

## ABSTRAK

### ANALISIS RESEPSI AUDIENS FILM 'TILIK' DI TWITTER TERHADAP KONSTRUKSI STEREOTIP PEREMPUAN

Seiring perkembangan teknologi informasi film sering kali menjadi media penyampai pesan kepada khalayak yang dianggap efektif. Film pendek '*Tilik*' yang ditayangkan secara legal di akun *Youtube* Ravacana Film memiliki lebih dari 20 juta penonton dan banyak didiskusikan di media sosial dari berbagai sudut pandang. *Twitter* sebagai salah satu *platform* media sosial dimanfaatkan khalayak untuk membicarakan dan berdiskusi mengenai film '*Tilik*', hal ini menggambarkan penerimaan audiens terhadap film tersebut. Menurut beberapa media pemberitaan dan halaman *website* yang turut menuliskan ulasan, selain dari keunikan jalan cerita dan sinematografi film '*Tilik*' dianggap memberikan peran dalam konstruksi stereotip perempuan. Dari informasi tersebut terdapat tiga tema stereotip perempuan yang bisa diteliti, diantaranya: 1) representasi perempuan suka bergosip, 2) representasi perempuan berhijab/berjibbab, dan 3) representasi perempuan single (tidak menikah). Terinspirasi dari penelitian resepsi audiens Ien Ang, *Watching Dallas* yang mengubah studi teks menjadi studi audiens, di mana teks akan bisa hidup jika diberikan pemaknaan dalam pengolahannya, penelitian ini ditujukan kepada audiens '*Tilik*' yang menuliskan opininya di *Twitter*. Menggunakan kata kunci '*tilik*' dengan format pencarian "*tilik since:ttt-bb-hh until:ttt-bb-hh*", data yang diperoleh direduksi sesuai tema kemudian dilakukan analisis melalui pembacaan secara '*symptomatically*'. Dari hasil penelitian terjadi keberagaman resepsi (penerimaan). Pada tema tertentu menyatakan bahwa '*Tilik*' turut mengkonstruksi stereotip perempuan, namun pada tema lain '*Tilik*' dianggap tidak memberikan konstruksi terhadap stereotip perempuan. *Twitter* sebagai media baru terbukti membuka kesempatan pada khalayak untuk lebih mudah dan bebas menyampaikan pesan dan mendiskusikan suatu topik serta menjadi ruang publik bagi khalayak.

Kata kunci: audiens, resepsi, tilik, twitter

## ABSTRACT

### **Audience Reception Analysis of the Film '*Tilik*' on Twitter towards Women's Stereotype Construction**

Along with the development of information technology, films are often a medium for delivering messages to audiences that are considered effective. The short film, '*Tilik*' which was legally broadcast on Ravacana Film's Youtube account has more than 20 million viewer and is widely discussed on social media from various perspectives. Twitter as one of the social media platforms is used by the public to discuss the film '*Tilik*', this illustrates the audience's acceptance of the film. According to several news media and website pages that have also written reviews, apart from the unique storyline and cinematography of the film, '*Tilik*' is considered to play a role in the construction of women's stereotypes. From this information, there are three stereotypical themes of women that can be studied, including: 1) representation of women who like to gossip, 2) representation of women wearing hijab/hijab, and 3) representation of single women (not married). Inspired by Ien Ang's audience reception research, Watching Dallas which turns text studies into audience studies, where texts will come to life if given meaning in processing, this research is aimed at the '*Tilik*' audience who writes their opinions on Twitter. Using the keyword '*Tilik*' with the search format "check since:tttt-bb-hh until:tttt-bb-hh", the data obtained is reduced according to the theme and then analyzed by means of 'symptomatically' reading. From the results of the study there was a diversity of receptions (receipts). In certain themes, it is stated that '*Tilik*' contributes to the construction of women's stereotypes, but in other themes '*Tilik*' is considered not to provide a construction for women's stereotypes.

**Keywords:** audience, reception, view, Twitter