

ANALISIS RESEPSI PENGGUNAAN #THEQUIET PADA GEN Z DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

AHMAD DAFFAURROFI

ABSTRAK

Perkembangan media sosial TikTok telah melahirkan fenomena *user-generated content* yang memengaruhi cara audiens memaknai representasi sebuah ruang kota. Salah satu fenomena yang menyita perhatian adalah konten dengan tagar #TheQuiet karya kreator @urrofi_, yang menampilkan kota-kota di Indonesia dalam suasana sunyi dan direpresentasikan sebagai "kota mati". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana audiens Generasi Z menerima, memaknai, dan menegosiasikan representasi visual kota tersebut. Teori yang digunakan adalah Analisis Resepsi model *encoding-decoding* dari Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada 10 informan Generasi Z dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak terbagi ke dalam tiga posisi pembacaan. Pertama, posisi *Dominant-Hegemonic*, di mana audiens dengan latar belakang visual dan penonton luar daerah menerima sepenuhnya pesan tersebut sebagai karya seni dan sarana pelarian (*escapism*) dari hiruk-pikuk kota. Kedua, posisi *Negotiated*, di mana audiens dengan literasi analitis menikmati estetika visual tersebut namun menegosiasikan maknanya karena menyadari adanya manipulasi waktu untuk konten hiburan semata. Ketiga, posisi *Oppositional*, di mana warga lokal dan pekerja lapangan menolak keras narasi "kota mati" karena dianggap sebagai distorsi realitas dan stigmatisasi yang tidak sesuai dengan kondisi empiris jalanan yang dinamis.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Generasi Z, Komunikasi Visual, Stuart Hall, TikTok, #TheQuiet.

RECEPTION ANALYSIS OF THE USE OF #THEQUIET AMONG GEN Z ON TIKTOK SOCIAL MEDIA

AHMAD DAFFAURROFI

ABSTRACT

The development of the TikTok social media platform has given rise to user-generated content phenomena that influence how audiences interpret the representation of urban spaces. One phenomenon that has drawn attention is the content under the hashtag #TheQuiet by creator @urrofi_, which features Indonesian cities in a silent atmosphere and represents them as "dead cities." This research aims to analyze how Generation Z audiences receive, interpret, and negotiate this visual representation of the cities. The theory applied is Stuart Hall's encoding-decoding Reception Analysis model. This study uses a descriptive qualitative approach, with data collection methods comprising in-depth interviews with 10 Generation Z informants and documentation studies. The findings indicate that the audience is divided into three reading positions. First, the Dominant-Hegemonic position, where audience with a visual arts background and non-local viewers fully accept the message as a work of art and a means of escapism from the city's hustle and bustle. Second, the Negotiated position, where audience with analytical literacy enjoy the visual aesthetics but logically negotiate its meaning, realizing the time manipulation done solely for entertainment purposes. Third, the Oppositional position, where local residents and field workers strongly reject the "dead city" narrative, viewing it as a distortion of reality and a stigmatization that contradicts the dynamic empirical conditions of the streets.

Keywords: Reception Analysis, Generation Z, Visual Communication, Stuart Hall, TikTok, #TheQuiet.