

**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM  
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Followers Akun Instagram  
@Jogja Garuk Sampah)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Kirana Catur Yunika**

**NIM 15730047**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama : Kirana Catur Yunika**

**NIM : 15730047**

**Prodi : Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi : *Advertising***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 20 Maret 2019

Yang menyatakan  
  
METERAI  
TEMPEL  
TEL. 20  
43EBAAFF687906980  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Kirana Catur Yunika

NIM. 15730047



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Kirana Catur Yunika  
NIM : 15730047  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif terhadap followers akun instagram**  
**@garuksampah**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 22 April 2018

**Pembimbing**

**Yanti Dwi Astuti, M.A**

**NIP : 19840516 201503 2 001**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-234/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2019

Tugas Akhir dengan judul : RESEPSI KHALAYAK TERHADAP UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Followers Instagram @Jogja Garuk Sampah)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KIRANA CATUR YUNIKA  
Nomor Induk Mahasiswa : 15730047  
Telah diujikan pada : Rabu, 22 Mei 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.  
NIP. 19840516 201503 2 001

Penguji I

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.  
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji II

Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si  
NIP. 19790720 200912 2 001

Yogyakarta, 22 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## **MOTTO**

*“Keep your eyes on the stars and your feet on the ground.”* – Theodore Roosevelt

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk  
Almamater Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil' alamin* Ya Allah atas segala rahmat, karunia, kuasa dan bimbingan Allah peneliti telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Resepsi Khalayak Terhadap Unggahan Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Followers Instagram @garuksampah)”. Sholawat serta Salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sang suri tauladan hidup, semoga kita mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu, diantaranya :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayahnya. Serta Nabi Agung Muhammad SAW yang selalu menjadi panutan umat Muslim.
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
3. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
4. Ibu Yanti Dwi Astuti, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, yang

telah memberikan ilmu serta pelajaran selama masa kuliah dari tahun 2015.

7. Kedua Orang Tuaku, Bapak Suharyono dan Ibu Mudjinah yang tak pernah lelah berusaha & berjuang untuk kebahagiaan anak – anaknya. Terimakasih banyak mi, pi untuk segala bentuk kasih sayang yang telah diberikan.
8. Kakakku, Eko Muhammad Suhartanto, Dwi Ratna Sari, dan Isty Triviyani yang selalu membantu dan mengajarkan nilai – nilai kehidupan padaku.
9. Sobat sambatku, Vici Evanti yang gayanya sok cool setengah mati. Yang selalu mengingatkanku, mengejek sekaligus memotivasi. Yang selalu berbagi semangat segera lulus karena ingin cepat bekerja untuk nonton konser Blackpink. I know u love me too. Semoga bahagia selalu cile aamiin. Dan juga Kris Mheilda S, Nduty. Yang selalu mencoba sabar menghadapi aku dari awal semester hingga beberapa waktu lalu kita sempat jauh. Yang menunjukkan aku jalan di Jogja dan berusaha membantu disaat kondisi sulitku. Semoga kebahagiaan juga tidak pernah luput menemani setiap langkahmu ndut. Aamiin.
10. David Yulianto yang selalu mau menjemput untuk mengantarku pulang kerumah mendadak. Menghibur dikala aku kekurangan motivasi mengerjakan skripsi. Terimakasih ya vid semangatnya.
11. Teman – teman Ohanaku Caca, Wulan, Aul yang sudah mengajarkan banyak hal baru dengan berbagi pengalaman bersama. Serta anak – anak



Playground Alif, Mail, Yanu, Wama, Renno, Iqbal, Wafiq, Aba, bersyukur masa akhir kuliah kulewati bersama kalian.

12. Sahabat Bopungku Izun, Yunniar, Siang, Elia, Hesti, Rizka, Ani yang telah membuktikan hubungan pertemanan yang menyenangkan itu akan selalu ada walaupun jarak memisahkan kita.

13. Keluarga KKN Jatibungkus, Indri, Ade, Icha, Farah, Zulaicha, Eka, Doni, Haliman dan Zainul yang telah membuat masa 2 bulan kita bersama begitu menyenangkan.

Hanya doa yang dapat peneliti berikan, semoga segala kebaikan dan perhatian mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT, aamiin.

Yogyakarta, 22 Mei 2019  
Peneliti

Kirana Catur Yunika  
15730047

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	2
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Telaah Pustaka .....	8
F. Landasan Teori.....	11
G. Kerangka Pemikiran.....	200
H. Metodologi Penelitian .....	21
BAB II GAMBARAN UMUM.....	28
A. Sejarah Jogja Jogja Garuk Sampah .....	28
B. Logo Jogja Jogja Garuk Sampah.....	32
C. Struktur Organisasi .....	34
D. Sosial Media Jogja Garuk Sampah .....	34
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	41
1. Profil Informan.....	43
2. Proses Decoding.....	47

3. Pola Pemikiran Khalayak.....	82
BAB IV PENIUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	
CURICULUM VITAE	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Instagram Jogja Garuk Sampah.....	4
Gambar 2 Kegiatan JGS.....	6
Gambar 3 Komentar Followers.....	6
Gambar 4 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 5 Logo Jogja Jogja Garuk Sampah.....	33
Gambar 6 Struktur Organisasi.....	35
Gambar 7 Akun Twitter JGS.....	36
Gambar 8 Akun Instagram JGS.....	37
Gambar 9 Data Kenaikan Followers.....	38
Gambar 10 Contoh Unggahan IG.....	39
Gambar 11 Akun Facebook.....	40
Gambar 12 Website JGS.....	41
Gambar 13 Poster Info Giat.....	50
Gambar 14 Kegiatan JGS.....	52
Gambar 15 Hasil Sampah Giat.....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penggolongan Informan.....	98
--	----

## **ABSTRACT**

Jogja Jogja Garuk Sampah is a community from indigenous society who wants restore culture value gotong royong in Yogyakarta. Like their tagline “Gotong royong reresik kota tiap rabu” through their social media Instagram, Jogja Jogja Garuk Sampah wants to share and invite people in this case followers of @garuksampah to join their activities clean up some areas in the city of yogyakarta.

This research using reception analysis Stuart Hall’s encoding decoding. The type of study was qualitative and focusing to the decoding audience from preception, thought, and interpretation. The data obtainable from in dept interview with followers of @garuksampah as Informant of this research. The Informant was divided into three meaning positions there are Dominant Reading, Negotiated Reading, and Oppositional Reading.

The result of this study show the position of Informant. Most of them are in the dominant reading. This is caused by factor education and environment. They feel they have same thought about do good for the enviroentment by looking from what their social media account post. There are also Informant in the negotiated reading, its because she already has her thought about something like that. Its makes her think again about what Jogja Garuk Sampah’s social media post about their activities. The different position of Informant could happen because of education and enviroentment factor.

Keyword : reception analysis, decoding, Jogja Jogja Garuk Sampah.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Budaya gotong royong adalah cerminan perilaku yang menjadi ciri khas bangsa Indonesia sejak zaman dahulu. Gotong royong berasal dari kata dalam Bahasa Jawa. Kata gotong dapat dipadankan dengan kata pikul atau angkat. Kata royong dapat dipadankan dengan bersama – sama. Gotong royong secara sederhana berarti mengangkat sesuatu secara bersama – sama. Dapat disimpulkan bahwa gotong royong adalah bentuk partisipasi aktif setiap individu untuk ikut terlibat dalam memberi nilai tambah atau positif terhadap objek, permasalahan atau kebutuhan orang banyak di sekelilingnya.

Apabila dilakukan kajian di seluruh wilayah Indonesia mengenai gotong royong, maka akan ditemukan praktek gotong royong tersebut dengan berbagai macam istilah dan bentuknya, baik itu sebagai nilai atau perilaku. Bagi bangsa Indonesia, gotong royong tidak hanya bermakna sebagai perilaku, namun juga berperan sebagai nilai – nilai moral. Artinya gotong royong selalu menjadi acuan perilaku, pandangan hidup bangsa Indonesia dalam berbagai macam wujudnya.

Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang masih memegang teguh nilai kebersamaan, gotong – royong, dan saling membantu untuk menciptakan masyarakat yang peduli satu sama lain. Seperti yang di sampaikan oleh Gubernur DIY dalam (<https://jogjaprov.go.id/> diakses

pada 14 Januari 2019) “kebersamaan dan gotong royong sangat penting untuk terus di pertahankan karena dua hal itu merupakan kekuatan masyarakat jogja dalam membangun harmoni.”

Yogyakarta yang dikenal memiliki budaya gotong royong yang masih kental dinobatkan sebagai kota kota relawan. Seperti yang terdapat dalam ([indonesiabangkit.net](http://indonesiabangkit.net) diakses pada 18 Maret 2019) pada peringatan Hari Relawan Se Dunia yang jatuh pada 5 Desember dan diperingati pada tahun 2011 saat itu dihadiri ribuan relawan dari berbagai elemen di Titik Nol Kilometer, Yogyakarta. Yogyakarta menjadi kota pertama untuk puncak peringatan hari tersebut dengan berbagai historis dan nilai gotong royong yang melatarbelakanginya.

Yogyakarta saat ini telah kehilangan kenyamanannya, terbukti dengan sampah yang banyak terdapat di ruang publik, tempat wisata, sungai di wilayah Yogyakarta. Itu disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat akan kebersihan, selain itu perkembangan masyarakat saat ini membawa dampak kurangnya perhatian masyarakat terhadap tradisi dan budaya gotong royong yang ada. Masyarakat sudah mulai terlena dengan individualitas dan sudah mulai melupakan nilai – nilai yang dianggap sakral tersebut.

Berangkat dari fenomena ini, Jogja Jogja Garuk Sampah dengan sebutan akrabnya JGS memulai gerakan kepeduliannya pada awal tahun 2015 untuk gotong royong membersihkan sampah – sampah yang terdapat di Yogyakarta. Jogja Jogja Garuk Sampah ini adalah inisiatif dari



kelompok masyarakat pribumi, mereka yang masih menjunjung tinggi nilai – nilai sakral gotong royong. Prinsip yang mereka junjung yaitu menginginkan Yogyakarta tidak kehilangan kenyamanannya dengan gotong royong bersih kota. Tujuan lain dari kegiatan ini adalah untuk menyadarkan masyarakat khususnya para penyumbang sampah bahwa Yogyakarta adalah kota istimewa yang tidak boleh kehilangan jadi dirinya yaitu nyaman dan harmoni gotong – royong. Seperti *tagline* yang dipakai didalam akun media sosial Instagram milik JGS ini “Gotong Royong Reresik Kota Tiap Rabu” ini menunjukkan isu atau hal yang ingin disampaikan oleh Jogja Jogja Garuk Sampah adalah agar kita senantiasa saling membantu dalam berbuat kebaikan untuk lingkungan kota Yogyakarta.

**Gambar 1** – Akun Instagram Jogja Garuk Sampah



Sumber : <http://Instagram.com/garuksampah> diakses pada 02 Maret 2019 pukul 20.18 WIB

Gotong royong juga di jelaskan di dalam Al Quran Surat Al Maidah Ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

(المائدة: ٢)

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Q.S Al Maidah Ayat 2)*

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa manusia dianjurkan untuk tolong – menolong dalam mengerjakan kebaikan, dan tinggalkan tolong – menolong dalam berbuat dosa. Tujuannya dari tolong – menolong agar kita sebagai makhluk hidup dapat bersosialisasi dan hidup rukun harmoni serta dijauhkan dari rasa acuh terhadap kehidupan sosial dan lingkungan. Jogja Jogja Garuk Sampah ingin menyadarkan kepada masyarakat untuk peduli dengan sampah pribadi untuk tidak membuangnya sembarangan, dengan memulai gerakan ini dari tempat – tempat wisata yang ada di Yogyakarta. Dimulai dari 0 km, malioboro mereka beriringan membawa peralatan kebersihan seperti cutil, trashbag, masker, sarung tangan untuk menggaruk berbagai macam sampah yang mengganggu pandangan mata dan salah penempatannya. Mereka melakukan gotong royong Jogja Garuk Sampah di kawasan wisata memiliki tujuan lain yaitu untuk menarik perhatian para wisatawan dan masyarakat pribumi akan pentingnya kebersihan.

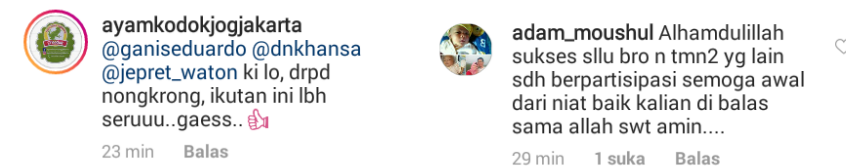
**Gambar 2** – Kegiatan Jogja Jogja Garuk Sampah



Sumber : <http://Instagram.com/garuksampah> diakses pada 02 Maret 2019 pukul 20.18 WIB

Perkembangan media saat ini membawa keuntungan juga bagi komunitas Jogja Jogja Garuk Sampah. Jogja Garuk Sampah menggunakan media sosial sebagai media yang menjembatani interaksi kepada khalayak secara lebih luas. Media sosial yang dimiliki oleh Jogja Garuk Sampah antara lain *website* resmi, Facebook *fanpage*, Twitter, dan Instagram yang saat ini memiliki pengikut terbanyak yaitu 2002 *followers*.

**Gambar 3** – komentar *followers* di akun @garuksampah



Sumber : <http://Instagram.com/garuksampah> diakses pada 02 Maret 2019 pukul 20.18 WIB

Dari pengikut terbanyak yaitu akun Instagram dapat diyakini bahwa eksistensi Instagram sebagai media penyalur informasi Jogja Garuk Sampah kepada khalayak tidak lepas dari konten – konten atau unggahan

yang dilakukan oleh Jogja Garuk Sampah. Instagram yang dapat membagikan foto dan video. Jogja Jogja Garuk Sampah ingin memanfaatkan media sosial Instagram tersebut untuk menyebarkan isu gotong royong yang ia bawa kepada khalayak yang saat ini kebanyakan dari mereka berinteraksi hanya melalui layar *smartphone*. Bukan lagi hanya dengan mulut ke mulut tetapi juga merambah jangkauan yang lebih luas lagi dengan menggunakan unggahan di akun media sosial Instagram.

Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mencari tahu secara lebih mendalam mengenai resepsi *followers* terhadap unggahan akun Instagram Jogja Garuk Sampah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti akan menyusun rumusan masalah agar penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian. Rumusan masalah penelitian adalah bagaimana resepsi *followers* terhadap unggahan akun Instagram Jogja Jogja Garuk Sampah.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui dan menganalisa penerimaan *followers* terhadap unggahan akun Instagram Jogja Jogja Garuk Sampah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan dan dapat menjadi tambahan referensi bagi perkembangan analisis resepsi di bidang Ilmu Komunikasi.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi komunitas Jogja Garuk Sampah untuk meningkatkan eksistensinya di kalangan akademisi.
- b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat untuk lebih memperhatikan lingkungan dan sampah pribadi lewat gerakan sosial.
- c. Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan mampu menambah perhatian pemerintah akan penanggulangan sampah.

#### **E. Telaah Pustaka**

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yang diharapkan mampu mendukung kelancaran penelitian.

Pertama, Jurnal Penelitian oleh Risa Tusnawati dan Devi Purnamasari dari Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U Mild Versi Cowok Tau Kapan Harus Bohong” Penelitian ini terfokus pada penerimaan khalayak terhadap isi pesan iklan rokok U Mild versi

“cowok tau kapan harus bohong”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 kategori resepsi dalam iklan U Mild pada penonton. Empat orang dalam kategori *dominant hegemonic*, satu orang dalam kategori *negotiated*, dan satu orang dalam kategori *oppositional*.

Persamaan jurnal penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teori yang digunakan yaitu teori *encoding – decoding* oleh Stuart Hall, sedangkan perbedaan jurnal penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini terfokus kepada penerimaan isi pesan sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah penerimaan *followers* Instagram @garuksampah terhadap komunitas Jogja Garuk Sampah.

Kedua, Jurnal Penelitian kedua dengan judul “Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube ‘Keong Racun’ Sinta Dan Jojo” jurnal penelitian ini merupakan karya Any Suryani dari Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Dalam jurnal ini membahas tentang penerimaan penonton *Youtube* atas popularitas video *cover* keong racun oleh sinta dan jojo. Hasil dari penelitian ini terdapat 4 responden yang dijadikan narasumber dari keempat narasumber tersebut mendapatkan kesimpulan bahwa narasumber 1 ada pada posisi *oppositional counter hegemonic reading*, narasumber 1 menyatakan ketidaktertarikannya atas popularitas video *cover* keong racun. Narasumber 2 dan 3 menempati *negotiated reading* karena menerima *cover* keong racun oleh sinta jojo akan tetapi memodifikasi dengan masukan dan minat pribadi. Narasumber

4 masuk dalam kategori *dominant reading* karena menangkap pesan dan makna yang dibuat oleh pembuat video dan menyukainya. Lebih jauh bahkan narasumber 4 ingin membuat video sejenis.

Persamaan adalah sama – sama penelitian kualitatif analisis resepsi kepada khalayak. Dalam skripsi ini subjek penelitian adalah khalayak umum dalam melihat video *cover* di Youtube, sedangkan penelitian yang akan dilakukan subjek penelitian berada pada Instagram @garuksampah. Sedangkan perbedaan yaitu media yang akan diteliti apabila jurnal penelitian ini terhadap isi video *cover* di Youtube sedangkan penelitian yang akan dilakukan di Instagram @garuksampah.

Ketiga, Jurnal Penelitian ketiga dengan judul “Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Di Komunitas *Dance Cover*” jurnal penelitian ini merupakan karya Cahya Tunshorin dari Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Fokus dalam jurnal ini tentang penerimaan budaya populer korea di komunitas *dance cover*. Hasil dari penelitian ini Informan satu, dua, dan tiga menerima budaya korea dari penampilan fisik idol yang menarik. Sedangkan Informan empat, lima, dan enam sempat menolak namun tetap menerima dengan proses yang panjang.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama – sama penelitian kualitatif analisis resepsi kepada khalayak. Dalam skripsi ini subjek penelitian adalah anggota komunitas *dance cover*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan subjek penelitian berada pada *followers* Instagram

@garuksampah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi untuk budaya KPOP di komunitas sedangkan penelitian yang akan dilakukan analisis resepsi untuk semangat gotong royong di komunitas Jogja Garuk Sampah.

Dari tiga jurnal penelitian diatas, peneliti melihat bahwa didalam penelitian terdahulu terdapat beberapa pembahasan yang kurang. Kurang dalam artian terdahulu belum terdapat pemahaman baru mengenai perkembangan media baru seperti media sosial. Diantaranya penelitian kepada anggota komunitas, penelitian terhadap isi pesan yang mana untuk saat ini dapat lebih dikembangkan dengan menggunakan media baru. Maka dari itu, penelitian yang akan dilakukan menfokuskan pada penerimaan khalayak (*followers*) akun Instagram @garuksampah.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Resepsi Khalayak**

Resepsi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti penerimaan sedangkan secara definisi resepsi berasal dari kata *reception* (inggris) yang diartikan sebagai penerimaan atau penyambutan. Dalam bukunya Littlejohn (2009:828) teori resepsi berkaitan erat dengan khalayak atau *audience*. Lahirnya teori resepsi sendiri dalam ilmu komunikasi dimulai saat Stuart Hall pada tahun 1974 menjelaskan tentang “*Encoding & Decoding in The Television Discourse*”, teori resepsi mengacu pada proses *decoding* yang dilakukan oleh khalayak yang mana ketika khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan isi media, khalayak melakukan kegiatan



penerimaan melalui pemaknaan terhadap isi pesan yang di sampaikan oleh media. (McQuails, 2004:326).

Teori resepsi berfokus pada khalayak memberi makna terhadap isi pesan media. Khalayak mempunyai kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang di sampaikan oleh media (Littlejohn, 2009:134-135). Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori resepsi adalah teori yang membahas tentang *decoding* atau pemaknaan pesan yang dilakukan oleh khalayak sehingga membentuk penerimaan terhadap pesan tersebut.

a. *Decoding* pesan

Teori resepsi mulai di perkenalkan oleh Stuart Hall ketika menjelaskan proses *decoding*. Karenanya fokus dalam teori resepsi adalah penerimaan oleh khalayak melalui *decoding* atau pemaknaan pesan yang disampaikan oleh media sehingga lebih berfokus pada khalayak dan bukan kepada media itu sendiri. Menurut Baran (2008:269-270) Stuart Hall menyatakan bahwa teori resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa yakni *decoding* yang berarti proses pemaknaan terhadap pesan media.

Dalam proses *decoding* faktor – faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan juga pengalaman dapat mempengaruhi khalayak saat memaknai pesan (Littlejohn, 2009:136). Ketika khalayak menerima pesan dari pihak lain dan mencoba untuk memaknainya maka khalayak tersebut sedang

melakukan *decoding*. Menurut Stuart Hall ketika menjelaskan tentang studi kultural, proses *decoding* terhadap pesan itu berdasarkan persepsi, pemikiran, dan interpretasi (Morrison, 2010:170)

#### 1) Persepsi

Persepsi merupakan inti dari komunikasi (Mulyana, 2010:180). Dalam kamus besar Bahasa Indonesia persepsi berarti tanggapan langsung terhadap sesuatu. Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan – hubungan yang di peroleh melalui panca indra manusia (Rakhmat, 2011:50). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tanggapan dari khalayak terhadap suatu pesan yang diterima mulai dari kesan khalayak yang di dapatkan melalui panca indra mereka.

Menurut Rakhmat, (2011:54-61), ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi yakni:

##### a) Faktor Internal (Personal)

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi berawal dari hal – hal personal individu yang memberi respon pada stimulus tersebut. Kepribadian ini biasanya dipengaruhi oleh perhatian dan minat. Menurut Rakhmat, (2011:182) perhatian merupakan hal yang penting dari persepsi karena

untuk merespon atau menafsirkan suatu objek terlebih dahulu kita harus memperhatikan rangsangan tersebut.

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi lebih kepada stimulus fisik objek yang dapat memberikan efek terhadap individu. Suatu objek yang memiliki perbedaan dan keunikan tersendiri akan menarik perhatian individu, sesuatu yang terjadi berulang – ulang juga dapat menarik perhatian seseorang (Rakhmat, 2011:200)

2) Pemikiran

Pemikiran merupakan perbuatan individu dalam menimbang – nimbang, menguraikan, menghubungkan – hubungkan sampai akhirnya mengambil keputusan, karena salah satu fungsi pemikiran adalah untuk menetapkan keputusan. Pemikiran merupakan hasil dari proses berfikir. Faktor personal yang mempengaruhi proses berfikir untuk mengambil keputusan adalah motif (Rakhmat, 2011:69-70). Motif adalah dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam individu karena motif merupakan kekuatan yang mendukung individu (Sobur, 2009:267). Motif sebagai pendorong pada umumnya tidak bisa berdiri sendiri tetapi saling terkait dengan faktor lain, hal yang dapat mempengaruhi motif adalah motivasi (Sobur, 2009:220)

### 3) Interpretasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia interpretasi adalah pemberian pendapat atau pandangan teoritis terhadap suatu hal tentang orang lain. Interpretasi didefinisikan sebagai “meletakkan rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi keseluruhan yang bermakna” (Rakhmat, 2011:181).

Interpretasi berhubungan erat dengan sejarah atau pengalaman masa lalu atau pandangan orang lain, karena interpretasi merupakan pemahaman seseorang akan bukti dan teori – teori yang di bentuk dari informasi yang sudah ada (Burton, 2012:12). Sehingga interpretasi dapat di pengaruhi oleh faktor seperti pengalaman masa lalu dan sistem nilai yang dianut.

#### b. Pola Pemikiran Khalayak

Penelitian ini menggunakan model *encoding – decoding* Stuart Hall yang mengkategorikan khalayak dalam melakukan penerimaan. Menurut Stuart Hall dalam bukunya Morrison (2010:171) khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan media melalui tiga pola pemikiran, yakni:

##### 1) *Dominant Reading*

*“The media produce the message, the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading”*. Ini adalah situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat.

## 2) *Negotiated Reading*

“*The audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case*”. Dalam hal ini khalayak melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat.

## 3) *Oppositional Reading*

*Audience* menolak makna pesan atau kode yang disampaikan oleh media dan menggantikannya dengan cara berfikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan oleh media.

## 2. Media Sosial

Salah satu produk yang lahir dari penggunaan internet sebagai media interaksi adalah media sosial. Melalui media sosial, segala bentuk penyampaian pesan, pertukaran informasi dan interaksi bisa diwujudkan melalui konten visual, audio dan audio visual. Media sosial merupakan sebuah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk sebuah jaringan serta memungkinkan untuk setiap orang berinteraksi dalam sebuah kelompok atau komunitas. Orang yang hidup dalam *information society* tidak hanya bertemu dan “menggunakan” teknologi – teknologi informasi dan komunikasi, melainkan cara tindakan mereka semakin dibingkai oleh teknologi tersebut (Holmes, 2012: 3). Media sosial memiliki karakteristik khusus, berikut ini adalah karakteristik tersebut:

- a. Jangkauan, daya jangkauan media sosial dari skala kecil hingga khalayak global.

- b. Aksesibilitas, media sosial lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
- c. Penggunaan, media sosial relatif lebih mudah digunakan karena tidak memerlukan ketrampilan dan pelatihan khusus.
- d. Aktualitas, media sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
- e. Tetap, media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Media Sosial atau Jejaring Sosial yang bermunculan akibat dari berkembangnya *new media communication* merupakan sebuah bentuk perpanjangan berkembangnya teknologi komunikasi. Kehadiran media sosial ini juga dimanfaatkan oleh beberapa golongan atau suatu kelompok untuk mempermudah penyampaian pesan serta proses pertukaran informasi. Pemanfaatan kelebihan dari media sosial itu sendiri, penyampaian pesan sendiri dapat disampaikan dalam waktu cepat dan dapat diterima oleh banyak komunikan serupa dengan media massa akan tetapi memiliki keunggulan seperti biaya yang dikeluarkan lebih murah.

Ada banyak jejaring sosial yang populer dan memiliki banyak pengguna khusus untuk di Indonesia, dan salah satunya adalah Instagram. Instagram memberikan kekuatan yang luar biasa dan memiliki basis pengguna tersendiri. Masyarakat Indonesia pada khususnya sangat antusias dalam menggunakan media sosial termasuk Instagram sebagai salah satu alat pemuas dan pencapaian kebutuhan. Nurudin (2012:6) menyebutkan teknologi komunikasi, seperti jejaring sosial, dipercaya

sebagai alat yang bisa dipakai untuk mencapai tujuan yang dikehendaknya.

Sosial media termasuk Instagram menjadi salah satu sumber informasi dari hadirnya *new media communication*. Dalam Instagram terdapat beberapa konten yang diunggah oleh para penggunanya yang memiliki potensi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna lainnya. Instagram juga merupakan sebuah perwujudan dari *cyber society*, di dalamnya terdapat beberapa komunitas – komunitas yang saling berhubungan dan berinteraksi. Hal ini juga menjadi salah satu konsep pertukaran informasi.

### 3. Instagram

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis iOS, Android dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, meng-edit dan mengunggah foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi *followers* anda. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. Instagram awalnya dikembangkan oleh *start up* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya Instagram sukses

membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012 (Winarso, <https://dailysocial.id/> , akses 05 Februari 2019)

Instagram disukai karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto ditambah beberapa filter bergaya retro yang menarik. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto (Bambang, 2012:16). Mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, Instagram memiliki karakteristik sebagai berikut:

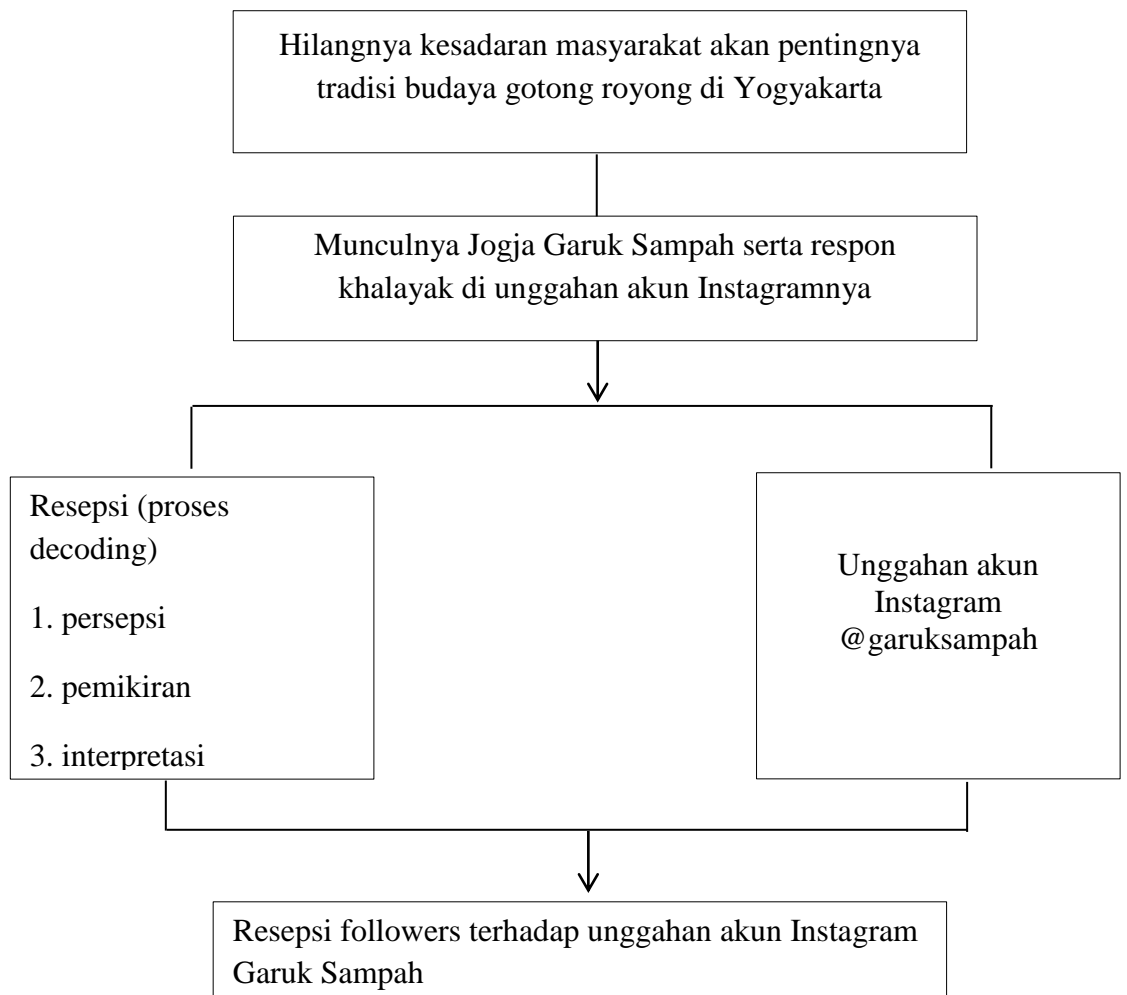
- a. *Posting/* unggah, adalah *tools* untuk mengambil gambar atau video dari galeri *handphone* kita maupun pengambilan gambar secara langsung.
- b. *Comment*, adalah memberi tanggapan atas kiriman kita atau kita memberi tanggapan atas kiriman orang lain.
- c. *Caption*, berfungsi layaknya deskripsi.
- d. *Hastag*, adalah sebuah label (tag) berupa suatu kata yang diberi awalan symbol bertanda pagar (#) yang berfungsi untuk mengelompokkan foto dalam satu label. Agar lebih mudah dicari dan ditemukan.
- e. *Tag*, adalah mencantumkan atau menandai teman atau akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.



- f. *Mention*, adalah fitur yang memungkinkan untuk memanggil pengguna lain untuk saling menyapa atau memanggil.
- g. *Collection*, adalah fitur yang memungkinkan untuk menandai sekaligus menyimpan foto dari akun lain, sehingga memungkinkan kita dengan mudah mengakses foto tersebut kembali.

**G. Kerangka Pemikiran**

**Gambar 4 – Kerangka Berpikir**



Sumber : olahan penulis

## **H. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menjelaskan fenomena secara sedalam – dalamnya dengan memaparkan situasi yang bersifat faktual dan menggambarkan fenomena tersebut (Kriyantoro, 2009:56-57). Penelitian ini menggunakan analisis resepsi yaitu analisis yang mendasarkan pada kesadaran atau cara subjek dalam menerima dan memahami objek. Analisis resepsi dapat melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor – faktor apa yang mempengaruhi perbedaan tersebut, dan konsekuensi sosial apakah yang muncul (Billy, 2004:8). Analisis dalam penelitian ini akan di jabarkan secara deskriptif yang berarti peneliti akan membuat deskripsi secara sistematis, akurat, dan faktual tentang fakta – fakta dan sifat – sifat populasi atau objek. Penelitian ini mencoba untuk memaparkan realita yang terjadi di dalam kehidupan sosial (Kriyantono, 2009:67-68).

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subjek**

Subjek penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam penelitian. Subjek penelitian harus di tata sebelum peneliti siap mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang. Tapi subjek penelitian pada umumnya manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia

(Arikunto, 2007:152). Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah followers akun Instagram @garuksampah. Peneliti mengambil 6 Informan dari *followers* akun Instagram @garuksampah untuk penelitian ini karena jumlah tersebut sudah rasa cukup untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan berdasarkan alasan ilmiah pengambilan Informan.

Alasan ilmiah adalah suatu hal yang berpengaruh yang hanya dimiliki oleh Informan yang mana hal tersebut berhubungan erat dengan penelitian yang akan dilakukan. Alasan Ilmiah pengambilan Informan dalam penelitian ini adalah pengguna yang mana *followers* akun Instagram @garuksampah tersebut foto atau videonya tentang kegiatan Jogja Garuk Sampah pernah akun JGS *repost* selama bulan Februari & Maret 2019 oleh akun Instagram @garuksampah serta pernah mengikuti kegiatan kerja bakti Jogja Garuk Sampah secara langsung minimal sekali.

b. Objek

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan pada kegiatan penelitian, atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian. Objek peneliti dalam penelitian ini adalah resepsi khalayak terhadap unggahan akun Instagram Jogja Garuk Sampah.

### 3. Jenis Data

#### a. Data Primer

Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para Informan dan subjek penelitian yang vital lainnya yang terkait dengan sasaran penelitian seperti unggahan akun Instagram @garuksampah.

#### b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, buku referensi, jurnal, artikel, majalah, internet, dan sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung informasi – informasi yang terkait dengan penelitian. Dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh tingkat validitas data yang baik.

### 4. Teknik Pengambilan data

Jenis data yang di peroleh di bagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui wawancara secara mendalam sedangkan data sekunder dalam penelitian ini melalui observasi dan dokumentasi. Berikut metode pengambilan data dalam penelitian ini:

#### a. Wawancara

Wawancara mendalam atau in dept interview adalah teknik dalam penelitian kualitatif. Subjek penelitian atau Informan dalam

penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik ini mencakup orang – orang yang di seleksi atas dasar kriteria – kriteria tertentu yang di buat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2007:154). Seorang Informan atau kelompok Informan mengkomunikasikan bahan – bahan dan mendorong untuk didiskusikan secara bebas. Dengan wawancara mendalam kepada Informan, peneliti dapat mengetahui alasan yang sebenarnya dari Informan mengambil keputusan seperti itu (Ardianto, 2010:61).

Pedoman dalam wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan – pertanyaan yang mendetail tetapi secara garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin di dapatkan dari Informan yang nantinya dapat dikembangkan dengan memperhatikan situasi wawancara. Dalam hal ini Informan diminta untuk menceritakan ulang mengenai teks yang sudah di konsumsinya. Pengumpulan data dengan wawancara di lakukan kepada followers akun Instagram @garuksampah.

#### b. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek. Keunggulan metode ini adalah dapat melihat secara langsung perilaku verbal dan non verbal (Kriyantono, 2009:108-109). Metode observasi dipilih karena dengan mengamati objek

penelitian, peneliti bisa lebih jauh atau lebih dekat mengamati informasi yang dibutuhkan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuisioner, wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.

d. Studi Pustaka

Melalui metode ini informasi dan data diperoleh dari penelitian serupa sebelumnya yang memiliki kesamaan latar belakang, fokus masalah ataupun subjek dan objek yang diteliti. Metode ini juga memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari artikel atau jurnal yang mengangkat topik serupa.

5. Metode analisis data

Dalam penelitian ini, metode analisis data interaktif model Miles & Hubeberman yang digunakan meliputi tiga alur kegiatan (Moeleong, 2010) yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan berbagai cara hingga sampai pada kesimpulan dan verifikasi.

b. Penyajian Data

Dalam penyajian data di lapangan yang berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang penerimaan followers terhadap komunitas Jogja Garuk Sampah.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang pas pada penyajian data.

6. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data diperlukan untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode keabsahan data. Triangulasi adalah teknik untuk menganalisa jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia (Kriyantono, 2014:72)

Triangulasi sumber yaitu cara menguji data dan informasi yang sama kepada pihak lain subjek. Data dan informasi tertentu perlu ditanyakan kepada subjek lain. Data dan informasi tertentu perlu ditanyakan kepada responden yang berbeda atau dengan bukti dokumentasi (Hamidi. 2004). Peneliti akan menguji data yang di

peroleh, adapun sumber yang digunakan dalam triangulasi ini adalah ahli komunikasi dan koordinator JGS.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian resepsi khalayak terhadap akun Instagram @garuksampah dapat dirumuskan beberapa kesimpulan tentang penerimaan para Informan melalui beberapa point yakni: faktor – faktor dalam analisis yang mempengaruhi *decoding* pesan akun Instagram @garuksampah yakni meliputi persepsi, pemikiran dan interpretasi dan kategorisasi pola pemikiran Informan hasil penelitian meliputi dominant, negotiated, dan oppositional reading. Penelitian ini diwakili oleh 6 Informan dari *repost story* Instagram pada bulan Februari & Maret 2019.

Penerimaan akun Instagram @garuksampah oleh Informan dimulai dari proses pemaknaan (*decoding*) yang dilakukan oleh Informan pada akun @garuksampah. Seperti dalam unit persepsi para Informan melakukan penerimaan pada akun Instagram @garuksampah dimulai dari ketertarikan kepada akun tersebut yakni berupa unggahan konten *feed* Instagram @garuksampah. Faktor – faktor internal seperti minat dan faktor eksternal Informan juga mempengaruhi penerimaan terhadap akun Instagram @garuksampah. Dari unit pemikiran, faktor – faktor berupa motivasi juga mempengaruhi proses penerimaan Informan. Dari unit interpretasi sendiri, pengalaman Informan sebelum dan sesudah mengikuti akun Instagram @garuksampah, perubahan positif yang dirasakan Informan setelah mengikuti akun Instagram @garuksampah.

Lingkungan sosial Informan pun turut berkontribusi untuk mempengaruhi penerimaan Informan terhadap akun Instagram @garuksampah.

Penerimaan akun Instagram @garuksampah sendiri berdasarkan proses pemaknaannya sesuai dengan pola pemikiran khalayak yaitu *dominant, negotiated*, dan *oppositional reading* beberapa Informan masuk kedalam kategori *dominant reading*, karena mereka merasa setuju dan searah dengan hal – hal yang di posting didalam akun @garuksampah sehingga mereka dapat menerima sepenuhnya apa yang ada didalam akun tersebut. Terdapat juga satu Informan masuk kedalam kategori *negotiated reading*, karena dalam ia menerima akun Instagram @garuksampah ia tidak semata – mata langsung menerima, tetapi terjadi pemikiran dan pertimbangan mengenai akun tersebut. Dalam penelitian ini tidak terdapat Informan yang masuk kedalam kategori *oppositional reading* karena penelitian ini dilakukan dalam lingkup *followers* yang sudah di *repost story*-nya oleh akun Instagram @garuksampah.

## **B. Saran**

Ada beberapa saran yang yang peneliti harapkan dapat menjadi masukan, meskipun saran ini masih jauh dari kata sempurna. Adapun saran yang dimaksud sebagai berikut:

1. Bagi Jogja Jogja Garuk Sampah, untuk lebih meningkatkan eksistensinya di sosial media. Lebih memperkaya konten di unggahan akun sosial medianya, agar khalayak/*followers* lebih tertarik dan selalu

ingin mencari tahu informasi mengenai Jogja Jogja Garuk Sampah. Hal tersebut diperlukan mengingat saat ini khalayak lebih sering memperhatikan atau melihat informasi melalui akun media sosial mereka. Dengan begitu, untuk menjadi salah satu akun yang dapat diingat dan membekas dipikiran khalayak diperlukan ciri dan kekonsistenan dalam memposting konten di sosial media.

2. Untuk penelitian selanjutnya, apa yang dijelaskan didalam penelitian ini diharapkan mampu dijadikan koreksi atau bahan acuan dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian mengenai analisis resepsi dapat lebih dalam lagi diteliti. peneliti sadar bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu akan sangat membantu bagi penelitian – penelitian lain kedepannya apabila selalu dijadikan periksa penelitian terdahulu untuk menjadi penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Quran dan Terjemahannya. 2009. Diterjemahkan oleh Tim Penerjemah Pustaka Al – Faith. Jakarta : Pustaka Al – Faith.
- Ardianto Dr. Elvianaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung :Simbiosis Rekataman Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Burton Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : JALASUTRA
- Baran Stanley J. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa: Media Melek & Budaya*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Holmes, D. 2012. *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rsp. 2018. *Gubernur DIY Kekuatan Jogja Itu Gotong Royong dan Kebersamaan*. [www.jogjaprovo.go.id](http://www.jogjaprovo.go.id) diakses pada 14 Januari 2019
- Manggala Putra. 2015. *Sampah Visual Kurangi Daya Tarik Yogya*. [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) diakses pada 17 Januari 2019
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group. lik dan Ilmu Sosial Lainnya.Jakarta : Kencana Prenada Media.
- . 2009. *Teknik Praktek Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktik Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- . 2007. *Teknik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktik Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn Stephen. W.2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. USA: SAGE Publication.
- McQuail Denis. 2004. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London : Sage Publication

- Morrison, M.A [dkk]. 2010. *Teori Komunikasi Massa : Media, Budaya dan Masyarakat*. Bogor : PT Ghalia Indonesia
- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rakhmat Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Suryani, Any. 2013. “*Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube ‘Keong Racun’ Sinta Dan Jojo*” oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang.
- Sobur Alex. 2009. *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia.
- Tunshiro, Cahyani. 2016. “*Analisis Resepsi Budaya Populer Korea di Komunitas Dance Cover*” oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Tusnawati, Devi. 2015. “*Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U Mild Versi Cowok Tau Kapan Harus Bohong*” oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Winarso. 2017. *Fitur Terbaru Instagram*. <https://dailysocial.id/> diakses 05 Februari 2019

## **LAMPIRAN**

## **INTERVIEW GUIDE**

### **UMUM**

1. Apakah anda seorang pribadi yang peduli dengan kerja bakti gotong royong?
2. Darimana anda mengenal dan men follow akun @garuksampah?

### **PERSEPSI**

1. Bagaimana tanggapan/ kesan pertama anda mengenai postingan akun @garuksampah?
2. Apakah yang membuat anda tertarik dengan postingan akun @garuksampah?
3. Apakah perbedaan dan keunikan akun @garuksampah?

### **PEMIKIRAN**

1. Apakah terdapat hal – hal tertentu atau motivasi anda untuk mengikuti akun @garuksampah?
2. Bagaimana hal – hal tersebut mempengaruhi anda dalam menerima akun @garuksampah?

### **INTERPRETASI**

1. Apakah anda mengetahui atau paham akan isu yang dibawa oleh @garuksampah melalui unggahannya?
2. Bagaimana pendapat teman anda yang mengetahui bahwa anda mengikuti akun @garuksampah?

## CURICULUM VITAE

### A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Kirana Catur Yunika  
Tempat, Tanggal Lahir : Purworejo, 01 Juni 1997  
Alamat Asal : KP DKT Jl. Mayjen Sutoyo  
No 17, Purworejo, Kec.  
Purworejo, Kab Purworejo  
Nomor HP : 089679397975  
Email : kiranayunika04@gmail.com



### B. Riwayat Pendidikan

2015 – Sekarang / UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
2012 – 2015 / Madrasah Aliyah Negeri Purworejo  
2009 – 2012 / SMP Muhammadiyah Purworejo  
2003 – 2009 / SDN Ngupasan Purworejo

### C. Pengalaman Kerja

2018 / Freelancer Marketing di Dini Media Pro  
2016/ Server Steak Addict Yogyakarta

### D. Penghargaan

Finalis Pinasthika Creative Festival kategori Baskara, 2017  
Juara 1 Kompetisi Video Concept “FISHUM COMPETITION”, 2017  
Lolos Tahap Administrasi Beasiswa Djarum, 2017  
Juara 2 Futsal Competition se DIY & Jateng InfraOrganizer, 2017  
Juara 2 Kompetisi Video BI, 2016  
Juara 2 Festival Film Gadget, 2015  
Juara Favorit Festival Film Gadget, 2015  
Juara 1 ILM The Power of Communication, 2015