangat penting dalam rangka mempromosikan sebuah produk. Menurut M. Suyanto, iklan bertujuan untuk memberitahukan pasar tentang produk baru, mengusulkan penggunaan baru dari suatu produk, menjelaskan pelayanan yang tersedia dan membangun citra sebuah perusahaan (Suyanto, 2006:69).

Setiap iklan selalu mempunyai desain yang berbeda-beda. Seperti dalam istilah *form follows function*. Istilah ini adalah salah satu prinsip desain yang sering diasosiasikan dengan arsitektur dan desain industri pada abad ke-20. Pada awalnya kalimat ini berasal dari pematung Amerika yang bernama Horatio Greenough, akan tetapi istilah tersebut kemudian diadopsi dan dipopulerkan oleh arsitek Amerika termuka, Louis Sullivan. *Form follows function* berarti fungsilah yang menciptakan dan mengorganisasi bentuk dan bahwa semua bentuk haruslah mengekspresikan fungsi tersebut (Masri, 2010:74).

Menurut John A. Walker dalam bukunya yang berjudul ‘Desain, Sejarah, Budaya Sebuah Pengantar Komprehensif’, menyatakan bahwa gaya dalam desain grafis adalah sesuatu yang sangat penting karena gaya

merupakan cerminan dari wujud batin seseorang, kelompok sosial atau zaman. Seorang tokoh bernama Nicos Hadjinicolaou merepresentasikan gaya sebagai bentuk khusus dari suatu ideologi menyeluruh suatu kelas sosial (2010:104).

Dengan adanya beragam gaya desain yang ada di dunia yang dipengaruhi oleh kondisi politik, sosial budaya dan teknologi, penulis merasa perlu diadakannya analisa gaya desain seperti apa yang digunakan dalam iklan pinjaman *online* yang saat ini juga sedang marak terutama iklan yang terdapat di *Play Store*. Apakah menggunakan gaya desain yang telah ada sebelumnya, atau perkembangan dari gaya desain yang sudah ada atau gabungan dari beberapa gaya desain.

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, aplikasi *fintech P2P lending* (pinjaman *online*) yang akan dijadikan sampel adalah aplikasi *fintech* yang dibuat dari rentang tahun 2014 sampai 2019, dengan batasan objek penelitian melalui sampel aplikasi pinjaman *online* sebagai berikut:

1. Kredit Pintar, aplikasi *fintech P2P lending* dari PT. Kredit Pintar Indonesia. Merupakan aplikasi *P2P lending* teratas nomor satu dalam mesin pencarian aplikasi keuangan populer gratis teratas di *Play Store*. Telah diunduh oleh lebih dari 10 juta orang dan mendapat peringkat bintang 4,8 dengan total jumlah ulasan sebanyak 1.178.507 ulasan.
2. UKU, aplikasi *fintech* dari PT Teknologi Merlin Sejahtera ini berdiri pada tahun 2017. Aplikasi ini menempati posisi teratas nomor dua dalam mesin pencarian aplikasi gratis teratas populer kategori keuangan di *Play Store*. Telah diunduh oleh lebih dari 1 juta orang dan mendapat peringkat bintang 4,3 dengan total jumlah ulasan sebanyak 94.661 ulasan.
3. Tunaiku, aplikasi *fintech* dari PT. Amar Bank Indonesia ini berdiri pada tahun 2014. Tunaiku juga merupakan aplikasi pinjaman *online* pertama di Indonesia. Aplikasi ini menempati posisi teratas nomer tiga dalam mesin pencarian aplikasi populer gratis teratas kategori keuangan di *Play Store*. Telah diinstall oleh lebih dari 1 juta orang dan mendapat peringkat bintang 4,3 dengan total jumlah ulasan sebanyak 476.222 ulasan.

4. Ada Kami, aplikasi pinjaman *online* ini menempati posisi keempat dalam kategori aplikasi keuangan terpopuler gratis teratas di *Play Store*. Ada Kami merupakan aplikasi *P2P lending* dari PT. Pembiayaan Digital Indonesia yang berdiri tahun 2019. Telah diunduh lebih 100.000 orang dengan peringkat rating bintang 4,1 dan total jumlah ulasan sebanyak 3.000 ulasan.
5. Dana Rupiah, aplikasi pinjaman *online* ini termasuk dalam aplikasi keuangan populer gratis teratas dalam *Play Store*. Aplikasi ini dibuat oleh perusahaan PT. Layanan Keuangan Berbagi dan dirilis pada bulan Oktober 2017 telah diunduh oleh lebih dari 5 juta orang dan menempati rating bintang 4,2 dengan jumlah total ulasan sebanyak 249.000 ulasan.

Kelima aplikasi *P2P lending* atau pinjaman *online* di atas dipilih berdasarkan jumlah rating bintang yang diberikan oleh konsumen terhadap aplikasi tersebut di *Play Store*, dengan jumlah bintang diatas 4,0. Selain itu kelima aplikasi di atas merupakan aplikasi gratis teratas terpopuler versi mesin pencarian *Play Store* dalam kategori keuangan pada bulan Maret 2020. Kelima aplikasi pinjaman *online* ini juga telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan.

Media yang akan dijadikan objek penelitian adalah media iklan yang terdapat di dalam *Play Store*. Dari kelima aplikasi pinjaman *online* tersebut, identifikasi masalahnya adalah gaya desain seperti apa yang mendominasi dalam iklan aplikasi pinjaman *online* di *Play Store* dalam rentang tahun 2014-2019 dan bagaimana melakukan analisis gaya desain iklan pinjaman *online*?

### **C. Rumusan Masalah**

Gaya desain seperti apa yang digunakan pada iklan media digital *online* dalam aplikasi pinjaman *online* Kredit Pintar, UKU dan Tunaiku, Ada Kami dan Dana Rupiah yang terdapat di *Play Store*?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mempelajari konsep gaya desain yang digunakan dalam iklan aplikasi pinjaman *online* yang

terdapat di *Play Store*.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan intelektual mengenai kajian gaya desain dalam iklan terutama dalam iklan media digital.

#### 2. Bagi Lembaga Akademik

Penelitian ini dapat menambah referensi mengenai gaya desain untuk kalangan akademik secara umum dan khususnya bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Selain itu juga memberikan sumbangan pengetahuan bagi perkembangan disiplin ilmu desain komunikasi visual.

#### 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menambah wawasan masyarakat tentang jenis komunikasi pemasaran dalam bentuk iklan Pinjaman *Online* dalam *Play Store*.