



**ANALISIS RESEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP KONTEN
MITOS DI KALANGAN PARA PENDAKI PADA AKUN
@PENDAKIINDONESIA**

TUGAS AKHIR

**MUHAMMAD ALWI ISRA
44521010064**

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

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alwi Isra
NIM : 44521010064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Terhadap Konten Mitos Dikalangan Para Pendaki Pada Akun @pendakiindonesia

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, 19 Juli 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Alwi Isra

HALAMAN PENGESAHAN

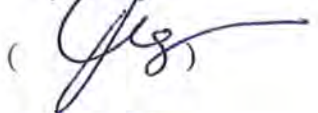
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Alwi Isra
NIM : 44521010064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Terhadap Konten Mitos Dikalangan Para Pendaki Pada Akun @pendakiindonesia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Rika Yessica Rahma, S.Psi, M.Ikom
NIDN : 0314057804
Ketua Penguji : Ponco Budi Sulistyio, M. Comn, Ph.D
NIDN : 0329057401
Penguji Ahli : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si
NIDN : 0311036703

()
()
()

Jakarta, 10 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Nikmat dan Rahmatnya sehingga pada akhirnya peneliti dapat melakukan penelitian dengan judul” ANALISIS RESEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP KONTEN MITOS DI KALANGAN PARA PENDAKI PADA AKUN @PENDAKIINDONESIA” dengan baik, sehingga dapat menambah pengetahuan serta pengalaman bagi para pembaca.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Komunikasi Digital, Universitas Mercu Buana. Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, peneliti juga mengucapkan banyak Terima Kasih atas bantuan serta dukungannya kepada pihak-pihak berikut:

1. Rika Yessica S.Psi, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
2. Dr. Ahmad Mulyana M.SI selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Konsultasi Akademik yang telah membantu peneliti selama pengambilan Mata Kuliah Semester.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Pengajar dan seluruh Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh staf karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi, Tata Usaha serta yang telah banyak membantu peneliti dalam proses perkuliahan dan proses penelitian skripsi ini

7. Orang tua serta keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
8. Seluruh informan yang telah bersedia dan memberikan waktunya untuk diwawancarai, yang mana tanggapan dari informan sangatlah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat peneliti sejak SMP, Muhammad Zaqi Fadilah Dandi Dwi Saputra, Nathaniel Nicander, Auly Ramadhina Fauzyah, Fatih Alfarizi, dan Kamilah Alvi Syahrina. Setiap tawa, dukungan, dan kebersamaan yang telah terjalin menjadi kenangan berharga yang terus menginspirasi peneliti.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan orang-orang yang sudah membantu peneliti Menyusun penelitian ini dengan berlipat ganda. Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun.



Jakarta, 05 Juni 2025

Muhammad Alwi Isra

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

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

Nama	: Muhammad Alwi Isra
NIM	: 44521010064
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Analisis Resepsi <i>Followers</i> Terhadap Konten Mitos Dikalangan Para Pendaki Pada Akun @pendakiindonesia

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 (*ddatabase*), 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, 19 Juli 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Alwi Isra

ABSTRAK

Nama : Muhammad Alwi Isra
NIM : 44521010064
Program Studi : Komunikasi Digital
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Terhadap Konten Mitos Di Kalangan Para Pendaki Pada Akun @PendakiIndonesia.
Pembimbing : Rika Yessica S.Psi, M.Ikom

Pada saat ini, Kegiatan mendaki gunung semakin populer dan semakin diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa bahkan orang tua. Semua itu terjadi karena perkembangan teknologi dan penyebaran informasi yang begitu cepat, media sosial Instagram berperan besar dalam meningkatnya jumlah pendaki gunung, karena banyak *postingan-postingan* keindahan gunung sehingga banyak yang tertarik mendaki gunung. Sejak dahulu pendakian gunung tidak pernah lepas dari mitos-mitos di kalangan pendaki.

Dalam dunia pendakian, banyak cerita, legenda, dan mitos yang dianggap sebagai simbol dari gunung itu sendiri. Hampir semua mitos berhubungan dengan berbagai kejadian, bahkan banyak larangan yang ditetapkan di jalur pendakian juga dikaitkan dengan mitos tersebut. Salah satu akun Instagram yang membagikan konten terkait mitos adalah akun @pendakiIndonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan menggunakan metode Analisis Resepsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi *followers* terhadap konten mitos di kalangan para pendaki pada akun @pendakiIndonesia. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan paradigma konstruktivis, serta teori resepsi Encoding-Decoding oleh Stuart Hall yang membagi pemaknaan khalayak menjadi tiga kategori: Dominan, Negosiasi, dan oposisi. Dan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan *followers* akun tersebut, didukung triangulasi sumber untuk keabsahan data.

Hasil Penelitian menjelaskan informan terbagi menjadi 2 posisi pemaknaan, yaitu dominan dan negosiasi. Hasil yang didapatkan adalah informan dominan berada pada posisi pemaknaan dominan. Artinya berarti informan menerima pesan serta nilai-nilai yang disampaikan oleh konten akun @pendakiIndonesia. Beberapa informan berada pada posisi negosiasi yang setuju sebagian ini pesan namun tetap mengkritisnya dengan perspektif pribadi. Dan tidak ditemukan informan yang berada dalam posisi pemaknaan oposisi.

Kata Kunci: Resepsi, Pendaki Gunung Mitos pendakian, akun Instagram @pendakiIndonesia.

ABSTRACT

Name : Muhammad Alwi Isra
NIM : 44521010064
Study Program : Digital Communication
Thesis Report Title : Analisis Resepsi Followers Terhadap Konten Mitos Di Kalangan Para Pendaki Pada Akun @Pendakiindonesia.
Counsellor : Rika Yessica S.Psi, M.Ikom

Nowadays, mountain climbing is becoming increasingly popular and is attracting from various groups, ranging from children to adults and even the elderly. This growing enthusiasm is driven by the development of technology and the rapid spread of information. Social media, particularly Instagram, plays a significant role in increasing the number of climbers, as many posts highlight the beauty of mountains, which draws people's attention to try mountain climbing. Historically, mountain climbing has never been separated from myths among climbers.

In the mountaineering world, many stories, legends, and myths are considered symbolic representations of the mountains themselves. Almost all of these myths are linked to specific incidents, and many prohibitions along hiking trails are also associated with these myths. One Instagram account that share myths-related content is @pendakiindonesia.

This research will use a qualitative approach employing the Reception Analysis method. This study aims to explore the reception of followers toward myth-related content among climbers on the @pendakiindonesia Instagram account. Using a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm interpretations into dominant, negotiated, and oppositional positions, data was collected through in-depth interviews with followers of the account, supported by source triangulation for data validity.

The research finding show that the informants fall into two receptions positions: dominant and negotiated position. The dominant informants fully accept the messages and values conveyed through the @pendakiindonesia content. Meanwhile, several informants occupy a negotiated position, meaning they partially agree with the messages but still interpret them based on their personal perspective. And no informants were found to be in an oppositional position.

Keywords: *Resepsi, Mountain Climbers, Climbing Myths, Instagram Account @Pendakiindonesia*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Komunikasi Digital	22
2.3 Pesan.....	23
2.4 New Media	24
2.5 Media Sosial	26
2.5.1 Jenis-Jenis Media Sosial	27
2.5.2 Karakteristik Media Sosial.....	29
2.6 Instagram	30
2.7 Mitos.....	32
2.8 Teori Resepsi	33
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek Penelitian.....	38
3.3.1 Data informan.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Data Primer.....	43
3.4.2 Data Sekunder.....	44

3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Interpretasi Informan Terhadap Mitos-Mitos Pendakian Dalam Konten Akun @pendakiindonesia.....	49
4.2.2 Interpretasi Informan Terhadap Pengalaman Dengan Mitos-Mitos Pendaki Gunung.....	54
4.2.3 Interpretasi Informan Terhadap Peran Mitos-Mitos Dalam Membentuk Identitas Sebagai Pendaki Gunung	58
4.2.4 Interpretasi Informan Terhadap Kebenaran Dan Keabsahan Mitos-Mitos yang Disampaikan Konten Akun @pendakiindonesia	62
4.2.5 Interpretasi Informan Terhadap Pengaruh Mitos-Mitos Tersebut Terhadap Perilaku Dan Kebiasaan Pendaki Gunung	66
4.2.6 Interpretasi Informan Terhadap Peran Mitos-Mitos Dalam Meningkatkan Kesadaran Akan Pentingnya Menghormati Alam Dan Lingkungan.....	70
4.2.7 Interpretasi Informan Terhadap Hubungan Antara Mitos Dalam Konten Akun @pendakiindonesia Dengan Kepercayaan Dan Tradisi Masyarakat Lokal	74
4.3 Pembahasan.....	103
BAB V	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	108
5.2.1 Saran Akademis	108
5.2.2 Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Jumlah Pengguna Media Sosial per Aplikasi	4
Gambar 1. 2 Profil Instagram @pendakiindonesia (Mei 2024)	6
Gambar 1. 3 Salah Satu Konten @pendakiindonesia	7
Gambar 4. 1 Profil Instagram @pendakiindonesia (Juli 2024).....	46
Gambar 4. 2 Konten Mitos Pendaki @pendakiindonesia (Maret 2025).....	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara Secara Keseluruhan	79

