

ABSTRAK

Informasi yang simpang siur dimasyarakat membuat peluang ini digunakan oleh salah satu komunitas yang ada di Yogyakarta, yaitu komunitas Info Cegatan Jogja. Komunitas ICJ memberikan wadah kepada para *netizen* atau *member* untuk berbagi informasi seluas-luasnya dari berbagai kalangan. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui respon pengikut akun *facebook* info cegatan Jogja mengenai informasi tarif parkir saat liburan dan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan pengikut akun *facebook* info cegatan Jogja mengenai informasi tarif parkir saat liburan. Dalam penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi, didukung dengan teori *uses and gratifications* serta yang didukung dengan audien aktif didalamnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi yang berfokus pada cara-cara penonton memaknai pesan-pesan yang disampaikan media. Hasil penelitian ini terdapat respon yang diberikan oleh pengikut berupa *feedback*. *Feedback* yang diberikan oleh pengikut akun info cegatan Jogja bersifat *delayed feedback* dalam bentuk *feedback* positif dan *feedback* negatif dimana pengikut memberikan informasi serta klarifikasi untuk mendapatkan solusi yang baik, namun ada juga pengikut yang memberikan tanggapan kurang setuju melalui *sticker* yang diberikan melalui kolom komentar yang menunjukkan keprihatinannya akan informasi mengenai tarif parkir yang sangat tinggi. Dari *feedback* yang diperoleh terdapat pemaknaan yang diciptakan oleh pengikut terbagi atas tiga posisi yaitu; posisi hegemonik-dominan, posisi negosiasi, dan posisi berlawanan. Pemaknaan ini didukung dengan adanya aspek berupa pemilihan media, frekuensi mengkonsumsi informasi, pemenuhan kebutuhan, dan tingkat pengalaman. Sehingga makna yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat diterima berbeda oleh penerima pesan yakni pengikut akun *facebook* info cegatan Jogja.

Kata kunci : Informasi, Pemaknaan, Info Cegatan Jogja

ABSTRACT

Unruly information that was distributed in the society gives chance for a community in a Yogyakarta. That community is Info Cegatan Jogja (ICJ). ICJ gives place for its member and netizen to share information as much as possible from many circles of society. Goal of this research are to know the response of ICJ's followers on parking price in Yogyakarta during holiday season and to know how ICJ's followers perceives the parking price information during holiday season. This research uses Reception Analysis Theory and supported with Uses and Gratification Theory with participation of active audiences that was involved with the research. This research is qualitative research with reception analysis research that focused on how the followers perceive the message that was shared by the media. Result of this research is the given response by the followers in shape of feedback. Feedback given by the followers could be categorized as delayed feedback with positive feedback and negative feedback where the followers give information and clarification to achieve best solution, but there are also followers that approve their disagreement using sticker via comment feature to show their concern on how high the parking price is. From the feedback, there are three positions of the meaning created by the followers; those are hegemonic-dominant position, negotiation position, and opposing position. Those meanings were supported by media choosing, information consuming frequency, needs fulfillment, and experience. Meaning given by the followers could be perceived differently by other ICJ's followers.

Keyword: Information, Meaning, Info Cegatan Jogja