

**ANALISIS RESEPSI WARGANET TERHADAP SOSIALISASI ATURAN
DI MRT JAKARTA PADA INSTAGRAM @MRTJKT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Honny Herinna

051503503125042

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2019

**CITIZEN'S RECEPTION ANALYSIS ABOUT SOCIALIZING RULES AT
MRT JAKARTA ON INSTAGRAM @MRTJKT**

Thesis

Submitted as one of the requirements to obtain a degree

Bachelor of Communication Science



Arranged by:

Honny Herinna

051503503125042

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

2019

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat 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 penyimpanan 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.

Jakarta, 5 September 2019

Yang membuat pernyataan,



(Hony Herinna)

0515035031

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Honny Herinna

NIM : 051503503125042

JUDUL : Analisis Resepsi Warganet Terhadap Sosialisasi
Ajaran Di MRT Jakarta Pada Instagram @mrtjkt

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 2 Agustus 2019

Pembimbing II

Pembimbing I

(Achmad Budiman S.Sos. M.IKom)

(Amin Sar Manihuruk M. Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

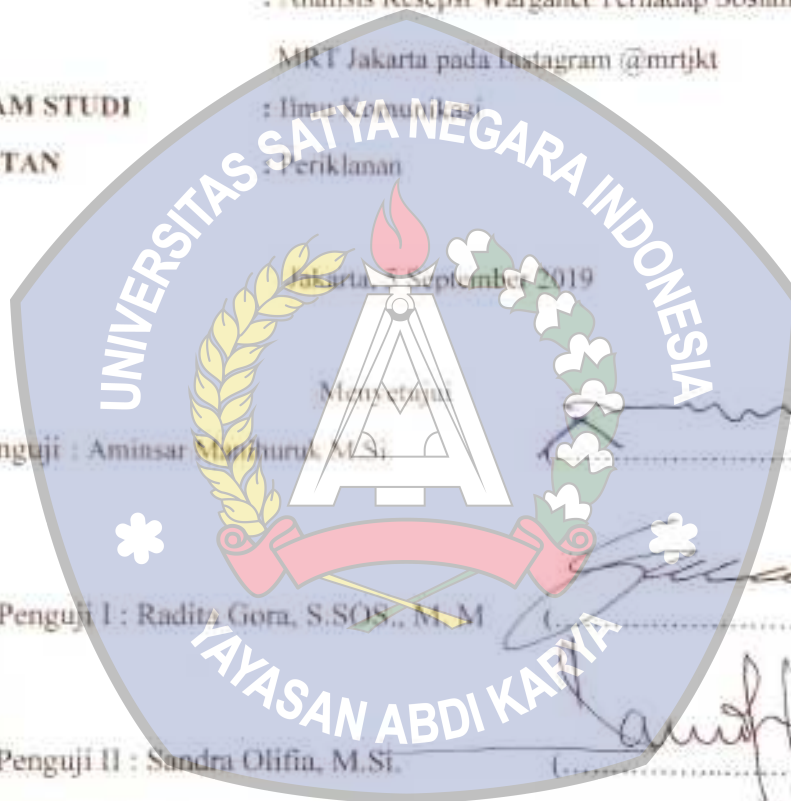
(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Honny Herinna
NIM : 051503503125042
JUDUL : Analisis Resepsi Warganet Terhadap Sosialisasi Aturan di
MRT Jakarta pada Instagram @mrtjkt
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan



Ketua Penguji : Aminsar Marzuki, M.Si. (.....)

Anggota Penguji I : Radita Gora, S.SOS., M.M (.....)

Anggota Penguji II : Sandra Olifia, M.Si. (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Sandra Olifia, M.Si.)

Dekan FISIP

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Honny Herinna
NIM : 051503503125013
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

**ANALISIS RESEPSI WARGANET TERHADAP SOSIALISASI ATURAN DI
MRT JAKARTA PADA INSTAGRAM @MRTJKT**

Jumlah halaman: x + 64 Halaman + 5 Lampiran

Bibliografi: 15 Buku (1990-2018); 3 Jurnal; 6 Berita Internet

ABSTRAK

Pembangunan proyek MRT yang sudah direncanakan sejak tahun 80'an, masa pembangunannya melewati beberapa periode pemerintahan dan kepresidenan, dan baru terealisasi dan beroperasi secara komersil pada tahun 2019 dimana diresmikan pada masa kepresidenan Joko Widodo, dan Gubernur Aies Baswedan. Untuk mencapai operasional yang maksimal, pihak MRT Jakarta melakukan sosialisasi salah satunya melalui media sosial Instagram dimana media sosial yang tingkat produktivitasnya yang tinggi melebihi media sosial nomor satu di Indonesia yaitu youtube.

Pendekatan penelitian ini kualitatif, dan dikaitkan dengan teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall, dimana terdapat posisi hipotekal yaitu posisi dominasi, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Teknik analisisnya menggunakan analisis resepsi oleh Stuart Hall. Menggunakan paradigma post-positivis, paradigma yang membahas persepsi khalayak yang tidak diukur secara kuantitatif, metode penelitian studi kasus, dan sifat penelitiannya deskriptif

Sosialisasi yang dilakukan pada media Instagram berupa aturan dan denda-denda yang mulai diberlakukan pada Agustus 2019 tersebut menimbulkan berbagai resepsi dari warganet, yang muncul melalui kolom komentar unggahan tersebut, ada yang pro dan ada yang kontra. Hal tersebut terjadi karena adanya faktor yang melatar belakangi warganet. Warganet yang pro atau masuk kedalam posisi dominan, cenderung setuju dengan aturan dan denda yang diberlakukan karena menurutnya hal tersebut baik untuk kepentingan bersama sesama penumpang MRT Jakarta. Warganet yang cenderung keberatan, masuk ke posisi negosiasi, walaupun keberatan namun masih memberikan masukan atau kritikan. Dan warganet yang tidak setuju dengan beberapa poin aturan yang diberlakukan masuk ke dalam posisi oposisi, muncul karna salah satu aturan tersebut dianggap terlalu berlebihan.

Kata kunci: MRT Jakarta, Resepsi, Stuart Hall, Sosialisasi

Pebimbing I : Aminsar Manuhuruk M. Si

Pembimbing II : Achmad Budiman S, S.Sos, M.I.Kom



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Honny Herinna
NIM : 051503503125013
PROGRAM STUDI : Communication Studies
PEMINATAN : Advertising

Citizen's Reception Analysis About Socializing Rules At MRT Jakarta On Instagram @mrtjkt

Number of pages: x + 64 Pages+ attachments

Bibliography: 15 Books (1990-2018); 3 Journal; 6 Internet News

ABSTRAC

The MRT project which is already planned since the 80's, the construction period has been through several period of reign and precidency, and was just realized and operated commercially in 2019 which was formalized during the presidency of Joko Widodo, and Governor Aies Baswedan. To achieve maximum operations, Jakarta MRT conducts socialization programs, one of which is through social media Instagram, where social media with high productivity levels exceeds the number one social media in Indonesia, YouTube.

This research approach is qualitative, and is associated with Stuart Hall's Encoding-Decoding theory, where there is a mortgage position that is the position of domination, the position of negotiation, and the position of opposition. The analysis technique uses reception analysis by Stuart Hall. Using a post-positivist paradigm, a paradigm that addresses audience perceptions that are not measured quantitatively, the case study research method, and the character of the research is descriptive.

The socialization carried out on the Instagram media in the form of rules and fines that came into force in August 2019 led to various receptions from citizens, which appeared through the upload comment column, some pro and some contra. This happens because of the factors behind the citizens. Citizens who are pro or enter a dominant position, tend to agree with the rules and fines imposed because according to him it is good for the mutual interests of fellow MRT Jakarta passengers. Citizens who tend to object, enter into a negotiating position, even though they object but still provide input or criticism. And citizens who disagree with some of the points of the rules that were put into the opposition position, appear because one of the rules is considered too excessive.

Key Word: Jakarta MRT, Reception, Stuart Hall, Sosialization

Pebimbing I : Aminsar Manuhuruk M. Si
Pembimbing II : Achmad Budiman S, S.Sos, M.I.Kom



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Subhahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan ridha-Nya atas Proposal Skripsi ini yang berhasil penulis selesaikan tepat pada waktunya dengan baik dan lancar, dengan judul 'Analisis Resepsi Warganet Terhadap Sosialisasi Aturan di MRT Jakarta Pada Instagram @mrtjkt'. Penyusunan proposal ini sebagai salah satu syarat tugas akhir di Universitas Satya Negara Indonesia.

Skripsi ini tidak akan berjalan lancar apabila tidak adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan proposal ini baik yang menyumbangkan pikiran, materi, memberikan motivasi, maupun do'a. oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala
2. Keluarga beserta kedua orang tua yang penulis cintai, Ibu Dharinah dan Bapak Herwandi, yang berkontribusi besar bagi hidup saya atas kasih sayang, dukungan dan do'a-do'anya yang tidak pernah putus.
3. Dr. Sri Desti Purwatiningsih M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Sandra Olifia M. Si., selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi

5. Amin Sar Manihuruk M. S, selaku Dosen Pembimbing I yang telah menuntun penulis untuk berdiskusi dalam proses penelitian
6. Achmad Budiman S.Sos. M.IKom, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membantu dalam format penulisan Skripsi ini.
7. Sandra Olifia M. Si; Bertha K. Sinambela S. Sos., M. Si; Dr. Solten Rajaguguk M. M; Agus Budiana S.Sos., M. IKom, Iin Soraya S. Sos., M. M., Teguh Budi Santoso S. Kom., M. Kom dan dosen lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu dari semester awal hingga sekarang.
8. Teman-teman mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dari Universitas Satya Negara Indonesia khususnya Rahakuy Dwiningsih, Gaguna Nugroho, Ayu bocil, Intan Pratiwi, Isnani tahu, Tatiani, Ranisya, Bella, Cahyo Dwi Rio, yang telah membantu memberi materi, diskusi bertukar pikiran, dukungan satu sama lain, dan nangis bareng waktu siding selesai.
9. Sahabat terbaik yang selalu ada disaat senang maupun susah, Gondes alias Desty Praminda dan Jordy Syahreza selaku teman hidup yang juga telah memberikan banyak kontribusi, memberikan semangat selama penulis melakukan penelitian dan membantu menerjemahkan abstrak ke bahasa inggris.
10. Rekan kerja PT. Metrox Global, khususnya mantan partner saya Aul, dan mantan Personal In-Charge saya Aini, yang sudah mau direpotkan dan menjadi bagian dari sejarah drama jadwal kuliah dengan jadwal bekerja ditoko The Little Things. Dan rekan kerja PT. Navya Retail Indonesia khususnya teman-teman di toko Zaxy Plaza

Indonesia Audrey, Rika, Ka Selvi, dan teman-teman Bazaar Ipanema Kuncit, Ka Nidya, Laras Cabe, dan Ajijun.

11. Kucing kesayangan saya Tompel, Jimbul, Masya, dan semua anak-anak Tompel yang sudah berkontribusi memberikan hiburan dan menjadi peredam stress di saat-saat banyak pikiran saat penyusunan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis mohon maaf bila ada kekurangan dalam laporan ini baik dari segi materi maupun penulisan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi menyempurnakan proposal skripsi ini. Semoga laporan ini memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa/i Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, 2 Agustus 2019

Penulis

Honny Herinna

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAC	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Fokus Penelitian	8
1.3.Pertanyaan Penelitian	8
1.4.Tujuan Penelitian	8
1.5.Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teoritis	10
2.1.2 Teori <i>Encoding-Decoding</i> Stuart Hall	10
2.1.3. Posisi Hipotekal	11

2.2. Landasan Konseptual	14
2.2.1. Resepsi Khalayak	14
2.2.2. Produksi Makna	16
2.2.3. Konsumsi Makna	16
2.2.4. Representasi	17
2.2.5. Iterpretasi Khalayak	19
2.2.6. Sosialisasi Dalam Ilmu Komunikasi	20
2.3. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Desain Penelitian.....	28
3.2.1. Paradigma Penelitian	28
3.2.2. Pendekatan Penelitian	30
3.2.3. Metode Penelitian.....	30
3.2.4. Sifat Penelitian	32
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Alat/Instrumen Pengumpulan Data	33
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.2. Alat Instrumen Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1 Analisis Resepsi	35
3.5.2 Etnografi Virtual	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Subjek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat Mass Rapid Transit Jakarta.....	43
4.1.2 Informant.....	46
4.2 Resepsi Warganet Terhadap Sosialisasi Yang Disampaikan.....	47
4.2.1 Pro Dengan Metode Sosialisasi, Atudan dan Denda Yang Berlaku.....	48
4.2.2 Kritis Menanggapi Pesan Sosialisasi.....	50
4.2.3 Keberatan Dengan Nominal Denda yang Berlaku.....	55
4.3 Analisis Data Dengan Teori Stuart Hall.....	57
4.3.1 Pengetahuan Informant Tentang Sosialisasi MRT Jakarta.....	58
4.3.2 persepsi informant terhadap sosialisasi MRT Jakarta.....	59
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.1 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR BAGAN

Teori <i>Encoding-Decoding</i> Stuart Hall	13
Kerangka Pemikiran.....	26
Tabel Posisi Hipotekal Persepsi Informant Terhadap Sosialisasi MRT Jakarta.....	59

