

ABSTRAK

Rika Nur Aini. NIM. 190531100066 Program Studi Ilmu Komunikasi. ANALISIS RESEPSI GENERASI Z PADA AKUN @NHARTONO TENTANG FENOMENA CITAYAM FASHION WEEK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan generasi z terhadap video Nikahartono dengan caption Kurma #citayemfashionweek di akun tiktoknya @nhartono. Subjek dari penelitian ini adalah generasi z dengan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan.

Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik, sumber, waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam Informan memiliki respon yang beragam, sehingga dapat diklasifikasikan dalam tiga posisi menurut teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall. Informan 3, 5, dan 6 masuk pada *Dominant-Hegemonic Position*, informan 4 pada *Negotiated Position*, dan informan 1 dan 2 termasuk *Oppositional Position*. Penerimaan Informan dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dan kepercayaan.

Kata kunci : analisis resepsi, netnografi, generasi z, Fenomena citayam fashion week

ABSTRACT

Rika Nur Aini. NIM. 190531100066 Communication Studies Program. ANALYSIS OF GENERATION Z RECEPTIONS ON THE @NHARTONO ACCOUNT REGARDING THE CITAYAM FASHION WEEK PHENOMENA ON TIKTOK SOCIAL MEDIA.

The purpose of this research is to find out the acceptance of generation z towards Nikahartono's video with the caption Kurma #citayemfashionweek on his tiktok account @nhartono. The subject of this study is the z generation with certain characteristics that have been defined.

Methods of data collection using interviews and documentation. Informants were selected using a purposive sampling. Data analysis uses the Miles and Huberman technique. Data validity checking technique uses technique, source, time triangulation.

The results showed that the six informants had various responses, so they could be classified into three positions according to 's Encoding-Decoding Stuart Hall. Informants 3, 5, and 6 enter the Dominant-Hegemonic Position, informant 4 Negotiated Position, and informants 1 and 2 include the Oppositional Position. Acceptance of informants is influenced by knowledge and trust factors.

Keywords : *reception analysis, netnography, z generation, Citayam fashion week phenomenon*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN	11
1.4 MANFAAT KEGIATAN	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Akademis	11
1.4.3 Manfaat Praktis	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	12
2.2 LANDASAN TEORI	18
2.2.1 Media Sosial	18
2.2.1.1 TikTok.....	21
2.2.2 Fenomena Citayam Fashion Week	23

2.2.3	Generasi Z.....	25
2.2.4	Analisis Resepsi	27
2.2.4.1	Teori Resepsi Stuart Hall	29
1.	<i>Dominant-Hegemonic Position</i> (Posisi Dominan)	31
2.	<i>Negotiated Position</i> (Posisi Negosiasi)	31
3.	<i>Oppositional Position</i> (posisi oposisi)	31
2.3	KERANGKA BERPIKIR	31
BAB III. METODE PENELITIAN		33
3.1	JENIS PENELITIAN	33
3.2	DEFINISI KONSEPTUAL	34
3.3	LOKASI PENELITIAN	35
3.4	SUBJEK DAN OBJEK	35
a.	Subjek.....	35
b.	Objek.....	36
3.5	TEKNIK PENENTUAN INFORMAN.....	36
3.6	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	37
3.7	TEKNIK ANALISIS DATA.....	38
1.	<i>Data Reduction</i> (Reduksi Data)	38
2.	<i>Data Display</i> (Penyajian Data)	38
3.	Verifikasi/penarikan kesimpulan	38
3.8	VALIDASI DATA.....	39
BAB IV. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN		40
4.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	40
4.1.1	Tiktok @nhartono: Nikahartono.....	40
4.1.2	Video Kurma #citayemfashionweek.....	41
4.1.3	Fenomena Citayam Fashion Week	41
4.2	PROFIL INFORMAN.....	42
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
5.1	PENYAJIAN DATA.....	49

5.1.1	Fenomena Citayam Fashion Week Bagi Pengguna Media Sosial	49
5.1.1.1	Citayam Fashion Week: Hal yang Mengapresiasi Bagi Remaja Indonesia	50
5.1.1.2	Konten Citayam Fashion Week Konten Menarik Cuan dan Followers	52
5.1.1.3	Citayam Fashion Week: Mengganggu Ketertiban	54
5.1.2	Konten Citayam Fashion Week: Sekedar Pamer Outfit yang Nyentrik	56
5.1.2.1	Citayam Fashion Week: Bentuk Penyimpangan	58
5.1.2.2	Peran Citayam Fashion Week Membuka Bibit-bibit yang Berbau LGBT	60
5.1.3	Citayam Fashion Week: Masalah Kultur yang Selalu Diikuti atau Latah Kultur	63
5.1.4	Bentuk Perlawanan Anak Muda Mengekspresikan Diri melalui Citayam Fashion Week	65
5.1.5	Bisnis Dadakan Melalui Citayam Fashion Week	67
5.1.6	Mencari Jati Diri Melalui Citayam Fashion Week	68
5.2	PEMBAHASAN	71
5.2.1	Citayam Fashion Week di Media Sosial	71
5.2.1.1	Citayam Fashion Week: Hal yang Mengapresiasi Bagi Remaja Indonesia	73
5.2.1.2	Konten Citayam Fashion Week: Menarik Cuan dan Followers	74
5.2.1.3	Citayam Fashion Week Telah Mengganggu Ketertiban	76
5.2.2	Citayam Fashion Week: Sekedar Pamer Outfit yang Nyentrik	78
5.2.2.1	Citayam Fashion Week: Bentuk Penyimpangan	80
5.2.2.2	Peran Citayam Fashion Week Membuka Bibit-bibit yang Berbau LGBT	81
5.2.3	Adanya Masalah Latah Kultur pada Fenomena Citayam Fashion Week ..	82
5.2.4	Bentuk Perlawanan Pengekspresian Anak Muda Paska Pandemic Melalui Citayam Fashion Week	83
5.2.5	Bisnis Dadakan Melalui Citayam Fashion Week	85
5.2.6	Mencari Jati Diri Melalui Citayam Fashion Week	86
BAB VI.	PENUTUP	89

6.1 KESIMPULAN	89
6.2 SARAN	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya	15
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshot video wawancara Nadia dan Tegas akun tiktok	2
Gambar 1.2 Screenshot Komentar negative di kolom komentar akun tiktok.....	4
Gambar 1.3 Screenshot Komentar positif di kolom komentar akun tiktok	4
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	32
Gambar 4.1 Informan 1, Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti	42
Gambar 4.2 Informan 2, Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti	43
Gambar 4.3 Informan 3, Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti	44
Gambar 4.4 Informan 4, Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti	45
Gambar 4.5 Informan 5, Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti	46
Gambar 4.6 Informan 6, Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	97
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	99
Lampiran 3 Dokumentasi	134