



**ANALISIS RESEPSI *FOLLOWERS* DALAM KONTEN
INFORMATIF DI MEDIA SOSIAL PADA AKUN X @KAI121**

**SKRIPSI
TUGAS AKHIR**

NIA IDMAYANTI

44221110026

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Idmayanti

NIM : 44221110026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Dalam Konten
Informatif di Media Sosial Pada Akun X @KAI121

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 30 Juni 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Nia Idmayanti

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nia Idmayanti
NIM : 44221110026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Dalam Konten
Informatif di Media Sosial Pada Akun X @KAI121

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Muthia Rahayu S.Ikom, M.Ikom
NIDN : 0322029302
Ketua Penguji : Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si
NIDN : 0306047001
Penguji Ahli : Engga Probi Endri S.Ikom, M.A
NIDN : 0317089402



Jakarta, 30 Juni 2025

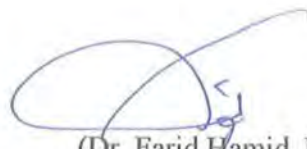
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Idmayanti
NIM : 44221110026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Dalam
Konten Informatif di Media Sosial Pada Akun X @KAI121

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Nia Idmayanti)

ABSTRAK

Nama : Nia Idmayanti

NIM : 44221110026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Dalam Konten Informatif di Media Sosial Pada Akun X @KAI121

Pembimbing : Muthia Rahayu, S.Ikom,M.Ikom

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan dalam pola komunikasi antara institusi dengan publik, termasuk pada sektor transportasi. PT Kereta Api Indonesia memanfaatkan media sosial X melalui akun resminya yaitu @KAI121 untuk menyampaikan informasi, menanggapi keluhan, serta membangun hubungan dengan masyarakat dan penggunanya. Komunikasi yang dilakukan bersifat informatif, namun tidak semua pesan diterima secara beragam oleh audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana resepsi followers terhadap konten informatif yang disampaikan dalam akun X @KAI121.

Penelitian ini menggunakan teori *Encoding-Decoding* dari Stuart Hall yang menjelaskan bahwa pesan media tidak selalu ditafsirkan sesuai dengan maksud pengirimnya, namun juga dapat dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan budaya penerimanya.

Penelitian ini berada dalam paradigma post-positivisme yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang kompleks dan bermakna, serta menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam proses pemaknaan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan berada pada posisi hegemoni dominan dan negosiasi, di mana mereka menganggap konten KAI bersifat informatif, relevan, dan membantu dalam pengambilan keputusan terkait perjalanan. Namun, terdapat beberapa kritik terhadap konten yang dianggap kurang mendalam.

Kata Kunci: Media Sosial X, Analisis Resepsi, Konten Informatif, *Encoding-Decoding*

ABSTRACT

Name : Nia Idmayanti
NIM : 44221110026
Study Program : Communication Science
Thesis Title : A Reception Analysis of Followers Toward Informative Content on the Social Media X @KAI121
Advisor : Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom

The advancement of digital technology has driven changes in communication patterns between institutions and the public, including in the transportation sector. PT Kereta Api Indonesia utilizes the social media platform X through its official account @KAI121 to deliver information, respond to complaints, and build relationships with the public and its users. The communication carried out is informative in nature, but not all messages are interpreted uniformly by the audience. This study aims to analyze how followers receive and interpret informative content delivered through the @KAI121 X account.

The research employs Stuart Hall's Encoding-Decoding theory, which explains that media messages are not always interpreted according to the sender's intention but can also be influenced by the audience's social and cultural background.

This study adopts a post-positivist paradigm, which views social reality as complex and meaningful, positioning the audience as active subjects in the process of meaning-making. The research uses a qualitative method with a reception analysis approach.

The results show that most informants fall into the dominant-hegemonic and negotiated positions, where they perceive KAI's content as informative, relevant, and useful in making travel-related decisions. However, some criticism was directed at content that was perceived as lacking in depth.

Keywords: Social Media X, Reception Analysis, Informative Content, Encoding-Decoding

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan selama proses pembuatan skripsi yang berjudul “**Analisis Resepsi *Followers* Dalam Konten Informatif di Media Sosial Pada Akun X @KAI121**”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini disusun atas kerjasama, bantuan, bimbingan, dukunga, dan nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan baik hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku Ketua Sidang skripsi dan Dosen PA yang saya hormati.
3. Engga Probi Endri S.Ikom, MA selaku Penguji Ahli sidang skripsi yang saya hormati.
4. Informan penelitian, yaitu Musdalifah Wahyu, Pranita Elsa, Hasbie Robbani, Farah Shofa Nuhaa, Aida Yahha, Alifannisa Akmalhadi, Maula Ya’lu yang telah bersedia meluangkan waktu dan turut berkontribusi dalam kelancaran proses pengumpulan data.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Melly Ridaryanthi, M.Soc,Sc,Ph.D, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos.,M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Siti Muslichatul, M.Ikom, selaku Sekertaris Prodi Public Relations Universitas Mercu Buana.
9. Seluruh Dosen Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

10. Bapak Nurahman dan Bapak Daeng, selaku perwakilan KAI yang membantu penulis dalam pengurusan perizinan penelitian.
11. Bapak Sanusi dan Alm. Ibu Maya selaku orang tua yang sangat penulis cintai. Selalu memberikan dukungan, motivasi, dan kasih sayang tak terbatas hingga penulis tetap dapat berdiri dan berjuang sampai detik ini. Pendidikan pertama bagi penulis yang ilmunya tak akan pernah hilang ditelan waktu.
12. Widia Susanti, selaku kakak perempuan penulis yang selalu ada dan menemani penulis dari kecil hingga kini. Sosok yang menggantikan peran ibu, sehingga penulis tak pernah merasakan hilangnya kasih sayang dan dukungan.
13. Ahmad Jarkasih dan Mad Sony, selaku kakak laki-laki penulis yang dengan sabar memberikan arahan dan selalu memperhatikan keadaan penulis walaupun dari jauh.
14. Sahabat baik penulis, yaitu Khadijah, Intan Rahmawati, Mita Rahmawati, dan Anggraini Marlina serta teman-teman yang senantiasa menemani hari-hari penulis.
15. Park Jisung dan Park Jeongwoo, idola yang penulis sayangi dengan semangat dan energi positif yang tanpa disadari telah menjadi penyemangat penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak sekali kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk karya yang lebih baik lagi kedepannya. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 11 Juni 2025

Nia Idmayanti

44221110026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 Komunikasi.....	20
2.2.2 Teori Resepsi	22
2.2.3 <i>Public Relations</i>	25
2.2.4 Media Baru (<i>New Media</i>).....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Subjek Penelitian	31
3.3.1 Informan.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Data Primer	33
3.4.2 Data Sekunder	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.3 Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Akademis	58
5.2.2 Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar Pengguna Terhadap Konten KAI	2
Gambar 1. 2 Konten Informasi Kendala Operasional.....	3
Gambar 1. 3 Konten Informasi Penambahan Unit Kereta	4
Gambar 1. 4 Konten Informasi Promo Tiket dan Operasional	4
Gambar 1. 5 Jumlah Followers X @KAI121.....	6
Gambar 1. 6 Alasan Utama Penggunaan Media Sosial.....	8
Gambar 1. 7 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan	9
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis data (<i>interactive</i>).....	35
Gambar 4. 1 Media Sosial X KAI @KAI121	38



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Identitas Informan	32
Tabel 4. 1 Resepsi <i>Followers</i> Terhadap Konten Informatif KAI.....	44
Tabel 4. 2 Resepsi <i>Followers</i> Terhadap Isi Pesan Dalam Konten X KAI	48
Tabel 4. 3 Resepsi <i>Followers</i> Terhadap Komunikasi KAI dengan Publiknya	51
Tabel 4. 4 Resepsi <i>Followers</i> Dalam Konten Informatif di Media Sosial Pada Akun X @KAI121	55

