

**POLA KOMUNIKASI SIMBOLIK MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
DALAM BISNIS *OPEN BOOKING ONLINE (BO)* DI KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Komunikasi (S. Sos.)



Disusun oleh :

SISCA PUTRI PRIYANTIKA

NIM. 933514419

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI

2025

**POLA KOMUNIKASI SIMBOLIK MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
DALAM BISNIS *OPEN BOOKING ONLINE (BO)* DI KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh :

Sisca Putri Priyantika

933514419

**PROGRAM KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**POLA KOMUNIKASI SIMBOLIK MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
DALAM BISNIS *OPEN BOOKING ONLINE (BO)* DI KEDIRI**

Ditulis Oleh :

Sisca Putri Priyantika

9335. 144. 19

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I



DIAH HANDAYANI, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024

Pembimbing II



FAIRIZAL RAHMAN, M.Ikom.
• NIP. 19901118 202203 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

POLA KOMUNIKASI SIMBOLIK MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* DALAM BISNIS *OPEN BOOKING ONLINE* (BO) DI KEDIRI

SISCA PUTRI PRIYANTIKA
NIM. 9335.144.19

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Kediri pada Tanggal 13 Januari 2025

Tim Penguji,

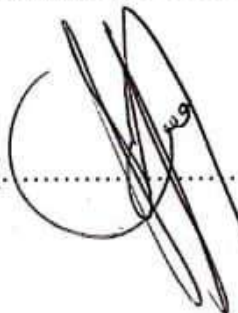
1. Penguji Utama
Dr. M. Dimyati Huda, M.Ag.
NIP.19740323 200003 1 003

()

2. Penguji I
Diah Handayani, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024

()

3. Penguji II
Fairizal Rahman, M.Ikom.
NIP. 19901118 202203 1 002

()

Kediri, 20 Januari 2025
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Kediri



Dr. H. A. Halil Thahir, M. HI.
NIP. 19711121200501 1 006

NOTA DINAS

Kediri, 24 Desember 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum wr. wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SISCA PUTRI PRIYANTIKA
NIM : 9.335.144.19
Judul : POLA KOMUNIKASI SIMBOLIK MEDIA SOSIAL
FACEBOOK DALAM BISNIS *OPEN BOOKING ONLINE* (BO)
DI KEDIRI

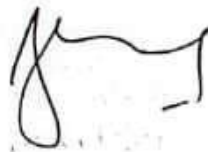
Setelah diperbaiki materi dan susunannya kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Pembimbing I



DIAH HANDAYANI, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024

Pembimbing II



FAIRIZAL RAHMAN, M.Ikom.
NIP. 19901118 202203 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sisca Putri Priyantika
NIM : 933514419
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tuisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 24 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Sisca Putri Priyantika

MOTO

“Komunikasi yang baik sama menstimulasinya seperti kopi hitam, dan sama sulitnya untuk tidur setelahnya.”

~Anne Morrow Lindbergh~

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Sisca Putri Priyantika
NIM	: 933514419
Program Studi	: Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas	: Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 24 Desember 2024

Yang membuat pernyataan

Sisca Putri Priyantika

ABSTRAK

PUTRI PRIYANTIKA, SISCA. Pembimbing (1) Diah Handayani, M.Si. dan pembimbing (2) Fairizal Rahman, M.IKom. *Pola Komunikasi Simbolik Media Sosial Facebook dalam Bisnis Open Booking Online (BO) di Kediri. Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri. 2024.*
Kata Kunci : Komunikasi, Simbolik, Prostitusi

Berkembangnya teknologi di Indonesia di masa globalisasi membuat banyak orang beralih dari kegiatan *offline* ke *online*. Hal ini juga terjadi pada kegiatan prostitusi. Prostitusi saat ini menggunakan media *online*. Melalui media *online* sangat diperlukan pola komunikasi yang bagus agar pesan dapat tersampaikan. Namun dalam dunia prostitusi komunikasi ini harus melalui simbol ataupun bahasa simbol agar dapat menjaga keamanan. Pemanfaatan simbol-simbol untuk proses interaksi komunikasi sesuai yang dipaparkan oleh George Herbert Mead. Meskipun demikian, simbol-simbol tersebut telah dipahami oleh pengguna prostitusi itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memperoleh sumber data dari pelaku dan *customer* prostitusi *online*. Pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan metode observasi, wawancara (*online* dan *offline*), dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan bahwa komunikator dalam bisnis *open booking online* yaitu pelaku prostitusi. Sedangkan komunikan adalah pelanggan *open booking online*. Dalam hal ini keduanya memiliki pola komunikasi yang baik. Meskipun menggunakan simbol-simbol dalam penyampaian pesannya. Semakin jelas dan lengkap simbol yang diberikan, maka akan semakin banyak pula peminatnya. Berdasarkan model komunikasi menurut Wilbur Schramm, dalam komunikasi ini terdapat empat elemen yang biasa disebut dengan SMCR (*Sender* : pelaku prostitusi, *message* : pesan berupa simbol atau bahasa simbol, *channel* : saluran melalui Facebook, dan *receiver* : penerima pesan atau calon konsumen) muncul beberapa simbol yang telah dipahami oleh pengguna prostitusi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi dengan judul "Pola Komunikasi Simbolik Media Sosial Facebook dalam Bisnis *Open Online* (BO) di Kediri" bisa terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabatnya dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa dalam proses pengisian skripsi ini, mengalami banyak kendala dan kesulitan. Namun dengan dukungan serta bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis, menjadikan penulis bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada berbagai pihak yang telah membantu ;penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. H. A. Halil Thahir, selaku tekan fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, Dr. Robingatun, M.Pd.I selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan, dan Kerjasama, serta Dr. Qomarul Huda, M.Fil.I selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, Keuangan.
3. Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran IAIN Kediri
4. Diah Handayani, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Fairizal Rahman, M.Ikom. selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan arahan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. NQ, CC, MM, CO, AT, IS, PI, BS, GF, MI, KL, MB yang telah berkenan memberikan waktu, bantuan dan informasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Papa dan Mama, serta Kakak yang penulis sayangi karena telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
8. MIZ selaku orang istimewa yang penulis cintai, terimakasih telah memahami, memberikan rasa kepercayaan, menghibur, memberikan semangat, membantu secara fisik dan materi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Indah Novitasari, Mia Nurul Fadhilla, dan Krisandria Arahma yang telah membantu dan mendukung dengan cara luar biasa, penuh kesabaran dan dedikasi. Kepercayaan, serta dukungan kalian sangat berarti bagi penulis.
10. Para sahabat penulis: Doma, Dewi, Tasha, Dela Alif, Dinda, Oktavina, Fika, Firda, Izzah, Adela, dan Sahreni yang telah membantu, menghibur, memberikan semangat dan dukungan agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk diri sendiri terima kasih sudah tidak menyerah dan memilih menyelesaikan apa yang pernah dimulai, walau banyak ragu di tengah jalan. Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai.

Akhir kata, penulis mendoakan semoga segala kebaikan dan ketulusan dari berbagai pihak yang telah membantu selama ini kembali menjadi hal baik.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap seperti ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Aamiin.

Kediri, 26 Desember 2024

Penulis,



Sisca Putri Priyantika

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
MOTO	ix
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Konsep	9
F. Telaah Pustaka	11

BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Pola Komunikasi Simbolik	19
1. Definisi Komunikasi	19
2. Pola Komunikasi Simbolik	20
3. Bahasa Komunikasi melalui Simbolik	24
B. Media Sosial <i>Facebook</i> sebagai Platform <i>New Media</i>	26
1. <i>New Media</i> (Media Baru)	26
2. Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i> sebagai Sarana Prostitusi <i>Online</i>	29
C. Bisnis <i>Open BO (Online)</i>	30
1. Pengertian Bisnis	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Kehadiran Peneliti	34
C. Lokasi Penelitian	34
D. Data dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Analisis Data	39
G. Pengecekan Keabsahan Data	41
H. Tahap-Tahap Penelitian	43
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Profil Objek	44
2. Keadaan Penduduk	45
3. Gambaran Umum Subjek Penelitian	45

B.	Paparan Data	47
1.	Persiapan Penelitian.....	47
2.	Paparan Data Subjek Penelitian.....	48
C.	Temuan Penelitian.....	83
1.	Pola Komunikasi Simbol di antara Para Pelaku <i>Booking Online</i> pada Media Sosial <i>Facebook</i> dalam Mempengaruhi Keputusan Pengguna pada Bisnis <i>Open Online</i>	83
2.	Simbol-Simbol seperti Gambar, Teks, dan Ikon yang Digunakan dalam Platform <i>Online</i> dan Maknanya.....	84
BAB V PEMBAHASAN		85
A.	Pola Komunikasi Simbol di antara Para Pelaku <i>Booking Online</i> pada Platform Media Sosial <i>Facebook</i> dalam Mempengaruhi Keputusan Pengguna pada Bisnis <i>Open Online</i>	85
B.	Simbol-Simbol seperti Gambar, Teks, dan Ikon yang Digunakan dalam Platform <i>Online</i> dan Maknanya	88
BAB VI PENUTUP.....		97
A.	Kesimpulan	97
B.	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN-LAMPIRAN		108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Pelaku Prostitusi	36
Tabel 3.2 Data Customer Prostitusi	37
Tabel 4.1 Data Informan	46
Tabel 5.1 Penggunaan Simbol oleh Pelaku Prostitusi <i>Online</i>	95
Tabel 5.2 Makna Simbol	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Lokasi Kediri Raya.....	45
Gambar 4.2 Komentar <i>Customer</i> Prostitusi	60
Gambar 4.3 Komentar <i>Customer</i> Prostitusi	60
Gambar 4.4 Komentar <i>Customer</i> Prostitusi	61
Gambar 4.5 Komentar <i>Customer</i> Prostitusi	61
Gambar 4.6 Keputusan Konsumen melalui Komunikasi Simbolik	62
Gambar 4.7 Keputusan Konsumen melalui Komunikasi Simbolik	63
Gambar 4.8 Keputusan Konsumen melalui Komunikasi Simbolik	64
Gambar 4.9 Keputusan Konsumen melalui Komunikasi Simbolik	65
Gambar 4.10 Keputusan Konsumen melalui Komunikasi Simbolik	66
Gambar 4.11 Bahasa Simbolik Subjek NQ	67
Gambar 4.12 Bahasa Simbolik Subjek CC	68
Gambar 4.13 Bahasa Simbolik Subjek MM	69
Gambar 4.14 Simbol dan Bahasa Simbolik Subjek CO	70
Gambar 4.15 Bahasa Simbolik Subjek AT	71
Gambar 4.16 Simbol dan Bahasa Simbolik IS	72
Gambar 4.17 Simbol dan Bahasa Simbolik PI	73
Gambar 5.1 Testimoni Konsumen	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.Pedoman Wawancara	108
------------------------------------	-----