

SKRIPSI

**ANALISIS DILEMA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM
FILM DOKUMENTER *THE SOCIAL DILEMMA***



OLEH

NUR ANNISA

NIM 18.3100.030

PAREPARE

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PAREPARE

2024 M/ 1445 H

**ANALISIS DILEMA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM
FILM DOKUMENTER *THE SOCIAL DILEMMA***



OLEH

**NUR ANNISA
NIM: 18.3100.030**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab
dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

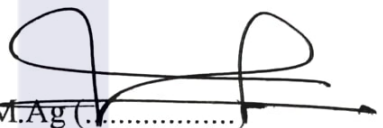

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M/ 1445 H

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Nur Annisa
 Judul Penelitian : Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial
 Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*
 NIM : 18.3100.030
 Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare
 B-2191/In.39.7/12/2021

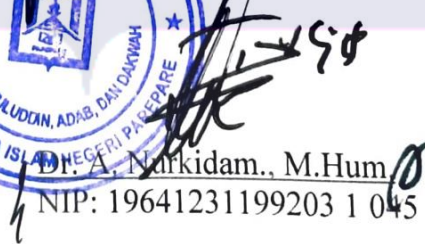
Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag. (.....) 
 NIP : 19680404199303 1 005
 Pembimbing Pendamping : Nurhakki, M.Si. (.....) 
 NIP : 19770616200912 2 001

Mengetahui:



Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah


 Dr. A. Markidam., M.Hum
 NIP: 19641231199203 1 045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Nur Annisa
Judul Penelitian : Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial
Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*
NIM : 18.3100.030
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare
B-2191/In.39.7/12/2021
Tanggal Kelulusan : 14 Februari 2023

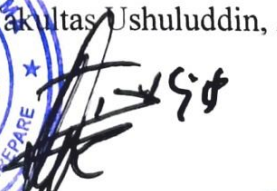
Disetujui oleh Komisi Penguji

Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag. (Ketua) 
Nurhakki, M.Si. (Sekretaris) 
Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I (Anggota) 
Muhammad Haramain, M.Sos. I (Anggota) 

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




Dr. A. Narkidam., M.Hum
NIP: 19641231199203 1 045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ،

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، أَمَّا بَعْدُ .

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat dan salam juga penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan umat muslim sepanjang zaman.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Murni Tabea dan Ayahanda ABD Rahim Allo tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag., dan ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Bapak Dr Iskandar, S.Ag. M.Sos.I selaku Wakil Dekan I

Bidang AKKK, serta Ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I selaku Wakil Dekan Bidang AUPK.

3. Ibu Nurhakki, S.sos., M.si selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare, serta telah mengembangkan prodi tercinta ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa untuk penulis.
8. Sahabat-sahabatku dalam tim “purbalingga” dan “Al-fatihah” yang selalu memberikan motivasi, menghibur, dan mendengar keluh-kesah penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
9. Rekan seperjuangan pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018, serta rekan-rekan senior dan junior yang selalu memberikan motivasi dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-Teman seperjuangan KPM 1 Kelurahan Ujung Sabbang yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
11. Terakhir, untuk diri sendiri yang telah melawan rasa malas dan tetap bertahan hingga titik ini. Terima kasih telah berdamai dengan diri sendiri dan melewati proses panjang yang menguras tenaga dan pikiran.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 18 Agustus 2022

20 Muharam 1444 H

Penulis



NUR ANNISA

NIM. 18.3100.030

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Annisa
NIM : 18.3100.030
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 9 Februari 2000
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 18 Agustus 2022

Penyusun,



NUR ANNISA
18.3100.030

ABSTRAK

Nur Annisa, Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma* (Dibimbing oleh Muhammad Saleh dan Nurhakki).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana alur cerita film *The Social Dilemma* dan mengetahui bagaimana gambaran dilema penggunaan media sosial dalam film *The Social Dilemma*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori alur dan teori *panopticon* dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana alur cerita film *The Social Dilemma* dan mengetahui bagaimana gambaran dilema penggunaan media sosial dalam film *The Social Dilemma*.

Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, serta sumber data yang diperoleh berdasarkan mengamati tiap-tiap *scene* yang berada dalam film tersebut. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan teknik observasi dan studi kepustakaan tentang film tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hal yang digambarkan dalam film *The Social Dilemma* terkait dengan dilema penggunaan media sosial, yaitu 1) adanya pengawasan yang tidak disadari oleh pengguna media sosial terhadap aktivitas yang mereka lakukan saat sedang bersosial media, 2) adanya perekaman data dan informasi yang sifatnya pribadi; 3) adanya manipulasi tampilan pada media sosial agar manusia tidak lepas dari media sosial (seperti sistem notifikasi, rekomendasi pertemanan, dan sistem periklanan). Hal yang menjadi dilema dalam penggunaan media sosial ialah adanya kekuasaan media sosial yang memenjarakan dan mengontrol para penggunanya. Kekuasaan tersebut timbul dalam bentuk notifikasi, rekomendasi konten, rekomendasi iklan, dan fitur tombol “like”. Oleh karenanya, film ini juga menjelaskan akan kesadaran dalam penggunaan media sosial agar lebih bijak dan cerdas.

Kata Kunci : Penggunaan, Media Sosial, Film.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan	9

B. Tinjauan Teoritis	13
C. Tinjauan Konseptual	16
D. Kerangka Pikir	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Fokus Penelitian.....	26
C. Jenis dan Sumber Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV	29
A. HASIL PENELITIAN.....	29
1. Alur Cerita Film Dokumenter <i>The Social Dilemma</i>	29
2. Dilema Penggunaan Media Sosial dalam Konteks <i>Panopticon</i>	45
B. PEMBAHASAN	59
BAB V.....	64
A. KESIMPULAN.....	64
B. SARAN	65
DAFTAR PUSTAKA	I
BIODATA PENULIS	VII

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
3.1	Kerangka Pikir	28
4.1	<i>Scene</i> menit ke 09:30	31
4.2	<i>Scene</i> menit ke 17:35	33
4.3	<i>Scene</i> menit ke 18:56	34
4.4	<i>Scene</i> menit ke 35:30	36
4.5	<i>Scene</i> menit ke 40:37	37
4.6	<i>Scene</i> menit ke 41:58	38
4.7	<i>Scene</i> menit ke 45:45	39
4.8	<i>Scene</i> menit ke 46:38	40
4.9	<i>Scene</i> menit ke 76:04	40
4.10	<i>Scene</i> menit ke 63:22	42
4.11	<i>Scene</i> menit ke 18:45	45
4.12	<i>Scene</i> menit ke 64:10	46
4.13	<i>Scene</i> menit ke 21:16	47
4.14	<i>Scene</i> menit ke 24:55	48
4.15	<i>Scene</i> menit ke 53:02	48
4.16	<i>Scene</i> menit ke 34:03	49
4.17	<i>Scene</i> menit ke 38:37	52

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Pemeran dan Narasumber dalam film <i>The Social Dilemma</i>	28



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian Dari IAIN Parepare	Terlampir
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	Terlampir
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti	Terlampir
4	Biodata Penulis	Terlampir

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonen bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye

ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
ا	Kasrah	I	I
ا	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْف : kaifa

حَوْل : haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / اِي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِي	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اُو	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَات : māta

رَمَى : ramā

فَيْلٌ : qāla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *nu‘‘ima*

عُدُو : 'aduwwun

Jika huruf ع bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (عِ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِي : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِي : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

a. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

b. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

c. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

f. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillāh*

g. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk

menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an Nasir al-Din al-Tusī*

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	=	<i>subhānahū wa ta'āla</i>
Saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi

- l. = Lahir tahun
- w. = Wafat tahun
- QS .../...4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
- HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهـى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenisnya.

Terj. :Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. :Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. :Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkla seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian sebuah pesan atau informasi yang dilakukan oleh komunikan dan komunikator dengan harapan mendapatkan umpan balik. Dalam penyampaian informasi tersebut, biasanya dilakukan dengan menggunakan media atau tanpa media. Jenis komunikasi yang digunakan pun beragam tergantung pada kebutuhan dan tujuan dari sang komunikator. Jika komunikator bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada khalayak luas, maka komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi massa.

Seiring perkembangan zaman, media yang digunakan dalam komunikasi massa kini tidak hanya sebatas melalui media cetak dan elektronik, namun juga melalui media internet. Ada berbagai macam pendekatan dalam penyampaian pesan tersebut sesuai dengan kebutuhan komunikator dan komunikan, salah satunya melalui media film. kebutuhan komunikator dan komunikan, salah satunya melalui media film.

Film tidak hanya didefinisikan sebagai media hiburan semata, yang hanya menayangkan dan mengangkat kisah-kisah fiktif yang berasal dari imajinasi sutradara dan penulis. Kini sudah banyak film yang mengangkat kisah-kisah inspiratif dan isu-isu terkait dengan realitas sosial. Menurut Undang-undang No.8 Tahun 1992 tentang perfilman, film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat

dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya. Sedangkan perfilman didefinisikan sebagai seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan, jasa teknik, pengeksporan, pengimporan, pengedaran, pertunjukan, dan/atau penayangan film.¹ Dengan demikian, film adalah salah satu media komunikasi massa yang memiliki peran penting dalam pembangunan dan pengembangan budaya serta masyarakat.

Film memiliki beragam jenis, salah satunya ialah film documenter. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), documenter adalah dokumentasi dalam bentuk film mengenai suatu peristiwa bersejarah atau suatu aspek seni budaya yang mempunyai makna khusus agar dapat menjadi alat penerangan dan alat pendidikan.

Film Dokumenter sangat menarik untuk diteliti karena dibuat berdasarkan fakta atau isu yang muncul ditegah-tengah masyarakat. Film dokumenter juga menginterpretasikan fakta dan isu mengenai suatu peristiwa secara mendalam. Film dokumenter dinilai sarat akan bingkai dan konstruksi tentang realitas dari pihak-pihak yang terlibat dalam film tersebut. Peran pembuat film dokumenter adalah merasakan betapa pentingnya peristiwa itu bagi lingkungan dengan mengkonstruksi fakta dan peristiwa dan akhirnya memberikan interpretasi melalui kata-kata yang memberi lingkungan makna berdasarkan fakta.

Pada penelitian ini, peneliti ingin menganalisis dilema penggunaan media sosial dalam masyarakat yang tergambar dalam sebuah film dokumenter berjudul *The Social Dilemma*. Film *The Social Dilemma* menceritakan tentang kedilemaan masyarakat terhadap media sosial saat ini. Media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang dapat diakses secara instan, disamping hal tersebut media sosial juga membawa dampak negatif

¹Undang-undang No.8 Tahun 1992 Tentang Perfilman

ditengah-tengah masyarakat seperti kecanduan, anti sosial, dan lain sebagainya.

Film dokumenter ini menggunakan pendekatan metode dokumenter performatif. Di satu sisi, jenis film ini mengalihkan perhatian penonton dari dunia yang sebenarnya diciptakan oleh film tersebut. Di sisi lain, tujuannya adalah untuk menarik perhatian penonton pada kekuatan ekspresif dari film itu sendiri dan secara tidak langsung mengekspresikan dunia film. Aspek desain dimaksudkan untuk menjelaskan subjek atau peristiwa secara lebih subjektif, ekspresif, lebih dalam dan lebih powerful.

Taruhan dalam internet sejauh ini bukanlah untuk mengetahui apakah semua orang bisa mempergunakannya, dan bukan pula soal ketakjuban tentang hal-hal yang bisa dilakukan dengan alat itu, namun lebih pada bagaimana memahami jikalau ada hubungan antara sistem teknik dengan perubahan model cultural dan sosial komunikasi.² Film *The Social Dilemma* menggambarkan bagaimana pengguna media sosial secara tidak sadar di “kendalikan” oleh media sosial. Para pengguna media sosial dipantau oleh Algoritma khusus yang digambarkan sebagai *Artificial Intelligent* (AI) atau kecerdasan buatan. Algoritma tersebut memungkinkan para pengguna media sosial memiliki laman rekomendasi yang beragam dengan menyesuaikan kondisi lingkungan, geografis, serta ketertarikan yang pengguna secara pribadi sehingga memungkinkan pengguna media sosial tertarik dan akan terus menerus menatap layar gawai dalam waktu lama.

Berdasarkan hasil riset We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta akun, angka tersebut naik 12,6% dibanding tahun sebelumnya yakni pada tahun 2021 yang berjumlah 170 juta akun. Peningkatan jumlah pengguna aktif media sosial di

²Dominique Wolton, *Kritik Atas Teori Komunikasi: Kajian dari Media Konvensional Hingga Era Internet*, Yogyakarta : Kreasi Wacana (2007).

Indonesia seiring penetrasi internet yang semakin tinggi. Hingga tahun 2022, ada 73,7% penduduk Indonesia yang telah mengakses internet.³ Hasil riset tersebut membuktikan bahwa penggunaan media sosial di tanah air cukup tinggi. Masyarakat saat ini benar-benar tidak bisa lepas dari yang namanya media sosial, dengan kata lain, kebutuhan masyarakat akan informasi bergantung pada media sosial.

Selain itu, media sosial juga menimbulkan gejala sosial di masyarakat seperti maraknya pemberitaan *hoax*, semakin minimnya interaksi antarpribadi, polarisasi antar golongan, dan radikalisme. Seiring dengan perkembangan industri teknologi, terkadang tidak dibarengi dengan kebenaran informasi yang tersebar. Penyebaran informasi yang semakin cepat memungkinkan penyebaran *hoax* semakin mudah. Dengan maraknya informasi *hoax* yang tersebar, mau tidak mau masyarakat harus pandai dalam memilah informasi. Dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam Surah Al-Hujurat/49:6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَيْهِم مَّا لَمْ يُؤْتُوا مِنْهُ مِثْلَ شَيْءٍ

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu.⁴

³Alif Karnadi. Pengguna Media Sosial di Indonesia Mencapai 170 Juta. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-mencapai-170-juta>. (Catatan: 14 April 2022, adalah taggal situs tersebut diakses).

⁴Departemen Agama. Rujukan Alqur'an dan terjemahnya: QS. Al-Hujurat/49:6.

Ayat diatas menjelaskan bahwa sebagai orang-orang yang beriman, kita dituntut untuk pandai-pandai dalam memilah informasi yang kita terima. Penyebaran *hoax* di media sosial sulit untuk dibendung akibat terlalu luasnya area jangkauan, mencakup massa diseluruh dunia. Berita *hoax* yang muncul pun sering menimbulkan kekhawatiran hingga kericuhan ditengah-tengah masyarakat. Berdasarkan juru bicara Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), hingga saat pekan kedua bulan November 2021, telah terindikasi sebanyak 1.983 isu *hoax* tentang Covid-19 yang tersebar di media sejak Januari 2020. Kabar *hoax* tersebut tersebar di berbagai media sosial dengan total sebanyak 5.099 unggahan. Penyebaran *hoax* terbanyak terjadi pada media platform *Facebook* dengan total 4.402 sebaran dan sisanya tersebar melalui platform media sosial lain seperti *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Tiktok*.⁵

Akibat dari berita-berita *hoax* yang tersebar, kepercayaan akan informasi di media sosial juga ikut menurun. Orang-orang saling mencurigai bahkan sudah tidak percaya dengan berita-berita yang sebenarnya berdasarkan fakta. Namun, dengan banyaknya penggiringan opini oleh beberapa oknum, orang-orang menjadi ricuh dan merasa khawatir.

Selain dari maraknya penyebaran informasi *hoax*, media sosial juga menimbulkan beberapa kedilemaan yang terjadi di masyarakat, khususnya interaksi antar individu. Adanya intensitas tinggi penggunaan media sosial mengakibatkan kurangnya Interaksi antar individu di dunia nyata (secara langsung). Individu bahkan merasa lebih nyaman berinteraksi pada laman media sosial. Karenanya terbentuk suatu masalah yang disebut sebagai krisis makna. Krisis makna yang dimaksud ialah adanya perbedaan pemaknaan perilaku pada interaksi di media sosial dan dunia nyata. Sebagai contoh, ketika

⁵Tim DetikInet. Hoax COVID-19 Masih Terus Menyebar di Medsos, Facebook Paling Banyak. <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-5829006/hoax-covid-19-masih-terus-menyebar-di-medsos-facebook-paling-banyak> (Catatan: 26 April 2022, adalah taggal situs tersebut diakses).

kita mendapatkan ajakan makan malam oleh seorang teman melalui media sosial dan kita mengirimkan sticker berbentuk hati sebagai balasan, teman tersebut bisa saja salah paham terhadap sticker yang di kirimkan dengan mengira bahwa sticker tersebut menyatakan perasaan suka kita terhadapnya padahal sticker hati tersebut dimaksudkan bahwa kita menyukai ajakan teman tersebut untuk makan malam bersama. Selain itu kita tidak dapat memastikan ekspresi seseorang ketika mengirim pesan di media sosial karena seorang individu bisa saja mengirimkan emotikon tertawa dengan ekspresi yang datar, emotikon sedih dengan ekspresi kegirangan, dan lain-lain.

Hal-hal yang telah disebutkan diatas merupakan contoh sebuah dilema bagi masyarakat khususnya bagi pengguna media sosial. Pada satu sisi, masyarakat menjadikan media sosial sebagai sumber informasi, di lain sisi, media sosial menimbulkan berbagai dampak negatif. Kedilemaan-kedilemaan inilah yang akan peneliti analisis terkait dengan bagaimana dilema yang dirasakan para pengguna media sosial yang terdapat dalam film *The Social Dilemma*.

Selain itu, masyarakat juga lebih tertarik dengan peristiwa yang terjadi di media sosial dibandingkan dengan peristiwa yang ada di sekitarnya. Orang-orang juga menjadi lebih dekat di dunia maya tetapi asing di dunia nyata. Sebagai contoh, seorang anak lebih akrab dengan temannya yang berada di luar negeri dibanding ibunya yang berada satu rumah dengannya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori alur untuk menganalisis bagaimana alur film *The Social Dilemma* menggambarkan kekuasaan yang memenjarakan penggunanya sehingga menimbulkan dilema dalam diri pengguna media sosial. Untuk menganalisis film ini, peneliti menggunakan perangkat dari teori alur untuk mengeksplere alur film.

Menurut Waluyo, terdapat tujuh unsur alur, diantaranya Paparan (pemaparan awal cerita, memperkenalkan topik, tokoh, waktu, dan tempat

kejadian); Rangsangan (mulai adanya masalah atau konflik yang ditampilkan untuk selanjutnya dikembangkan); Penggawatan (penanjakan masalah, dimana terjadi peningkatan intensitas konflik); Perumitan (konflik yang terjadi semakin sulit, benturan antar kepentingan dan tokoh tidak dapat dihindari sehingga inti cerita semakin menegangkan); Klimaks (klimaks dimungkinkan ada jika ada konflik, dalam klimaks nasib tokoh akan ditentukan); Peleraian (menampilkan akibat dari klimaks, berisi bagaimana akhir cerita dan penyelesaian cerita); dan yang terakhir adalah Penyelesaian (konflik telah mencapai klimaks dan ketegangan di kendorkan, bagaimana konflik diselesaikan).⁶

Penelitian ini penting untuk dipahami sebab film *The Sosial Dilemma* ini merupakan film yang sangat relevan dengan kehidupan masyarakat 4.0 yang dapat dikatakan bergantung pada kehadiran media sosial. Berbagai narasumber ahli yang telah memiliki pengalaman bekerja dan mengelola aplikasi media sosial pun dihadirkan demi menunjang kerealistisan riset yang dilakukan oleh sang sutradara, Jeff Orlowski. Penggambaran alur cerita yang dikemas dengan tambahan ilustrasi-ilustrasi menarik dalam film tersebut dinilai mampu mendeskripsikan penggunaan media sosial pada masyarakat,

Film *The Social Dilemma* ini juga mengajak para penontonnya agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Sebab, media sosial ini bagai CCTV yang mengawasi pergerakan dan perilaku penggunanya tanpa disadari. Sistem algoritma yang tersusun kompleks pada sistem aplikasi dapat dengan mudah mempengaruhi dan mengambil alih perhatian manusia. Berdasarkan Dikatakan dalam film dokumenter tersebut, media sosial benar-benar menimbulkan problem sosial dalam tatanan masyarakat. Namun, terlepas dari penggambaran dari film *The Social Dilemma*, film ini dinilai mampu memengaruhi persepsi penonton terhadap media sosial.

⁶Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (Catatan : diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka fokus rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah:

1. Bagaimana alur cerita film *The Social Dilemma*?
2. Bagaimana gambaran dilema penggunaan media sosial dalam film *The Social Dilemma*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang dikaji lebih lanjut untuk mengetahui arah penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mendeskripsikan alur cerita film *The Social Dilemma*
2. Untuk mendeskripsikan dilema penggunaan media sosial dalam film *The Social Dilemma*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Sebagai bahan referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi mengenai penggunaan media sosial yang digambarkan dalam film *The Social Dilemma*.

2. Secara Praktisi

Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Program Studi Komunikasi & Penyiaran Islam, IAIN Parepare.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Setelah melakukan pencarian referensi, penulis menemukan beberapa penelitian. Pada dasarnya, studi film telah diselidiki secara komprehensif oleh para profesional komunikasi menggunakan metode analisis wacana. Disebut juga dengan pencarian literatur, atau pencarian pendahuluan, dimaksudkan untuk menjelaskan hasil membaca literatur tentang pokok bahasan yang diteliti. Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh mahasiswa, khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi, mengangkat tema penelitian yang sama, yaitu penggunaan model analisis. Yang membedakan penelitian ini adalah metode penelitian, subjek penelitian, tujuan penelitian, hasil, dan kesimpulan penelitian.

Terkait hal tersebut, peneliti menemukan penelitian berupa artikel jurnal berjudul “Analisis Semiotika Film *The Social Dilemma*” oleh Siti Ashfiasari dan Mariati Tirta Wiyata, program studi Ilmu Komunikasi, Institut Manajemen Wiyata Indonesia tahun 2021. Dalam artikel jurnal ini, film *The Social Dilemma* merupakan film documenter yang menceritakan tentang dampak negatif yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai penyampaian maksud dalam film *The Social Dilemma*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian tersebut yaitu menonton, mengamati, menganalisis, dan mendokumentasikan beberapa *scene* film yang mengandung pemikiran terhadap fenomena akibat media sosial. Berdasarkan hasil penelitian Siti Ashfiasari dan Mariati Tirta Wiyata menganalisis maksud dan tanda-tanda yang ada dalam film *The Social Dilemma* menggunakan teori semiotika

menggambarkan bahwa film tersebut mengandung banyak tanda-tanda di dalamnya. Setiap *scene* dalam film tersebut berhasil menjelaskan bagaimana media sosial dapat memberikan dampak negatif jika digunakan secara berlebihan. Maksud dari sutradara film tersebut tersampaikan melalui tanda-tanda yang dibuat dan disampaikan oleh setiap unsure dalam film tersebut.⁷

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan apa yang penulis teliti, yaitu fokus penelitian tentang film *The Social Dilemma* dan metode yang digunakan juga sama, yaitu metode kualitatif. Sementara perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian yang dilakukan penulis meneliti penggunaan media sosial pada masyarakat yang tergambarkan dalam film *The Social Dilemma* dengan menggunakan analisis wacana.

Selanjutnya, peneliti menemukan hasil penelitian berupa skripsi dengan judul “Isu Media Sosial Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma* Karya Jeff Orlowski Tinjauan Filsafat Komunikasi Christian Fuchs” oleh S Rizkiwa Arham, fakultas Filsafat, Universitas Gadjah Mada tahun 2022. Dalam skripsi ini, membahas tentang film “*The Social Dilemma*” yang menerima banyak penghargaan memberikan gambaran isu media sosial yang berdampak pada kehidupan era kontemporer saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana isu media sosial yang berada dalam film “*The Social Dilemma*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode hermeneutika filosofis dengan unsur metode analisis deskripsi, interpretasi, heuristika, dan refleksi kritis untuk mengkaji isu media sosial yang berada dalam film *The Social Dilemma* karya Jeff Orlowski tinjauan filsafat komunikasi Christian Fuchs. Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian tersebut yaitu menonton, mengamati, menganalisis, dan mendokumentasikan beberapa *scene* film tersebut kemudian meneliti bagaimana isu media sosial yang berada dalam film “*The Social Dilemma*”.

⁷Siti Ashfiasari dan Mariati Tirta Wiyata. Analisis Semiotika Film *The Social Dilemma*. Vol.2 No.1. 1 Juni 2021.

Berdasarkan hasil penelitian S Rizkiwa Christian Fuchs menganalisis film “*The Social Dilemma*” melalui hasil analisis filsafat komunikasi Christian Fuchs, penulis menemukan bahwa isu media sosial pada film tersebut yaitu pertama, model bisnis pengiklanan, teknologi persuasif yang memanipulasi, media sosial mendominasi kehidupan manusia sehingga menghilangkan esensi dan eksistensi komunikasi, dan sistem masyarakat kontemporer akibat media sosial, kedua, media sosial dengan model bisnis periklanan merupakan bentuk control kapitalisme. Media sosial sebagai bentuk teknologi persuasive bentuk elienasi baru Algoritma media sosial menjadi bentuk ideologi yang memanipulasi serta menyembunyikan keadaan dunia Fetisisme komoditas dalam media sosial memecah dan memanipulasi kehidupan bermasyarakat.⁸

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan apa yang penulis teliti, yaitu fokus penelitian tentang film *The Social Dilemma*. Sementara perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian yang dilakukan penulis meneliti penggunaan media sosial pada masyarakat yang tergambarkan dalam film *The Social Dilemma* dengan menggunakan teori alur dan Panopticon.

Penelitian terakhir yang dijadikan referensi ialah penelitian berupa skripsi dengan judul “Kritik Sosial Pada Film Dokudrama (Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Pada Film *The Social Dilemma* (2020) Karya Jeff Orlowski)” oleh Tika Kartika Khoerunnisa, fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang tahun 2022. Dalam skripsi ini, membahas tentang film “*The Social Dilemma*” yang merupakan film bergenre dokudrama yang membahas tentang kedilemaan masyarakat terkait dengan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk kritik sosial mengenai dampak teknologi dengan menganalisis struktur teks,

⁸S Rizkiwa Arham “Isu Media Sosial Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma* Karya Jeff Orlowski Tinjauan Filsafat Komunikasi Christian Fuchs”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Filsafat: Yogyakarta, 2022)

konteks, dan kognisi sosial dalam film tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma kritis metode penelitian analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian tersebut yaitu menganalisis, mengamati, dan memahami serta mencari tahu bentuk kritik sosial mengenai dampak teknologi dalam film tersebut..

Berdasarkan hasil penelitian Tika Kartika Khoerunnisa menganalisis film *The Social Dilemma* melalui wacana kritis model Teun A. Van Dijk, penulis menemukan bahwa film *The Social Dilemma* menunjukkan dua bentuk kritik sosial, yaitu usaha menormalisasi penggunaan gadget berlebihan pada anak dan usaha mengonsumsi berita propaganda dan polarisasi. Pada dimensi teks, dialog-dialog analisis berdasarkan struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Pada dimensi konteks, terdapat situasi, latar, dan suasana dalam bagian naratif film yang mengkritik dan menyinggung kurangnya kesadaran masyarakat atas berita palsu, propaganda, serta dampak secara psikis akibat kecanduan gadget di usia belia. Sementara pada dimensi kognisi sosial, narasumber pada film memaparkan opini pribadi sebagai seorang yang memahami bagaimana dan seperti apa teknologi bekerja hingga memberi dampak. Sehingga secara kognisi individu, narasumber berbicara berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.⁹

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan apa yang penulis teliti, yaitu fokus penelitian tentang film *The Social Dilemma*. Sementara perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian yang dilakukan penulis meneliti penggunaan media sosial pada masyarakat yang tergambarkan dalam film *The Social Dilemma* dengan menggunakan teori alur dan Panopticon.

⁹Tika Kartika Khoerunnisa, “Kritik Sosial Pada Film Dokudrama (Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Pada Film *The Social Dilemma* (2020) Karya Jeff Orlowski)”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi: Semarang, 2022).

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Alur

Salah satu elemen penting dalam membentuk sebuah karya adalah plot cerita. Plot secara umum diartikan sebagai keseluruhan rangkaian peristiwa yang terdapat dalam cerita.¹⁰ Plot berkaitan dengan konflik antar tokoh dalam cerita. Plot dan konflik terkait erat dengan karakteristik tokoh. Keduanya merupakan elemen dasar dari cerita dugaan.

Urutan peristiwa yang terkait dengan perkembangan karakter, pemikiran karakter dalam cerita dan cara urutan peristiwa disajikan oleh penulis akan menentukan tingkat kekuatan sebuah karya cerita. Berkaitan dengan hal tersebut, Propp mengatakan bahwa keberadaan plot tidak hanya dilihat dari strukturnya tetapi juga harus dilihat dari fungsinya. Menurut Propp, yang dimaksud dengan fungsi alur adalah aktivitas dramatis seorang tokoh dari sudut pandang beberapa pembangun cerita pada umumnya.¹¹ Dalam suatu rangkaian peristiwa terdapat hubungan sebab akibat yang masuk akal, artinya pembaca mempunyai pengertian bahwa secara rasional peristiwa atau rangkaian peristiwa itu mungkin saja terjadi.

Menurut Crane, berdasarkan fungsi plot dalam membangun nilai estetika cerita, penentuan dan evaluasi keberadaan plot menjadi sangat beragam. Keanekaragaman tersebut setidaknya dapat dilihat dari tiga prinsip utama analisis plot antara lain:

- a) *Plots of actions*, ialah analisis lengkap tentang jalannya peristiwa, apakah itu muncul secara bertahap atau tiba-tiba dalam situasi

¹⁰Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (Catatan : diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).

¹¹Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (Catatan : diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).

yang dialami protagonis, dan sejauh mana urutan peristiwa dianggap sebagai pengaruh tertulis terhadap perilaku dan pemikiran karakter dalam menghadapi situasi tersebut.

- b) *Plots of characters*, ialah proses mengubah secara lengkap perilaku atau moralitas protagonis dalam kaitannya dengan tindakan perasaan dan emosi.
- c) *Plots of thought*, ialah transformasi total tentang perubahan pola pikir protagonis dengan segala konsekuensinya berdasarkan kondisi yang mereka hadapi secara langsung.¹²

Untuk menganalisis sebuah karya diperlukan eksplorasi alur. Menurut Waluyo, terdapat tujuh unsur alur, diantaranya Paparan (pemaparan awal cerita, memperkenalkan topik, tokoh, waktu, dan tempat kejadian); Rangsangan (mulai adanya masalah atau konflik yang ditampilkan untuk selanjutnya dikembangkan); Penggawatan (penanjakan masalah, dimana terjadi peningkatan intensitas konflik); Perumitan (konflik yang terjadi semakin sulit, benturan antar kepentingan dan tokoh tidak dapat dihindari sehingga inti cerita semakin menegangkan); Klimaks (klimaks dimungkinkan ada jika ada konflik, dalam klimaks nasib tokoh akan ditentukan); Peleraian (menampilkan akibat dari klimaks, berisi bagaimana akhir cerita dan penyelesaian cerita); dan yang terakhir adalah Penyelesaian (konflik telah mencapai klimaks dan ketegangan di kendorkan, bagaimana konflik diselesaikan).¹³

2. Teori *Panopticon* Michael Foucault

Panopticon merupakan sebuah teori yang pertama kali dikemukakan oleh seorang filsuf Inggris bernama Jeremhy Bentham pada tahun 1843.

Panopticon menggunakan rancangan arsitektur yang sederhana yang

¹²Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (Catatan : diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).

¹³Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (Catatan : diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).

memungkinkan satu orang penjaga untuk mengawasi keseluruhan ruang tahanan dari satu titik saja. Ini memungkinkan para tahanan untuk tidak mengetahui apakah mereka sedang diawasi atau tidak. Konsep *panopticon* kemudian dikembangkan oleh seorang filsuf Perancis bernama Michael Foucault pada tahun 1975. Foucault menjelaskan bahwa konsep *panopticon* yang sebelumnya dikemukakan oleh Bentham merupakan penginterpretasian dari unsur kekuasaan yang diaplikasikan ke dalam fungsi pengawasan. Para narapidana yang terkurung akan selalu merasa bahwa dirinya sedang diawasi ketika melihat ke arah menara di tengah-tengah kompleks penjara. Pemaparan yang dijelaskan oleh Foucault sedikit mengutip poin penting yang pernah diutarakan oleh Bentham yang mengatakan bahwa kekuasaan harus dapat dilihat (*visible*) tetapi tidak dapat dibuktikan (*unverifiable*). Menara di sini diibaratkan sebagai simbol kekuasaan sebagai penginterpretasian dari “*visible*”, sedangkan *unverifiable* diartikan sebagai keadaan dimana para narapidana tidak akan pernah tahu kapan persisnya mereka sedang diawasi.¹⁴

Michael Foucault bahwa konsep *panopticon* ini ialah menjelaskan tentang relasi antara yang diawasi dan mengawasi, orang yang mengontrol dan dikontrol, orang yang merehabilitasi dan direhabilitasi, orang yang abnormal dan menormalkan dalam sebuah ruang kekuasaan. Tanpa kontak langsung. Efek utama dari mekanisme panopticon ini adalah menimbulkan kesadaran untuk diawasi, dilihat, secara terus menerus pada diri seseorang. Sebuah kesadaran yang mengisyaratkan bahwa segala gerak-gerik mereka ada yang mengontrol dan mengawasi. Tentunya kesadaran diawasi dan dikontrol ini menimbulkan efek kepatuhan, tekanan bahkan ketakutan.¹⁵

¹⁴Muhammad Ravi Ramadhan. Panopticonism dalam Media Massa (Analisis Wacana Berita Kasus Pemerkosaan Yn yang ditayangkan pada Program AIMAN Kompas TV Mei 2016). Vol.13.No.2. November 2017. Hal 78.

¹⁵Fadillah D. Eldija dan Faizah Mastutie. *Panoptic Architecture*. Vol.13.No.1. Maret 2016. Hal 18

Dalam konteks penggunaan media sosial, desain dari panopticon ini dinilai dapat menjelaskan peran dari pengguna dan media sosial itu sendiri, siapa yang mengontrol dan dikontrol, siapa yang mengawasi dan diawasi berdasarkan apa yang telah digambarkan pada film dokumenter *The Social Dilemma*.

C. Tinjauan Konseptual

1. Dilema

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dilema merupakan situasi sulit yang mengharuskan orang menentukan pilihan antara dua kemungkinan yang sama-sama tidak menyenangkan atau tidak menguntungkan; situasi yang sulit dan membingungkan.¹⁶

2. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.¹⁷ Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media online (fasilitator) yang mempererat hubungan dan ikatan sosial antar pengguna.

Yoo dan Gretzel mengatakan bahwa media sosial dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumen dengan menyediakan informasi faktual, konkrit, empiris, dan non-komersial yang tersedia dan dapat diakses melalui sumber informasi di luar lingkaran sosial konsumen.¹⁸ Sejalan dengan McLuhan, pesan

¹⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/dilema>. (Catatan : 13 Februari 2023, adalah tanggal situs tersebut diakses).

¹⁷Ahmad Setiadi. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. [https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055#:~:text=Menurut%20Nasrullah%20\(2015\)%20media%20sosial,membentuk%20ikatan%20sosial%20secara%20virtual](https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055#:~:text=Menurut%20Nasrullah%20(2015)%20media%20sosial,membentuk%20ikatan%20sosial%20secara%20virtual). (Catatan : 7 Maret 2022, adalah tanggal situs tersebut diakses).

¹⁸ Machyudin Agung Harahap dan Susri Adeni. Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. Vol.7 No.2. Desember 2022. Hal 17.

yang disampaikan media tidaklah lebih krusial berdasarkan media atau saluran komunikasi yang dipakai pesan guna sampai pada penerimanya. Maksud McLuhan merupakan bahwa media atau saluran komunikasi mempunyai kekuatan & menaruh pengaruhnya pada masyarakat, bukan isi pesannya. Jadi digambarkan bahwa orang yang berkomunikasi menggunakan media sosial, tidak terlalu mementingkan isi pesan yang mereka terima atau tulis, namun fenomena bahwa mereka memakai media sosial tersebut itulah yang krusial.

b. Karakteristik Media Sosial

Kehadiran media sosial memungkinkan siapa saja untuk terhubung tanpa batasan ruang dan waktu, karena media sosial merupakan salah satu platform dari media siber, maka karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*). Nasrullah (2015) mengategorikan 6 karakteristik media sosial, yaitu; (1) media jejaring sosial (*social networking*); (2) jurnal online (blog); (3) jurnal online sederhana atau microblog (*microblogging*); (4) media berbagi (*media sharing*); (5) penanda sosial (*social bookmarking*); dan (6) media konten bersama atau Wiki.¹⁹ Berbagai jenis media sosial yang tersedia, sangat mungkin bagi setiap orang untuk terhubung satu sama lain, karena penggunaan media sosial menjadi semakin populer, orang-orang juga menggunakan media sosial ini untuk melakukan berbagai hal mulai dari politik, bisnis, hingga promosi film.

3. Film

Dalam undang-undang No.8 Tahun 1992 tentang perfilman, film didefinisikan sebagai karya cipta seni dan budaya yang merupakan

¹⁹Machyudin Agung Harahap dan Susri Adeni. Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. Vol.7 No.2. Desember 2022. Hal 17.

media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asa sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya. Sedangkan perfilman dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan, jasa teknik, pengeksporan, pengimporan, pengedaran, pertunjukan, dan/atau penayangan film.²⁰

Film menjadi salah satu alternatif hiburan yang paling banyak diminati. Tak bisa dipungkiri, penyuguhan konten audio visual menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Pesan dari film adalah komunikasi massa yang dapat mengambil bentuk apapun tergantung pada misi dari film tersebut. Informasi atau pesan yang disugukan pun dapat berbentuk pesan pendidikan, hiburan, dan informasi. Pesan yang disampaikan menggunakan mekanisme simbolik yang ada pada pikiran manusia berupa tulisan, suara, pembicaraan, percakapan, dan lainnya.

Film juga dianggap sebagai media komunikasi yang kuat karena dapat menyampaikan banyak hal dalam waktu singkat dengan gambar dan suara. Saat menonton film, penonton seolah meresapi ruang dan waktu yang bisa menyampaikan kehidupan. Juga, bahkan film, seperti film propaganda yang sebelumnya dibuat oleh kelompok tertentu untuk mencuci otak penonton, dapat mempengaruhi penonton.

Tujuan film ini adalah untuk menarik perhatian terhadap isi permasalahan yang dikandungnya. Selain itu, film dapat dirancang

²⁰Republik Indonesia, “Undang-undang No.8 Tahun 1992 Tentang Perfilman”

untuk memenuhi kebutuhan sejumlah orang terbatas atau lebih banyak orang. Pembuatan film cerita melibatkan proses berpikir (konsep) untuk mentransformasikan semua ide, gagasan, dan cerita, yaitu proses berpikir dalam bentuk pencarian ide, gagasan, dan cerita untuk digarap, dan dalam bentuk keterampilan artistik memerlukan suatu proses teknis agar menjadi sebuah film yang siap dan layak untuk disaksikan.

4. Sinopsis Film *The Social Dilemma*

Film *The Social Dilemma* merupakan film dokumenter Netflix dengan durasi sepanjang 94 menit. Disutradarai oleh Jeff Orlowski dan menampilkan wawancara dari beberapa orang yang berada dibalik kesuksesan media sosial ternama, seperti Tristan Harris (*Design Ethicist Google*), Justin Rosenstein (*Former Engineer Facebook*), dan Jeff Seibert (*Former Executive Twitter*) yang menceritakan sedikit pengalaman yang mereka alami saat mengembangkan inovasi diperusahaan media sosial masing-masing. Film yang dirilis pada 9 September 2020 ini mengupas pentingnya media sosial dan melihat sisi jahatnya hingga akhirnya pengguna terperosok ke dalam sebuah dilema.²¹

The Social Dilemma ini memberikan gambaran yang cukup realistis di kehidupan masyarakat mengenai bagaimana media sosial melakukan hal-hal mengerikan kepada para penggunanya. Dimulai dari pembahasan mengenai konsep dari fitur notifikasi yang seakan-akan menghipnotis dan menarik perhatian para penggunanya untuk terus-menerus menggulirkan beranda media sosial hingga pembahasan mendalam mengenai sistem Algoritma yang digunakan

²¹Sinopsis *The Social Dilemma*, ketika Media Sosial Memanipulasi Manusia. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/08/28/212253466/sinopsis-the-social-dilemma-ketika-media-sosial-memanipulasi-manusia?page=all>. (Catatan : 8 Juli 2022, adalah tanggal situs tersebut diakses).

media sosial. Film dokumenter ini juga menyuguhkan ilustrasi mengenai sistem *Artificial Intelligent* (AI) yang terbentuk didalam pikiran dan alam bawah sadar para pengguna media sosial.

Tristan Haris berupaya menyadarkan masyarakat mengenai “bahaya” dari industri teknologi yang saat ini mengambil alih kehidupan masyarakat, dimana dirinya sendiri pun sudah sangat terhipnotis sampai melupakan realitas kehidupan sebagai manusia. Ia pun berinisiatif membuat presentasi berupa ajakan untuk lebih berhati-hati pada industri teknologi. Pada presentasinya masyarakat dikembalikan pada pertanyaan apakah masalah yang terkait dengan industri teknologi sekarang ini normal terjadi atau karena masyarakat sudah terlalu terikat (terhipnotis) dengan teknologi.

Masyarakat tidak mengetahui konsep kerja dari teknologi itu sendiri, padahal sebelum terjerumus kepada sesuatu, perlu diketahui sistem apa yang sedang mengambil alih kehidupannya. Tristan Haris menyebarkan presentasinya kepada beberapa perusahaan, kemudian mendapat banyak balasan yang cukup baik yang membenarkan mengenai bahaya industri teknologi. Namun, dalam beberapa hari, pembahasan itu hilang dan hanya menjadi sebuah wacana.

Di lain sisi, Tim Kendall, yang merupakan direktur monetisasi *Facebook* pada masanya menjelaskan bahwa *Facebook* pada awal berdirinya merasa iri kepada google yang bisa memberikan layanan yang sangat berguna bagi masyarakat dunia. Mereka kagum akan model bisnis yang diterapkan google sehingga mampu membangun mesin penghasil uang parallel yang elegan dan sempurna. Hingga pada akhirnya, Tim Kendall menyarankan model bisnis iklan untuk monetisasi *Facebook*.

Beberapa ahli yang menjadi tokoh dalam film ini menjelaskan bahwa perusahaan teknologi yang berada di Silicon Valley pada awalnya hanya bisnis dengan konsep biasa dan sederhana yang menjual produk berupa perangkat keras dan perangkat lunak. Namun, seiring berkembangnya zaman, perusahaan-perusahaan teknologi di Silicon Valley ini tidak lagi menjual perangkat lunak dan perangkat keras, melainkan menjual penggunaannya. Dalam wawancaranya, Tristan Harris menyebut bahwa “Jika kau tidak membayar produknya, berarti kaulah produknya”.

Mayoritas pengguna media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, dan lain sebagainya berpikir bahwa media sosial tersebut merupakan media untuk bersosialisasi dengan dunia yang lebih luas tanpa menyadari jika semua media sosial tersebut bersaing untuk mengikat perhatian penggunanya. Model bisnis yang mereka gunakan dan kembangkan ialah membuat penggunanya terpacu pada layar. Ada banyak layanan internet yang dianggap gratis, namun pada kenyataannya tidaklah gratis, tapi dibayar oleh perusahaan pengiklanan. Perusahaan pengiklanan membayar kepada perusahaan media sosial untuk menampilkan iklannya kepada pengguna media sosial. Dengan kata lain, perhatian, perubahan kecil, dan persepsi pengguna merupakan produk yang dijual oleh media sosial kepada perusahaan pengiklanan. Perubahan yang ditimbulkan sangat halus dan perlahan sehingga para pengguna media sosial tidak menyadari perubahan yang terjadi pada dirinya selama menggunakan media sosial.²²

²²Sinopsis *The Social Dilemma* (2020)-Kisah Sisi Terang dan Gelap dari Sosial Media. <https://www.indozone.id/movie/pQsVdVl/sinopsis-the-social-dilemma-2020-kisah-sisi-terang-dan-gelap-dari-sosial-media>. (Catatan : 8 Juli 2022, adalah tanggal situs tersebut diakses).

Film ini menyajikan sebuah ilustrasi tentang kehidupan pengguna media sosial yang tanpa mereka sadari mereka sedang diawasi, diukur, dan dilacak. Seperti gambar apa yang tengah kita lihat dan seberapa lama kita melihat gambar tersebut. Media sosial memiliki lebih banyak informasi mengenai kepribadian penggunanya berdasarkan data yang dimasukkan ke sistem yang bahkan nyaris tidak diawasi oleh manusia. Sistem tersebut terus-menerus membuat prediksi dan pada akhirnya mengetahui apa yang dilakukan penggunanya dan siapa penggunanya.

Ben, seorang remaja yang diperankan oleh aktor Skyler Gisodon, merupakan pengguna media sosial akut, di dalam pikirannya, terdapat beberapa sistem yang dibentuk oleh *Artificial Intelligence* (AI). AI tersebut digambarkan sebagai tiga orang dengan kepribadian berbeda yang mencoba menarik perhatian Ben. Dalam sistem tersebut, Ben seperti boneka voodoo yang dikendalikan oleh tiga orang tersebut. Ketika Ben tidak tertarik dengan hal yang ditampilkan pada layar gawainya, tiga orang tersebut terus membuat rekomendasi dan prediksi yang akan muncul pada media sosial sampai Ben tertarik dan mengklik rekomendasi tersebut.

Tidak hanya Ben, beberapa anggota keluarganya juga mengalami kecanduan teknologi. Bahkan saat sedang makan bersama, beberapa anggota keluarganya sibuk memandangi layar gawainya. Hal tersebut membuat sang ibu dan kakak perempuannya merasa khawatir. Sang ibu berinisiatif membuat aturan mengumpulkan semua gawai agar anggota keluarga dapat berinteraksi bersama secara langsung membahas kehidupan sehari-hari mereka. Namun, hal tersebut seakan sia-sia, karena perhatian mereka masih terus teralihkan ketika nada notifikasi gawai mereka berdering.

Dengan berbagai berita-berita propaganda yang muncul diberbagai platform sosial media dan website ternama, kakak Ben berusaha menyadarkan Ben dan adiknya untuk tidak terlalu fokus pada pemberitaan yang muncul pada media sosial. Ibu Ben pun mencoba membuat kesepakatan kepada Ben dan Adiknya. Ben dan Adiknya harus menyimpan gawai yang mereka gunakan kedalam sebuah kotak kaca yang dilengkapi dengan kunci yang hanya bisa dibuka setelah satu minggu. Jika mereka berhasil, ibu mereka akan membelikan gawai versi terbaru.

Ben yang sedang jatuh cinta, menyebabkan dia seringkali merasa gelisah ketika melihat gawainya berbunyi. Dia tidka bisa mendekati orang yang ia sukai karena gawainya terkunci didalam box. Adik Ben pun juga sudah tidak tahan tidak menggunakan gawai selama beberapa hari belakangan. Ia pun nekat memecahkan box tersebut kemudian mengambil gawainya.

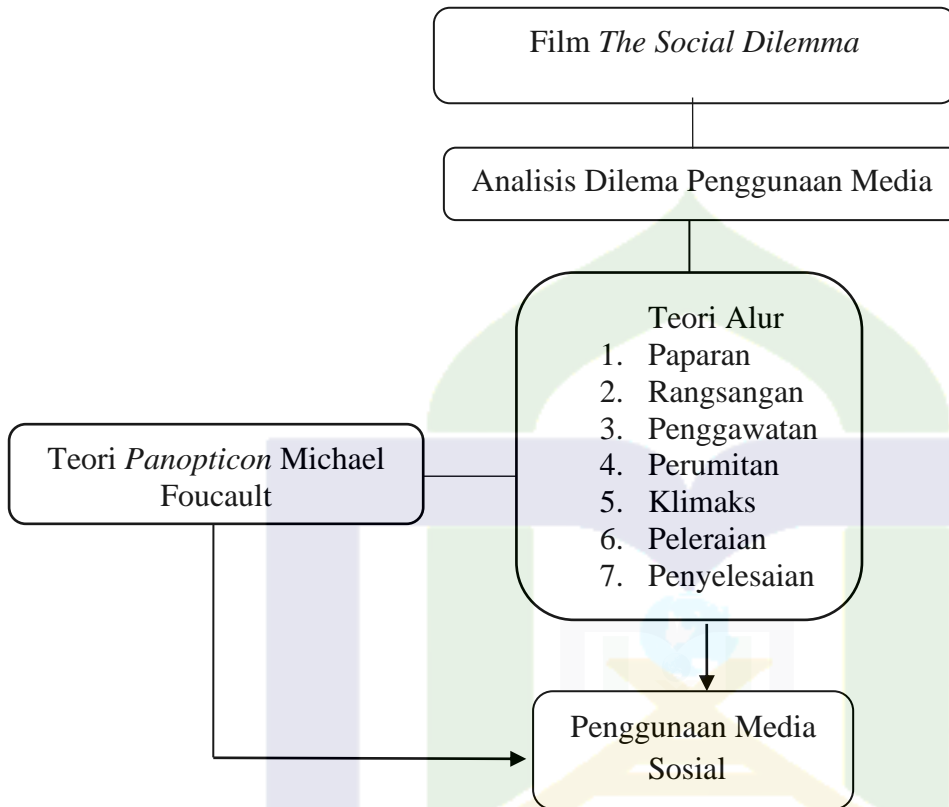
Tristan Haris menjelaskan dalam sela-sela penampilan ilustrasi bahwa ada tiga tujuan utama yang ada di banyak perusahaan teknologi, yaitu tujuan keterlibatan untuk menaikkan penggunaanya agar terus menggulirkan layar, tujuan pertumbuhan untuk membuat penggunaanya kembali, mengundang banyak teman, dan tujuan iklan untuk memastikan bahwa seiring semua itu terjadi, pengguna menghasilkan uang sebanyak mungkin dari iklan. Masing-masing tujuan tersebut ditenagai oleh algoritme untuk terus mencari tahu apa yang pengguna inginkan agar jumlahnya terus naik.

Didalam beberapa adegan, juga ditampilkan wawancara Jaron Lanier, seorang ilmuwan komputer, penulis buku "*Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now*". Jaron Lanier mengajak masyarakat untuk tidak menggunakan aplikasi media sosial

sama sekali, karena menurutnya, media sosial merupakan racun yang tertanam didalam otak dan akan mencoba mengambil alih kehidupan manusia. Tentu saja, pernyataan tersebut mengundang pro dan kontra dikalangan masyarakat terutama bagi perusahaan bidang industry teknologi seperti media sosial.



D. Kerangka Pikir



Gambar 3.1 Kerangka Pikir

Kerangka pikir di atas menjelaskan tentang alur penelitian mengenai dilema penggunaan media sosial yang tergambar dalam film *The Social Dilemma* dengan menggunakan teori alur dan teori Panopticon Michael Foucault. Selanjutnya hasil dari analisis tersebut dapat menggambarkan dilema penggunaan media sosial.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Ketika meneliti analisis penggunaan media sosial dalam sebuah film, penulis menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori alur, kemudian diamati menggunakan teori Panopticon Michael Foucault. Penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk menemukan makna kata dan frasa, serta makna khusus yang terkandung dalam karya sastra. Kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya, melalui pengumpulan data, dan tidak mengutamakan jumlah populasi atau sampling. Dalam penelitian kualitatif terfokus pada kedalaman data dan bukan banyaknya data yang diperoleh.²³

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang tidak menghasilkan hasil teliti dengan menggunakan metode kuantifikasi, perhitungan statistik, atau bentuk metode lain yang menggunakan ukuran numerik. Prinsip penelitian kualitatif adalah memahami sepenuhnya objek apa yang sedang teliti. Analisis wacana digunakan untuk mengkaji isi suatu dokumen/wacana. Dalam penelitian ini, dokumen/wacana yang dimaksud ialah wacana yang terkandung dalam film *The Social Dilemma*.

B. Fokus Penelitian

Realitas yang dihadapi begitu kompleks sehingga perlu mengarahkan penelitian pada batasan tertentu untuk apa yang bisa kita lakukan. Fokus penelitian adalah batas penelitian dan ditetapkan oleh peneliti pada awal penelitian. Fokus penelitian ini difokuskan pada penggunaan media sosial, peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan media sosial

²³Kiki Rizkiyah Albarikah, "Pesan Moral Dalam Film (Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Trash)" (Skripsi Sarjana; Fakultas Komunikasi dan Informatika: Surakarta, 2017)

yang digambarkan dalam film *The Social Dilemma*, apakah media sosial mengontrol dan mengawasi penggunaannya atau sebaliknya.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yakni data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama), sementara data skunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Pada penelitian ini sumber data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

2. Data Primer

Data primer merupakan data yang akan diambil sebagai bahan utama dalam penelitian. Pada penelitian ini, menggunakan data berupa tangkapan layar beberapa *scene* yang terdapat pada film *The Social Dilemma*.

3. Data Sekunder

Data sekunder merupakan keterangan yang diperoleh dari pihak kedua yang bersifat dokumentasi. Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku ilmiah, jurnal online, dan dokumentasi serta foto.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan jenis penelitian kualitatif jenis pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi atau pengamatan berarti segala kegiatan untuk melakukan suatu pengukuran. Observasi di sini berarti pengamatan dalam arti sempit, yaitu penggunaan penglihatan, yaitu tidak mengajukan pertanyaan. Observasi dilakukan dengan mengamati setiap *scene* dalam film *The Social Dilemma*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data-data berupa buku-buku penelitian, buku komunikasi, dan data mengenai film yang ada di internet.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah penemuan berbagai sumber kepustakaan, bacaan, artikel, website, dan sumber-sumber terkait tentang masalah yang dibahas.

E. Teknik Analisis Data

Pada fase/tahapan data, peneliti menampilkan *scene* yang menggambarkan penggunaan media sosial pada masyarakat berdasarkan klasifikasi unsur alur dalam teori alur, paparan, rangsangan, penggawatan, perumitan, klimaks, peleraian, dan penyelesaian. Selanjutnya, struktur kategori dibuat. Ini adalah jenis alat yang digunakan untuk menyelidiki suatu masalah dalam suatu penyelidikan. Kategori yang dibuat akan membantu dalam memilih konten/*scene* yang menggambarkan dilema penggunaan media sosial pada masyarakat. Isi *scene* ditulis dalam bentuk gambar (format data) yang dapat dianalisis untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan yang diajukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Alur Cerita Film Dokumenter *The Social Dilemma*

Berdasarkan teori alur, terdapat tujuh unsur alur cerita, yaitu paparan, rangsangan, penggawatan, perumitan, klimaks, peleraian dan penyelesaian. Film dokumenter *The Social Dilemma* ini sendiri merupakan film dokumenter yang disutradarai oleh Jeff Orlowski. Film ini dirilis tanggal 9 September 2020 pada *platform digital streaming*, Netflix. Film Dokumenter *The Social Dilemma* ini bercerita tentang kedilemaan para mantan pegawai dan eksekutif di perusahaan yang bergerak di bidang media sosial, seperti *Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, dan Google*.

Tabel 1.2. Pemeran dan Narasumber dalam film *The Social Dilemma*

Pemeran dan Narasumber	Peran
Tristan Harris	<i>Ex Design Ethicist Google, President Center for Humane Technology</i>
Aza Raskin	<i>Ex Head of User Experience in Firefox dan Mozilla Labs, Co-Founder Center for Humane Technology</i>
Justin Rosenstein	<i>Ex Former Engineer Facebook</i>
Jeff Seibert	<i>Ex Former Executive Twitter</i>

Sandy Parakilas	Mantan Manajer Operasi Facebook
Shoshana Zuboff	Seorang akademisi dan penulis (<i>The Summons: Our Fight for the Soul of an Information Civilization</i>)
Tim Kendall	<i>Ex</i> Presiden <i>Pinterest</i> , <i>Ex</i> Director of <i>Facebook Monetization</i>
Rashida Richardson	Direktur Riset Kebijakan di AI Now
Renee DiResta	Staf Associate di Columbia University Data Science Institute, afiliasi Harvard Berkman-Klein Center, dan Penasihat Pendiri Center for Humane Technology
Anna Lembke	Profesor Asosiasi Psikiatri dan Ilmu Perilaku di Pusat Kedokteran Universitas Stanford
Roger McNamee	<i>Early Investor Venture Capitalist Facebook</i>
Guillaume Chaslot	Ilmuwan computer, eks insinyur Youtube (Sebelumnya, pernah berafiliasi dengan Google)
Cynthia Wong	Mantan peneliti internet senior di lembaga HAM
Jonathan Haidt	Psikolog dari New York University Stern School of Business

Jaron Lanier	Ilmuwan komputer, komposer, seniman, dan penulis ('Sepuluh Argumen untuk Menghapus Akun Media Sosial Anda Saat Ini')
Skyler Gisondo	Sebagai pengguna media sosial aktif bernama Ben
Kara Hayward	Sebagai Cassandra, kakak perempuan Ben
Vincent Kartheiser	Sebagai sistem AI dalam alam bawah sadar Ben yang mengontrol penggunaan media sosialnya
Sophia Hammons	Sebagai Isla, adik Ben yang juga pengguna media sosial aktif
Barbara Gehring	Sebagai ibu Cassandra, Ben, dan Isla
Chris Grundy	Sebagai ayah tiri Cassandra, Ben, dan Isla
Catalina Garayoa	Sebagai Rebecca, wanita yang disukai Ben

a. Paparan

Pada tahap paparan, dimulai dengan menampilkan wawancara dengan Tristan Harris mantan *Design Ethicist* Google, penemu ikon notifikasi pada google. Tristan Harris memaparkan tentang bagaimana dirinya merasa terpenjara saat pertama kali ikon notifikasi ini

diluncurkan. Ia akan terus menerus membuka layar gawai dan laptopnya akibat notifikasi yang terus menerus masuk. Beberapa lama kemudian, Tristan Haris mulai menyadari bahwa sistem yang telah ia ciptakan malah merenggut waktu yang bisa ia gunakan di dunia nyata yang ada di sekitarnya.

Tristan Haris berupaya menyadarkan masyarakat mengenai “bahaya” dari industri teknologi yang saat ini mengambil alih kehidupan masyarakat, dimana dirinya sendiri pun sudah sangat terhipnotis hingga melupakan realitas kehidupan sebagai manusia. Ia pun berinisiatif membuat presentasi berupa ajakan untuk lebih berhati-hati pada industri teknologi sekarang ini normal terjadi atau karena masyarakat sudah terlalu terikat dengan teknologi.

Tristan mulai mencoba mengurangi penggunaan media sosial sehari-hari, ia mengundang pengguna untuk saling mendidik, dan tingkatkan kesadaran pengguna melalui pos *gmail*. Setelah surel tersebut tersebar dan dinonton oleh pengguna media sosial, pengguna menjadi sadar akan niat Tristan dan mendukung usahanya. Namun, kesadaran publik memudar saat kerja keras Tristan terhapus tak lama setelah *google* mengambil tindakan untuk mengakhiri kampanye Tristan.

Gambar 4.1 Scene menit ke 09:30



Dalam *scene* menit ke 09:30, terlihat ilustrasi yang menggambarkan bagaimana pekerja di perusahaan media sosial bekerja. Pekerjaannya termasuk membuat algoritme yang menyesuaikan karakteristik pengguna media sosial. Misalnya dengan memberikan notifikasi tentang aplikasi, review orang lain, pesan masuk, iklan yang dilihat, dan lain sebagainya. Hal ini secara tidak langsung menarik perhatian pengguna terhadap aktivitas media sosial yang sedang berlangsung. *Scene* ini menggambarkan bagaimana media sosial berusaha mengendalikan para penggunanya dengan berbagai fitur, seperti iklan, *like*, notifikasi, dan sebagainya.

b. Rangsangan

Pada tahap rangsangan, dimana mulai muncul konflik yang kemudian akan dikembangkan. Tim Kendall, yang merupakan direktur monetisasi *Facebook* pada masanya menjelaskan bahwa *Facebook* pada awal berdirinya merasa iri kepada *google* yang bisa memberikan layanan yang sangat berguna bagi masyarakat dunia. Mereka kagum akan model bisnis yang diterapkan *google* sehingga mampu membangun mesin penghasil uang parallel yang elegan dan sempurna. Hingga pada akhirnya, Tim Kendall menyarankan model bisnis iklan untuk monetisasi *Facebook*.

Beberapa ahli yang menjadi tokoh dalam film ini menjelaskan bahwa perusahaan teknologi yang berada di Silicon Valley pada awalnya hanya bisnis dengan konsep biasa dan sederhana yang menjual produk berupa perangkat keras dan perangkat lunak. Namun, seiring berkembangnya zaman, perusahaan-perusahaan teknologi di Silicon Valley ini tidak lagi menjual perangkat lunak dan perangkat keras, melainkan menjual penggunanya. Dalam wawancaranya,

Tristan Haris menyebut bahwa “Jika kau tidak membayar produknya, berarti kaulah produknya”.

Gambar 4.2 Scene menit ke 17:35



Dalam *scene* menit ke 17:35, terlihat bahwa sistem algoritma terus membuat prediksi berdasarkan apa yang sering pengguna lihat dan sukai saat menggunakan media sosial, kemudian merekomendasikannya kepada penggunanya. Rekomendasi ini dibuat secara random oleh algoritme bedasarkan hal-hal yang mungkin kita sukai dilihat dari konten-konten yang sering kita lihat dan *like*. Hal inilah yang kadang membuat kita larut dalam media sosial tanpa kita sadari.

c. Pengawasan

Tahap pengawasan ialah peningkatan intensitas konflik. Di mana sutradara menampilkan ilustrasi pendukung dari pernyataan yang dipaparkan narasumber. Film ini menyajikan sebuah ilustrasi tentang kehidupan pengguna media sosial yang tanpa mereka sadari mereka sedang diawasi, diukur, dan dilacak. Seperti gambar apa yang tengah kita lihat dan seberapa lama kita melihat gambar tersebut. Media sosial memiliki lebih banyak informasi mengenai kepribadian penggunanya berdasarkan data yang dimasukkan ke sistem yang

bahkan nyaris tidak diawasi oleh manusia. Sistem tersebut terus-menerus membuat prediksi dan pada akhirnya mengetahui apa yang dilakukan penggunanya dan siapa penggunanya.

Dalam tahap ini, terdapat *scene* dimana pengguna media sosial aktif bernama Ben ini dikendalikan oleh desain sistem algoritma berupa 3 pria tengah mengendalikan sebuah ilustrasi manusia berwarna biru melalui layar yang ada di hadapan mereka masing-masing. Ilustrasi tersebut diumpakan bahwa pengguna media sosial aktif dikendalikan seperti boneka *voodoo* oleh sistem algoritma media sosial.

Gambar 4.3 *Scene* menit ke 18:56



Dalam *scene* menit ke 18:56, terlihat bagaimana sistem algoritme media sosial mengendalikan kita seperti boneka *voodoo*. Ketika perusahaan media sosial memperbarui algoritme mereka agar benar-benar sesuai dengan karakteristik pengguna. Ada tiga figur yang bertindak sebagai algoritma yang memproses data dan informasi yang disajikan kepada pengguna untuk membuat model pengguna yang akurat. Sosok biru bercahaya menunjukkan proses pembuatan model pengguna media sosial seperti boneka *voodoo* (model pengguna media sosial bernama Ben). Dalam tahap tersebut, sistem algoritme

mulai berusaha merekam informasi yang didapatkan dari *history* media sosial para penggunanya.

d. Perumitan

Tahap Perumitan ialah di mana terjadi konflik yang semakin sulit. Kali ini, sutradara menampilkan ilustrasi tentang pengguna media sosial aktif. Ben, seorang remaja yang diperankan oleh aktor Skyler Gisodon, merupakan pengguna media sosial akut, di dalam pikirannya, terdapat beberapa sistem yang dibentuk oleh *Artificial Intelligence* (AI). AI tersebut digambarkan sebagai tiga orang dengan kepribadian berbeda yang mencoba menarik perhatian Ben. Dalam sistem tersebut, Ben seperti boneka *voodoo* yang dikendalikan oleh tiga orang tersebut. Ketika Ben tidak tertarik dengan hal yang ditampilkan pada layar gawainya, tiga orang tersebut terus membuat rekomendasi dan prediksi yang akan muncul pada media sosial sampai Ben tertarik dan mengklik rekomendasi tersebut.

Tidak hanya Ben, beberapa anggota keluarganya juga mengalami kecanduan teknologi. Bahkan saat sedang makan bersama, beberapa anggota keluarganya sibuk memandangi layar gawainya. Hal tersebut membuat sang ibu dan kakak perempuannya merasa khawatir. Sang ibu berinisiatif membuat aturan mengumpulkan semua gawai agar anggota keluarga dapat berinteraksi bersama secara langsung membahas kehidupan sehari-hari mereka. Namun, hal tersebut seakan sia-sia, karena perhatian mereka masih terus teralihkan ketika nada notifikasi gawai mereka berdering.

Ibu Ben mencoba mengumpulkan gawai pada saat makan malam dan menyimpannya di dalam toples ber-*timer*. Ide memasukkan gawai ke dalam toples merupakan ide sang kakak, Cassandra yang melihat iklan di tv tentang toples tersebut. Sang ibu mengatur waktu selama

sejam, yang artinya toples itu tidak bisa terbuka jika belum habis sejam. Ben dan sang adik, Isla merasa tidak terima dengan hal yang dilakukan ibunya. Tetapi mau tidak mau, mereka harus menurutinya.

Seiring dengan berjalannya makan malam. Gawai yang berada di dalam toples terus bergetar menandakan munculnya beberapa notifikasi. Isla yang tidak tahan untuk mengecek gawainya mengambil alat dapur dan memecahkan toples tersebut. Tetapi tidak memecahkan toples kaca, Isla juga merusak layar gawai milik Ben dan berlari naik ke kamarnya.

Gambar 4.4 Scene menit ke 35:30



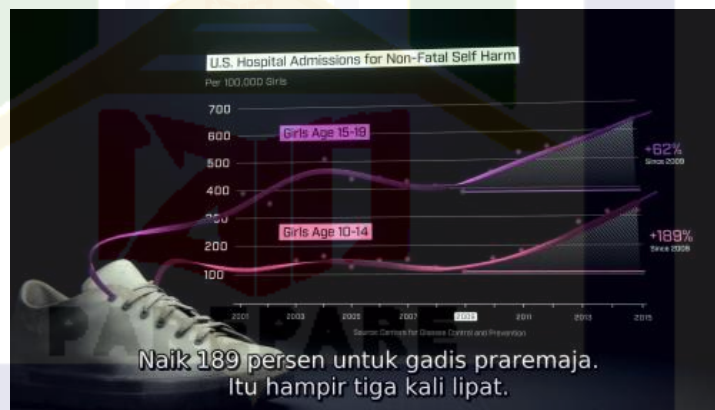
Dalam *scene* menit ke 35:30, terlihat bahwa Isla, berusaha memecahkan toples berisi gawainya. Ibunya berusaha menciptakan makan malam damai tanpa gawai sehingga mengumpulkan ponsel dan memasukkannya ke dalam toples yang memiliki *timer*, dimana mereka tidak bisa membuka topes tersebut selama waktu yang telah diatur belum habis. Karena notifikasi yang terus menyala, Isla akhirnya nekat memecahkan teples tersebut untuk mengecek notifikasi yang muncul.

Scene tersebut menunjukkan bagaimana sistem algoritme media sosial menyerang alam bawah sadar penggunanya, juga

menunjukkan bahwa betapa mudahnya media sosial mengalihkan perhatian para penggunanya hanya dengan satu fitur, yaitu notifikasi.

Isla merupakan remaja pengguna media sosial aktif. Ia kerap kali memposting beberapa fotonya di media sosial. Dengan berbagai filter kecantikan dan lucu, awalnya Isla sangat merasa percaya diri memposting fotonya. Tidak berselang lama setelah fotonya terposting, beberapa orang mulai memberikan *like* dan pujian di kolom komentar. Tapi, ada satu komentar yang membuat Isla merasa *down* secara langsung. seseorang meninggalkan komentar negatif dengan mengatakan bahwa Isla memiliki telinga yang besar. Hal tersebut sontak membuatnya kurang percaya diri lagi dan menangis ketika bercermin. *Scene* tersebut menjelaskan betapa tingginya jumlah remaja depresi akibat penggunaan media sosial yang kurang bijak.

Gambar 4.5 *Scene* menit ke 40:37

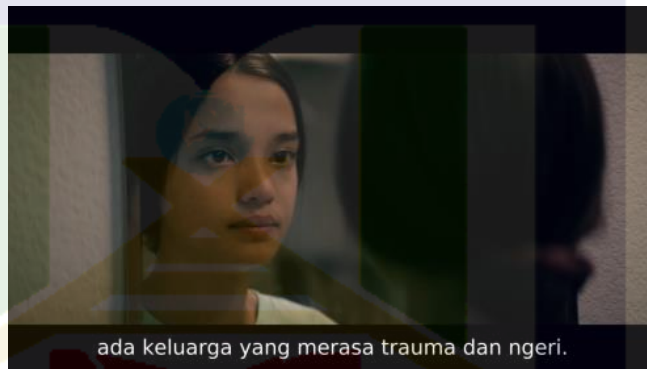


Dalam *scene* menit ke 40:37, terlihat Grafik peningkatan kematian akibat bunuh diri di kalangan remaja putri. Hal ini untuk menggambarkan sebuah fenomena yang dialami oleh salah satu pengguna media sosial, Isla sebagai seorang gadis muda yang masih rentan dalam berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial.

Grafik tersebut juga simbolis bahwa tingkat bunuh diri di kalangan remaja putri juga meningkat sejak munculnya media sosial.

Di sisi lain, Ben yang mendapati layar gawainya rusak akibat ulah Isla merasa kesal. Cassandra dan sang ibu yang melihat itu mencoba membuat taruhan dengan Ben. Jika Ben bisa meninggalkan dan tidak menggunakan gawainya sama sekali selama seminggu, maka sang ibu akan menggantikannya dengan gawai yang baru. Ben pun menyetujui hal tersebut.

Gambar 4.6 Scene menit ke 41:58



Dalam *scene* menit ke 41:58, terlihat bahwa Isla yang telah mendapatkan komentar negatif terhadap telinganya di sosial media, menangis dan tidak percaya diri. Ia pun berpikir bahwa telinganya memang tidak bagus, sehingga ia menutupinya dengan rambut saat bercermin. Fenomena yang dialami Isla menunjukkan bahwa remaja putri yang menggunakan media sosial masih rentan dan belum pandai menyaring komentar dan perkataan orang lain di media sosial.

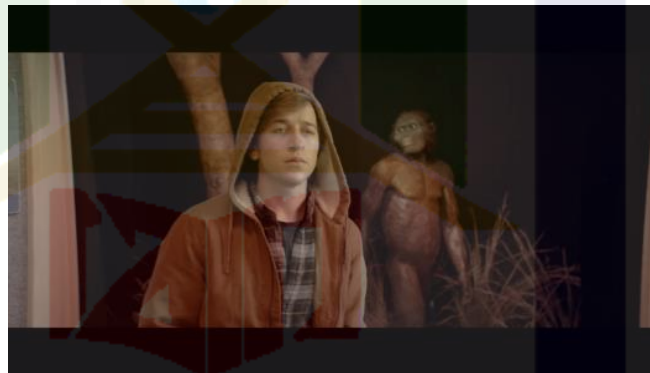
Film *The Social Dilemma* bercerita tentang dampak negatif media sosial yang luas terhadap masyarakat. Misalnya, komentar yang tidak pantas dapat menyakiti seseorang atau membuat mereka merasa tidak enak. Mereka juga menemukan bahwa media sosial

adalah salah satu faktor pendorong peningkatan kematian akibat bunuh diri.

e. Klimaks

Tahap klimaks ialah dimana nasib tokoh ditentukan. Pada tahap ini sutradara menampilkan Ben yang sedang jatuh cinta, menyebabkan dia seringkali merasa gelisah ketika melihat gawainya berbunyi. Dia tidak bisa mendekati orang yang ia sukai karena kesepakatan yang ia buat bersama ibu dan Cassandra. Ben yang tidak menggunakan gawai selama beberapa hari pun merasa sangat tertinggal akan informasi di sekitarnya. karena tidak tahan, ia pun mengambil gawainya dan mulai membuka media sosial, melihat dan membaca beberapa informasi yang ia lewatkan.

Gambar 4.7 Scene menit ke 45:45



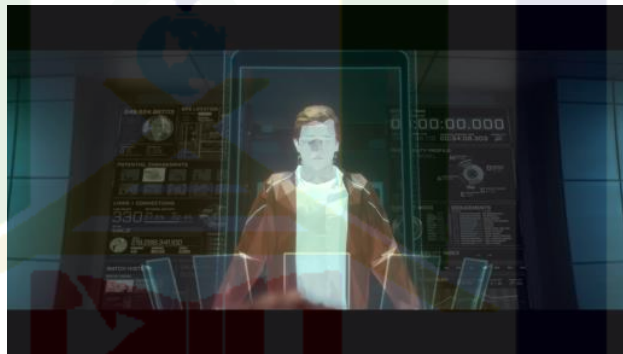
Dalam *scene* menit ke 45:45, terlihat ketika gawai Ben rusak, ibunya berjanji untuk membelikannya yang baru jika dia tidak menyentuh gawai lama selama tujuh hari. Ben pun menyetujui permintaan ibunya. Di sisi lain, ketika Ben tidak memiliki gawai, dia merasa seperti tidak mendapatkan update terbaru tentang isu-isu masyarakat atau berita terkini dari teman-teman media sosialnya.

Jadi, lambang kera menandakan era primitif yang digunakan sebagai lambang kebodohan dan keterbelakangan yang dirasakan Ben

saat tidak memegang gawainya. Dalam film *The Social Dilemma* ini menggambarkan sebuah fenomena yang berkaitan dengan era primitif dimana penggunaanya merasa ketinggalan informasi ketika tidak mengakses media sosial.

Selain itu, ditampilkan juga ilustrasi desain sistem algoritma yang di istilahkan sebagai boneka *voodoo* tersebut yang awalnya hanya berwarna biru kini sudah mulai menyerupai bentuk Ben. Hal tersebut menandakan bahwa informasi pribadi yang telah diambil dan dikumpulkan oleh sistem algoritma sudah mulai akurat dan mendekati sempurna.

Gambar 4.8 *Scene* menit ke 46:38



Dalam *scene* menit ke 46:38, terlihat bahwa proses pembuatan model boneka *voodoo* Ben yang semula hanya berwarna biru menandakan data yang dikumpulkan algoritma tentang Ben belum banyak, kini mulai memiliki warna lain yang hampir menyerupai bentuk Ben yang menandakan bahwa algoritma sudah memiliki data dan informasi yang hampir mumpuni tentang Ben.

Gambar 4.9 Scene menit ke 76:04



Dalam *scene* menit ke 76:04, terlihat bahwa seiring dengan penggunaan media sosial Ben yang intens, data yg diperoleh perusahaan media sosial tentang Ben pun semakin sempurna. Sehingga pada akhir film, boneka *voodoo* Ben telah akurat dan sempurna. Dengan sempurnanya model boneka *voodoo* Ben, menandakan bahwa perusahaan media sosial telah mendapatkan gambaran lengkap tentang Ben, termasuk konten yang disukainya, informasi yang dibutuhkannya, dan iklan yang ingin dilihatnya.

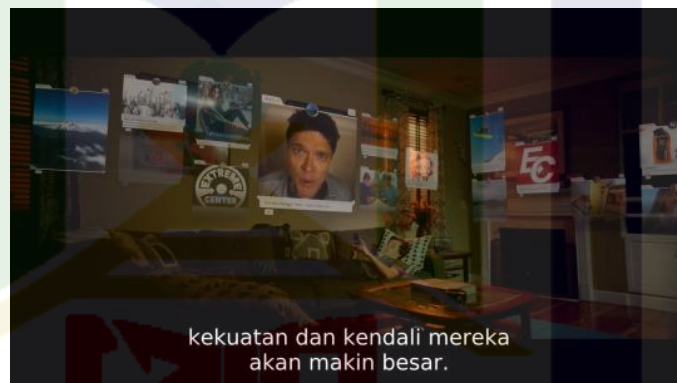
Tristan Haris menjelaskan dalam sela-sela penampilan ilustrasi bahwa ada tiga tujuan utama yang ada di banyak perusahaan teknologi, yaitu tujuan keterlibatan untuk menaikkan penggunaanya agar terus menggulirkan layar, tujuan pertumbuhan untuk membuat penggunaanya kembali, mengundang banyak teman, dan tujuan iklan untuk memastikan bahwa seiring semua itu terjadi, pengguna menghasilkan uang sebanyak mungkin dari iklan. Masing-masing tujuan tersebut ditenagai oleh algoritme untuk terus mencari tahu apa yang pengguna inginkan agar jumlahnya terus naik.

f. Peleraian

Tahap peleraian ini merupakan tahap akhir cerita. Pada tahap ini menampilkan tokoh Ben yang mulai menyesali dirinya yang mudah

terpengaruh oleh propaganda-propaganda yang tersebar di dunia maya. Didalam beberapa adegan, juga ditampilkan wawancara Jaron Lanier, seorang ilmuwan komputer, penulis buku “Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now”. Jaron Lanier mengajak masyarakat untuk tidak menggunakan aplikasi media sosial sama sekali, karena menurutnya, media sosial merupakan racun yang tertanam didalam otak dan akan mencoba mengambil alih kehidupan manusia. Tentu saja, pernyataan tersebut mengundang pro dan kontra dikalangan masyarakat terutama bagi perusahaan bidang industry teknologi seperti media sosial.

Gambar 4.10 *Scene* menit ke 63:22



Dalam *scene* menit ke 63:22 hingga akhir, terlihat fenomena polarisasi terjadi ketika algoritma sudah berhasil membentuk model penggunaanya dengan sempurna. penyebaran informasi hoax tentang covid dan munculnya teori-teori konspirasi dan propaganda politik tentang ketidakpercayaan terhadap pemerintah di berbagai negara yang memicu kekacauan dan kerusuhan. Film *The Social Dilemma* ini mengungkapkan bahwa penyebaran informasi palsu dan propaganda pada sosial media tidak dapat dibendung.

Ben yang sering menonton propaganda dan teori konspirasi yang tidak bisa divalidasi kebenarannya pun ikut mempercayai hal

yang beredar di sosial media. Kakak Ben, Cassandra, memarahinya dan menyuruhnya untuk tidak mengambil informasi yang beredar di media sosial begitu saja. Namun, Ben tidak terlalu menanggapi teguran saudara perempuannya dan percaya bahwa itu adalah informasi yang benar dan bertindak berdasarkan hal tersebut. Ini menandakan penyebaran informasi hoax tentang covid dan munculnya teori-teori konspirasi dan propaganda politik tentang ketidakpercayaan terhadap pemerintah di berbagai negara dapat memicu kekacauan dan kerusuhan di tengah-tengah masyarakat.

g. Penyelesaian

Adapun tahap terakhir ialah penyelesaian. Tahap penyelesaian ini terbagi menjadi dua yaitu, penyelesaian tertutup, menunjuk pada keadaan akhir sebuah cerita yang memang sudah selesai sesuai konflik yang ada dan penonton hanya bisa menerima akhir cerita tersebut, dan penyelesaian terbuka, menunjuk pada keadaan akhir cerita yang sebenarnya belum berakhir, sutradara memberikan kesempatan kepada penonton untuk mengimajinasikan, memikirkan, dan mengkreasikan penyelesaian dari cerita tersebut sesuai harapannya.²⁴

Pada tahap akhir film *The Social Dilemma* ini, sutradara menyerahkan sepenuhnya kepada penonton bagaimana menghadapi dilema yang terjadi di kehidupan saat ini terkait dengan penggunaan media sosial. Digambarkan dalam beberapa *scene* terakhir dalam film boneka *voodoo* yang diciptakan sistem algoritma sudah sepenuhnya menyerupai Ben. Hal tersebut berarti sistem algoritma sudah sepenuhnya mengumpulkan data dan informasi penggunaanya secara akurat dan sempurna. Namun, beberapa menit akhir kemudian sistem yang dibangun algoritma mulai rusak dan mati seiring sadarnya Ben

²⁴Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (Catatan : diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).

terkait penggunaan media sosial yang tidak bijak. Akhirnya boneka *voodoo* tersebut berjalan sendiri tanpa dikendalikan dan meninggalkan sistem tersebut.

Pada *scene* terakhir tersebut sutradara memberikan keputusan kepada penonton bagaimana seharusnya menyikapi penggunaan media sosial saat ini, karena dilema penggunaan media sosial ini akan terus-menerus berlanjut seiring perkembangan teknologi. Apakah pengguna media sosial akan terus aktif menggunakan media sosial dengan resiko kebocoran data dan pengontrolan terhadap psikis dan pikiran atau tetap menggunakan media sosial dengan bijak dan membatasi penggunaannya setiap hari.

2. Dilema Penggunaan Media Sosial dalam Konteks *Panopticon*

Melalui konsep *Panopticon* dari Michael Foucault, film *The Social Dilemma* berusaha menggambarkan peran pengguna media sosial memiliki kekuasaan dalam mengendalikan manusia yang ditampilkan melalui *scene* dan pernyataan langsung oleh penutur aslinya. Misalnya, bagaimana ketika Ben dikendalikan seperti boneka *voodoo* oleh sistem algoritma media sosial. Foucault mengambil ide *Panopticon* dari model arsitektur yang dirancang oleh filsuf Inggris, Jeremy Bentham. *Panopticon* adalah bangunan melingkar dengan menara di tengahnya. Menara ini memiliki jendela besar yang memungkinkan untuk melihat ke dalam bangunan melingkar, dimana bangunan melingkar tersebut di bagi menjadi sel-sel pada bagian depan. Sel nampak seperti sangkar yang sangat besar. Sel dapat digunakan untuk menampung orang gila, pasien, narapidana, atau anak sekolah. Pengawas ditempatkan di menara. Efek cahaya di belakang sel memungkinkan monitor mengamati orang di dalam sel. Mekanisme *Panopticon* membentuk entitas spasial yang dapat terus dilihat dan dipantau. Oleh karena itu, efek utama *Panopticon* adalah membuat

penghuni sel sadar bahwa mereka terus-menerus diawasi, sehingga secara otomatis mengekspresikan fungsi kekuasaan secara otomatis.²⁵

Akibatnya, *panopticon* berfungsi mengatur segala sesuatu sehingga penjaga tidak selalu mengawasi, meskipun tidak secara terus-menerus. Mereka yang berada di dalam sel otomatis akan terus merasa diawasi sehingga akan patuh dan disiplin. Model *panopticon* ini mirip dengan sistem algoritme media sosial yang dijelaskan oleh narasumber dalam film *The Social Dilemma*. Beberapa *panopticon* sebagai kekuasaan media sosial dalam mengendalikan penggunaannya antara lain:

1. Rekomendasi Konten

Rekomendasi konten mempengaruhi pengguna internet karena memberikan ide dan saran tentang apa yang mungkin mereka sukai dan ingin lihat. Ini dapat membantu pengguna menemukan konten yang lebih relevan dan menarik bagi mereka, sehingga mereka mungkin lebih tertarik untuk terus menggunakan internet.

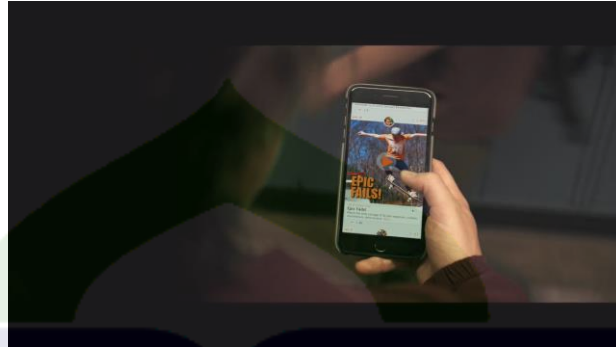
Selain itu, rekomendasi konten dapat membantu mengarahkan perhatian pengguna ke konten yang mungkin tidak mereka temukan sendiri, sehingga membantu meningkatkan penggunaan internet secara keseluruhan.

Ada beberapa dampak negatif yang mungkin terjadi dari adanya fitur rekomendasi, yang pertama adalah *Filter Bubble*. Sistem rekomendasi konten sering kali menampilkan konten yang sesuai dengan apa yang telah kita cari sebelumnya, sehingga kita mungkin hanya mendapatkan satu sudut pandang atau opini yang terbatas, yang disebut "*filter bubble*". Ini dapat menyebabkan kita

²⁵Usman Kansong. *Panopticon Covid-19*.
https://mediaindonesia.com/podiums/detail_podiums/1791-panopticon-covid-19 (Catatan : tanggal 1 Agustus 2022 merupakan tanggal diaksesnya artikel)

terisolasi dari pandangan yang berbeda dan mencegah kita mengembangkan pemahaman yang lebih luas tentang dunia.

Gambar 4.11 Scene menit ke 18:45



Scene menit ke 18:45, menunjukkan bahwa sistem algoritme selalu mengeluarkan rekomendasi konten yang sering pengguna lihat dan cari. Hal tersebut membuat kita terpenjara dalam konten yang sama.

Dampak negatif yang kedua adalah menyebarkan informasi yang tidak benar: Sistem rekomendasi konten mungkin juga akan menampilkan konten yang tidak akurat atau bahkan palsu, terutama jika konten tersebut memiliki banyak "*likes*" atau "*shares*" di media sosial. Ini dapat menyebabkan penyebaran informasi yang tidak benar atau bahkan berbahaya bagi masyarakat.

Dampak negatif selanjutnya adalah mempengaruhi pandangan kita: Rekomendasi konten yang sesuai dengan apa yang telah kita cari sebelumnya dapat mempengaruhi pandangan kita tentang suatu masalah atau topik. Kita mungkin hanya mendapatkan satu sudut pandang, yang dapat menyebabkan kita tidak memiliki pemahaman yang seimbang tentang suatu masalah.

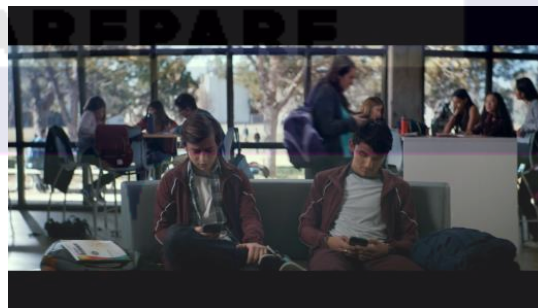
Gambar 4.12 Scene menit ke 64:10



Scene menit ke 64:10, menggambarkan bahwa banyak berita hoax yang muncul terkait dengan virus corona. Berita yang trending karena *like* dan *share* akan terus naik dan banyak di lihat, hal ini bisa menyebabkan perubahan pandangan dan mendoktrin pengguna media sosial agar percaya dengan informasi yang tersebar.

Dampak negatif selanjutnya adalah membuat kita tergantung pada teknologi. Rekomendasi konten dapat membuat kita tergantung pada teknologi untuk mendapatkan informasi dan hiburan, yang dapat mengurangi interaksi sosial kita dan mengurangi kemampuan kita untuk berfikir secara independen.

Gambar 4.13 Scene menit ke 21:16



Dalam *scene* menit ke 21:16, terlihat kurangnya interaksi interpersonal antara Ben dan temannya. Ini dikarenakan notifikasi

media sosial mereka masing-masing, fokus interaksi langsung beralih ke aktivitas media sosial mereka. Gestur yang tidak menunjukkan minat pada interaksi manusia secara langsung ditunjukkan oleh para pemain yang menatap ponsel masing-masing.

Para pemain tampak seperti dua orang asing yang tengah duduk bersebalahan, padahal mereka adalah teman dan saling mengenal. Media sosial memberikan kemudahan interaksi kepada berbagai individu secara tidak langsung, namun secara tidak sadar juga memberikan batas pada hubungan interpersonal secara langsung.

2. Notifikasi

Notifikasi adalah pesan yang ditampilkan oleh sistem atau aplikasi untuk menginformasikan sesuatu kepada pengguna. Notifikasi dapat berupa teks, suara, atau pemberitahuan visual, dan biasanya muncul di bagian atas layar atau sebagai ikon di taskbar. Tujuan utama notifikasi adalah untuk memberikan informasi penting kepada pengguna secara cepat dan efisien, seperti pemberitahuan tentang panggilan telepon atau pesan teks yang masuk, atau pemberitahuan bahwa aplikasi telah selesai menyelesaikan tugas yang diberikan.

Notifikasi dapat memiliki beberapa dampak negatif bagi pengguna internet, tergantung pada bagaimana mereka mengelola notifikasi tersebut.

Dampak negatif yang pertama adalah gangguan konsentrasi. Notifikasi yang terus-menerus masuk dapat mengalihkan perhatian dan mengganggu konsentrasi seseorang saat sedang melakukan sesuatu.

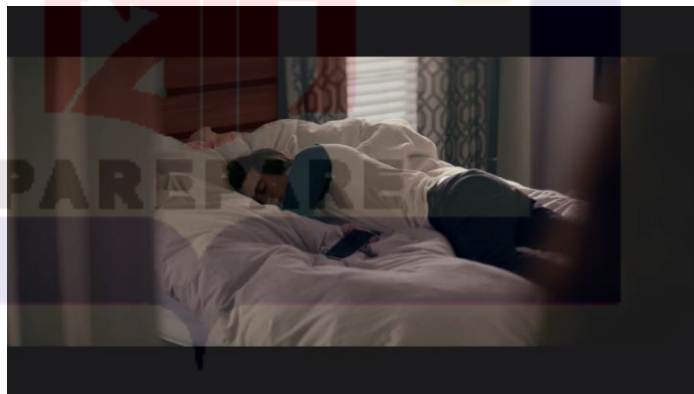
Gambar 4.14 *Scene* menit ke 24:55



Scene menit ke 24:55, menggambarkan bagaimana fokus Ben selalu teralihkan ketika notifikasi media sosial yang muncul pada gawainya. Hal tersebut menyebabkan Ben tidak fokus pada pembelajaran di dalam kelas.

Dampak negatif selanjutnya adalah kemungkinan terjadi kelelahan. Terlalu banyak notifikasi dapat membuat seseorang merasa terlalu banyak dihantui oleh informasi dan kewajiban, yang dapat menyebabkan kelelahan.

Gambar 4.15 *Scene* menit ke 53:02



Scene menit ke 53:02, menggambarkan Ben yang kelelahan setelah semalaman bermain media sosial. Akibatnya, Ben ketiduran dan terlambat ke sekolah.

Dampak negatif dari fitur notifikasi selanjutnya adalah efek sosial. Notifikasi dapat mengganggu interaksi sosial, misalnya saat seseorang terlalu sibuk mengecek ponselnya dan tidak memberikan perhatian yang cukup pada orang lain di sekitarnya.

Gambar 4.16 Scene menit ke 34:03



Scene menit ke 34:03, menggambarkan keluarga Ben yang tengah makan malam. Isla sangat fokus bermain media sosial sampai-sampai tidak memperhatikan orang-orang yang berada di sekitarnya.

Dampak negatif selanjutnya adalah ancaman privasi. Jika notifikasi mencakup informasi pribadi yang sensitif, ada kemungkinan bahwa informasi tersebut dapat tersebar luas dan merugikan privasi seseorang. Hal ini tergambar dalam *scene* menit ke 18:56, ada tiga figur yang bertindak sebagai algoritma yang memproses data dan informasi yang disajikan kepada pengguna untuk membuat model pengguna yang akurat. Melalui informasi pribadi yang didapatkan dari pengguna, sistem algoritme membentuk model pengguna yang bisa dikendalikan seperti boneka *voodoo*.

Dampak negatif selanjutnya adalah gangguan tidur. Notifikasi yang masuk pada malam hari dapat mengganggu tidur

seseorang dan menyebabkan mereka merasa tidak segar saat bangun di pagi hari. Hal ini tergambar dalam *scene* menit ke 53:02 (Gambar 4.15), terlihat bahwa Ben sangat kelelahan setelah semalaman bermain media sosial.

Untuk menghindari dampak negatif dari notifikasi, ada beberapa hal yang dapat dilakukan, seperti Menyetel notifikasi untuk hanya muncul pada waktu-waktu tertentu saja; Mematikan notifikasi untuk aplikasi yang tidak terlalu penting; Menyesuaikan pengaturan privasi untuk menghindari tersebarnya informasi pribadi yang sensitif; dan Menghindari mengecek ponsel terlalu sering, terutama saat sedang melakukan sesuatu yang membutuhkan konsentrasi tinggi.

3. Tombol "*like*"

Tombol "*like*" pada media sosial adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan bahwa mereka menyukai atau menghargai konten yang ditampilkan di media sosial tersebut. Tombol "*like*" biasanya ditampilkan di sebelahkananatabawah sebuah posting, dan pengguna dapat menekan tombol tersebut untuk memberikan "*like*" pada konten yang mereka sukai.

Tombol "*like*" bisa digunakan untuk menunjukkan kepada pembuat konten bahwa konten tersebut bermanfaat atau menarik bagi pengguna, serta dapat digunakan sebagai cara untuk menyebarkan konten kepada teman-teman atau follower lainnya.

Tombol "*like*" pada media sosial dapat memiliki dampak negatif pada individu dan masyarakat secara keseluruhan. Berikut ini adalah beberapa dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh tombol "*like*" pada media sosial.

Dampak negatif dari tombol “like” yang pertama adalah membuat individu merasa tidak mencukupi. Penggunaan tombol “like” dapat menjadi cara untuk menilai kepopuleran atau keberhasilan seseorang di media sosial. Individu yang tidak mendapat banyak “like” mungkin merasa tidak mencukupi atau tidak diakui oleh orang lain. Hal ini tergambar dalam *scene* menit ke 41:58 (Gambar 4.6), Isla yang merasa kurang percaya diri akibat foto yang ia unggah pada media sosial dan tidak mendapatkan cukup “like” bahkan mendapat komentar negatif.

Dampak negatif selanjutnya adalah mempengaruhi keputusan seseorang. Tombol “like” dapat mempengaruhi keputusan seseorang tentang apa yang harus dilakukan atau dipilih. Misalnya, seseorang mungkin lebih mungkin memilih untuk melakukan sesuatu atau membeli sesuatu karena mendapat banyak “like” dari pada mempertimbangkan apakah itu benar-benar sesuai dengan keinginannya. Hal ini tergambar dalam *scene* menit ke 41:58 (Gambar 4.6), dimana Isla selalu menutup telinganya menggunakan rambut ketika bercermin, karena merasa tidak percaya diri dengan ukuran telinganya.

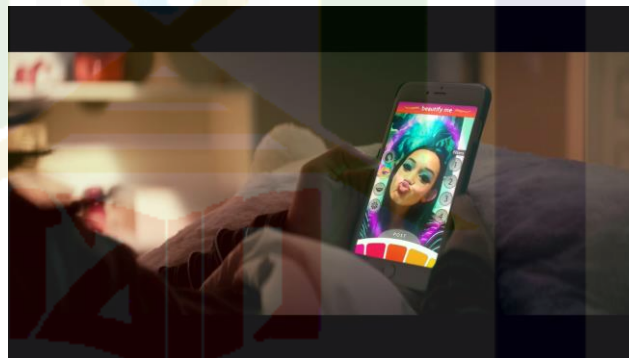
Dampak negatif selanjutnya adalah menyebabkan ketergantungan. Penggunaan tombol “like” dapat menjadi sumber kepuasan bagi beberapa individu, sehingga mereka mungkin menjadi tergantung pada “like” yang mereka terima. Ini dapat menyebabkan individu terlalu terpaku pada media sosial dan mengalihkan perhatian mereka dari kehidupan nyata.

Dampak negatif selanjutnya adalah menimbulkan persaingan tidak sehat. Tombol “like” dapat menimbulkan persaingan tidak sehat di antara pengguna media sosial, terutama di kalangan anak-

anak dan remaja. Mereka mungkin merasa tertekan untuk mendapatkan lebih banyak "like" daripada teman-temannya atau merasa tidak memadai jika tidak mendapat cukup "like". Pada *scene* menit ke 40:37 (Gambar 4.5), terlihat grafik peningkatan kematian akibat bunuh diri di kalangan remaja putri. Hal ini sebagai dampak dari fenomena *cyber bullying* di kalangan remaja, khususnya remaja putri.

Dampak negatif selanjutnya adalah mendorong perilaku tidak sehat. Penggunaan tombol "like" dapat mendorong individu untuk memposting konten yang tidak sehat atau tidak realistis untuk mendapatkan lebih banyak "like", seperti memposting foto yang dipoles atau mengelabui orang lain tentang kehidupannya.

Gambar 4.17 *Scene* menit ke 38:37



Pada *scene* menit ke 38:37, terlihat bahwa isla sedang memoles fotonya dengan berbagai filter dari media sosial agar terlihat lebih baik. Hal ini ia lakukan demi mendapatkan like dan komentar positif dari pengguna media sosial lainnya.

Secara keseluruhan, tombol "like" pada media sosial dapat memiliki dampak negatif pada individu dan masyarakat jika tidak digunakan dengan bijaksana.

4. Rekomendasi Iklan

Pada dasarnya, fungsi iklan pada media sosial adalah untuk mempromosikan produk atau jasa kepada audiens yang terlibat di media sosial tersebut. Iklan pada media sosial juga dapat digunakan untuk meningkatkan brand awareness, mengarahkan traffic ke situs web, atau mengumpulkan leads.

Iklan pada media sosial juga dapat disesuaikan dengan target audiens yang diinginkan. Misalnya, iklan dapat ditujukan kepada orang-orang berdasarkan usia, jenis kelamin, lokasi geografis, atau minat yang tercantum dalam profil mereka. Ini memungkinkan perusahaan untuk lebih efektif dalam menjangkau audiens yang sebenarnya mereka inginkan, sehingga meningkatkan efisiensi dari iklan tersebut.

Secara keseluruhan, iklan pada media sosial dapat menjadi cara yang efektif untuk menjangkau audiens yang terlibat di media sosial dan mempromosikan produk atau jasa kepada mereka.

Ada beberapa dampak negatif yang dapat terjadi akibat rekomendasi iklan pada media sosial, yang pertama adalah privasi. Rekomendasi iklan pada media sosial dapat membahayakan privasi pengguna dengan mengumpulkan data pribadi dan menggunakannya untuk menargetkan iklan kepada pengguna. Hal ini tergambar dalam *scene* menit ke 18:56 (Gambar 4.3), dimana ada tiga orang yang diilustrasikan sebagai sistem algoritma, mengatur dan mengontrol konten apa saja yang akan kita lihat, termasuk iklan. Iklan yang ditampilkan berdasarkan dari riwayat pencarian Ben di media sosial.

Dampak negatif yang kedua adalah manipulasi. Rekomendasi iklan yang ditampilkan pada media sosial dapat dipengaruhi oleh

kepentingan tertentu sehingga dapat menyesatkan atau mempengaruhi opini publik.

Dampak negatif selanjutnya adalah ketidakseimbangan. Rekomendasi iklan pada media sosial dapat memberikan keuntungan yang tidak seimbang bagi para pemasang iklan, terutama bagi perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih banyak untuk membayar iklan yang lebih efektif.

Dampak negatif selanjutnya adalah Efek samping. Rekomendasi iklan yang terus-menerus ditampilkan pada media sosial dapat menyebabkan kelelahan dan kejenuhan bagi pengguna, terutama jika iklan tersebut tidak relevan dengan kepentingan atau kebutuhan pengguna.

Digambarkan dalam film tersebut, sistem algoritme membangun sistem di otak seorang pelajar bernama Ben (pengguna media sosial) berupa tiga orang yang sedang mengawasi pengguna media sosial. Pengguna media sosial ini divisualisasikan seperti boneka *voodoo* yang bergerak sesuai dengan kehendak tiga orang tersebut.

Ketika Ben sedang fokus belajar dikelas dan meletakkan gawainya, sistem algoritme tersebut dengan segera mengirimkan notifikasi mengenai hal-hal yang mungkin disukai Ben berdasarkan *history* dari media sosialnya. Alhasil, Ben segera mengecek gawainya. Ketika Ben mulai merasa bosan dengan gawainya, sistem tersebut memunculkan semacam rekomendasi pertemanan yang menampilkan wanita yang Ben sukai. Dalam hal ini, sistem algoritme terus menerus membuat prediksi dan menampilkan rekomendasi berdasarkan apa yang disukai oleh penggunanya agar terus-menerus menggunakan media sosial, ini disebut

sebagai teknik desain yang dipakai untuk menumbuhkan aktivitas di media sosial.

Media sosial secara tidak langsung telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia dalam membentuk cara pandang terhadap sesuatu²⁶. Selama ini, kita mungkin berpikir bahwa media sosial merupakan hal yang menyenangkan yang bisa kita kontrol kapan pun dan dimana pun kita berada. Tetapi, dalam film *The Social Dilemma* ini, mencoba menyadarkan pengguna media sosial bahwa tanpa mereka sadari media sosial menjadikan mereka sebuah produk yang dijual kepada perusahaan periklanan. Perusahaan periklanan tersebut membeli perhatian yang kita berikan pada media sosial untuk menampilkan iklan dari perusahaannya. Itulah sebabnya, kita dapat mengakses berbagai hal di media sosial maupun internet secara gratis.

Pengaksesan iklan secara gratis inilah yang menjelaskan bahwa peran pengguna media sosial bukanlah sebagai subjek, melainkan sebagai objek dari media sosial itu sendiri. Melalui konsep *panopticon* dari Michael Foucault, film *The Social Dilemma* berusaha menggambarkan peran pengguna media sosial sebagai objek dari media sosial itu sendiri melalui *scene* ketika Ben dikendalikan seperti boneka *voodoo* oleh sistem algoritma media sosial.

Menurut Foucault, individualitas yang mengarahkan struktur tubuh yang dikuasainya memiliki empat ciri yang dikatakan sebagai bentuk individualitas, yaitu selular (menentukan distribusi spasial tubuh-tubuh), organik (memastikan bahwa aktivitas yang dibutuhkan oleh tubuh-tubuh bersifat “alamiah” bagi mereka), genetik (Pengontrolan evolusi selama waktu aktivitas tubuh-tubuh itu), dan bersifat kombinasi (memungkinkan

²⁶ M Haramain, dkk. *Contestation of Islamic Radicalism in Online Media: A Study with Foucault's Theory on Power Relation*. AICIS 2019.

kombinasi kekuatan dari banyak tubuh ke dalam sebuah kekuatan tunggal yang sangat kuat).²⁷

Digambarkan dalam film tersebut bahwa sistem algoritme selalu memastikan bahwa otak manusia menerima informasi yang ditampilkan pada media sosial seakan-akan terjadi secara alamiah. Informasi yang ditampilkan ini berupa rekomendasi atau saran perteman, iklan, dan konten yang sering kita lihat dan sukai. Sistem algoritme juga tidak akan pernah berhenti memperbarui informasi setiap kali pengguna media sosial *refresh* beranda. Hal tersebut merupakan suatu bentuk kekuasaan sistem algoritme media sosial terhadap pikiran dan perilaku penggunanya.

Foucault berpendapat bahwa disiplin menciptakan "tubuh yang tenang dan dapat diatur". Namun, untuk membangun kembali badan yang damai dan dapat dikelola, lembaga disipliner harus dapat: (a) terus memantau dan mencatat entitas yang dikendalikan; (b) memastikan internalisasi individualitas disiplin dalam komite yang dipimpinnya. Maka disiplin harus dilaksanakan tanpa paksaan yang tidak semestinya dengan pengawasan yang hati-hati, dan tubuh dibentuk menjadi bentuk yang tepat dengan observasi.²⁸

Pendapat yang dikemukakan oleh Foucault tersebut tergambar dalam film *The Social Dilemma* saat *scene* menit ke 18:56 (Gambar 4.3) dimana Ben dikendalikan oleh sistem algoritme layaknya boneka *voodoo*. Sistem algoritme ini terus-menerus memantau dan mengawasi hal apa saja yang kita amati dalam media sosial. sistem ini juga akan selalu memastikan bahwa penggunanya selalu membuka dan menggunakan media sosial tanpa disadari. Informasi yang dikumpulkan sistem algoritme

²⁷Muhammad Iqbal, *Pelarangan Buku di Indonesia Era Orde Baru: Perspektif Panoptikon Michael Foucault*, <https://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JA/article/downloadSuppFile/3591/326>.

²⁸Muhammad Iqbal, *Pelarangan Buku di Indonesia Era Orde Baru: Perspektif Panoptikon Michael Foucault*, <https://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JA/article/downloadSuppFile/3591/326>.

secara konsisten dan perlahan inilah yang menjadi data bagi sistem tersebut untuk membuat rekomendasi-rekomendasi konten dan terkadang dimunculkan dalam bentuk notifikasi.

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teori alur, menunjukkan bahwa peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam film *The Social Dilemma* ini merupakan sebuah hubungan sebab-akibat. Pernyataan setiap narasumber terkait dengan kedilemaan para pengguna media sosial terhadap media sosial itu sendiri (sebab), selalu didukung dengan ilustrasi yang diperankan oleh aktor dalam film *The Social Dilemma* (akibat). Ini semakin memperkuat alur dari cerita atau peristiwa yang ditampilkan dalam film tersebut.

Kemudian berdasarkan teori *panopticon*, film *The Social Dilemma* menunjukkan bahwa dilema penggunaan media sosial dipengaruhi oleh sistem kerja algoritme dari media sosial itu sendiri. Sistem yang dikenal dengan sebutan *Artificial Intelligen* (AI) atau kecerdasan buatan ini memiliki cara kerja menyerang alam bawah sadar para pengguna media sosial.

Menurut Van Dijk, jika kontrol konteks dan struktur teks dan percakapan adalah bentuk pertama penggunaan kekuasaan, maka yang kedua adalah mengontrol pikiran, yaitu perkara bagaimana mengontrol pikiran orang dalam suatu praktik wacana.²⁹ Berdasarkan film *The Social Dilemma* ini, penggunaan media sosial menjadi sulit terkontrol akibat pesan-pesan yang ditampilkan sistem algoritma pada layar gawai, entah itu berupa notifikasi, rekomendasi teman, atau iklan, baik berupa teks maupun video atau gambar.

Tanpa pengguna sadari ketika sedang asyik berselancar di media sosial, sistem algoritme merekam segala hal yang pengguna lihat pada layar gawai mulai dari gambar, tulisan, dan berapa lama intensitas gambar dan tulisan

²⁹Budiawan, dkk, *Hampan Wacana dari Praktik Ideologi, Media Hingga Kritik Poskolonial*, Yogyakarta :Penerbit Ombak (Anggota IKAPI) (2018), Hal 42.

tersebut diamati. Melalui informasi yang terekam, algoritme mulai membuat rekomendasi konten yang mungkin pengguna sukai. Inilah yang memicu para pengguna media sosial untuk terus-menerus membuka rekomendasi yang dimunculkan dan tenggelam dalam hipnotis sistem kecerdasan buatan manusia itu sendiri.

Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan Tristan Harris (salah satu narasumber dalam film *The Social Dilemma*), dalam wawancaranya dengan Ellen pada akun youtube The Ellen Show menit ke 2 detik 34 :

“The person’s worth more if they’re addictively checking their phone like a slot machine, sometimes you pull that slot machine, you get something nice, you get those five new likes or rewards. Other times you pull the refresh, and you don’t get anything. And it’s that randomness that makes it so addictive”³⁰

Tristan Harris menjelaskan bagaimana pengguna menggunakan media sosial seperti menggunakan mesin slot. Ketika kita menarik mesin slot, kita mendapatkan hal random, entah itu sesuatu yang baik atau kita tidak mendapatkan sesuatu. Dalam social media, ketika kita me-refresh beranda, kita bisa saja mendapatkan lima *like* baru atau hadiah, hal random yang direkomendasikan oleh media sosial, dan ketika me-refresh nya kembali kita mungkin juga tidak mendapatkan apapun. Salah satu cara sistem algoritme menarik perhatian pengguna media sosial ialah memunculkan hal-hal random yang mungkin disukai oleh para penggunanya, dan hal random tersebutlah yang membuat sangat ketagihan bersosial media.

Dalam film *The social Dilemma*, menyebut beberapa media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Snapchat*, dan sebagainya, bahkan para narasumber dalam film ini merupakan orang-orang yang pernah bekerja di

³⁰Channel Youtube The Ellen Show, *‘The Social Dilemma’s’ Tristan Harris on How to Make Social Media Less Addictive*, menit ke 2:34.

beberapa aplikasi media sosial tersebut. Para narasumber ini memaparkan kekhawatiran mereka tentang sistem algoritma yang mereka kembangkan, sudah mulai sulit dikendalikan dan menimbulkan dampak yang signifikan bagi penggunanya.

Dampak dari penggunaan media sosial yang kurang bijak agaknya sulit untuk diidentifikasi oleh pengguna media sosial itu sendiri. Salah satu *scene* dalam film ini menampilkan grafik peningkatan kematian akibat bunuh diri di kalangan remaja putri dari tahun ke tahun (Gambar 1.6) yang menjadi simbol bahwa tingkat bunuh diri di kalangan remaja putri juga meningkat sejak munculnya media sosial. Perasaan *insecurity* akibat komentar negatif pada postingan di media sosial, kadang di salah artikan oleh pengguna bahwa kekurangan (fisik) tersebut berasal dari diri pengguna sendiri. Hal tersebut membuat kurangnya kepercayaan diri pada pengguna hingga berakhir pada gangguan kesehatan mental (depresi).

Dampak lain penggunaan media sosial yang ditampilkan dalam film ini juga merujuk pada pengambilan data/informasi pribadi penggunanya. Dalam salah satu *scene* pada film ini, algoritma mengambil sedikit demi sedikit data penggunanya berdasarkan riwayat penggunaan media sosialnya, hingga akhirnya memiliki informasi yang cukup untuk membuat penggunanya terus menggunakan media sosial (Gambar 4.3 dan 4.9). Sistem algoritma membuat rekomendasi-rekomendasi konten dan menampilkan iklan yang mungkin akan disukai oleh penggunanya berdasarkan apa yang sering diamati dan di-like oleh pengguna. Semakin di-*scroll* ke bawah, semakin banyak rekomendasi yang ditampilkan, ketika di-*refresh* maka akan muncul rekomendasi konten yang random yang mungkin disukai oleh pengguna, dan tidak ada habisnya. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin lama menggunakan media sosial, maka semakin banyak data/informasi yang diambil oleh perusahaan media sosial, untuk selanjutnya dijual ke perusahaan periklanan.

Peran dari pengguna media sosial juga ditunjukkan dalam film *The Social Dilemma* ini, yaitu sebagai objek dari media sosial itu sendiri. Konsep dalam film ini sesuai dengan konsep Panopticon dari Michael Foucault. Panopticon merupakan bangunan melingkar dengan menara di tengahnya. Menara ini memiliki jendela besar yang memungkinkan untuk melihat ke dalam bangunan melingkar, dimana bangunan melingkar tersebut di bagi menjadi sel-sel pada bagian depan. Sel nampak seperti sangkar yang sangat besar. Sel dapat digunakan untuk menampung orang gila, pasien, narapidana, atau anak sekolah. Pengawas ditempatkan di menara. Efek cahaya di belakang sel memungkinkan monitor mengamati orang di dalam sel. Mekanisme Panopticon membentuk entitas spasial yang dapat terus dilihat dan dipantau. Oleh karena itu, efek utama Panopticon adalah membuat penghuni sel sadar bahwa mereka terus-menerus diawasi, sehingga secara otomatis mengekspresikan fungsi kekuasaan secara otomatis.³¹ Melalui konsep Panopticon dari Michael Foucault, film *The Social Dilemma* berusaha menggambarkan peran pengguna media sosial sebagai objek dari media sosial itu sendiri melalui *scene* ketika Ben dikendalikan seperti boneka *voodoo* oleh sistem algoritma media sosial.

Dari beberapa dampak yang telah disebutkan diatas, dapat dilihat bahwa media sosial telah menguasai jiwa dan emosi para penggunanya secara tidak sadar. Kekuasaan yang dilakukan oleh media sosial ini pada akhirnya menimbulkan kedilemaan bagi para penggunanya. Selain membantu manusia dalam menciptakan kemudahan-kemudahan beraktifitas, media sosial juga membuat manusia terperangkap dalam penjara dunia digital.

Pada akhirnya berdasarkan penelitian ini, dalam film *The Social Dilemma* terdapat pembelajaran yang berarti, peneliti menemukan hal baru

³¹Usman Kansong. *Panopticon Covid-19*.
https://mediaindonesia.com/podiums/detail_podiums/1791-panopticon-covid-19 (Catatan : tanggal 1 Agustus 2022 merupakan tanggal diaksesnya artikel)

sesuai dengan konsep teori alur dan konsep Panopticon oleh Michael Foucault, bahwa film tidak hanya memberikan hiburan semata namun juga memberikan pelajaran serta pengalaman. Namun, terlepas dari bagaimana hasil penelitian ini, Film *The Social Dilemma* sendiri dinilai mampu memengaruhi persepsi penonton terhadap media sosial.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan dari skripsi penulis yang berjudul “Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial Dalam Film Dokumenter *The Sosial Dilemma*”, maka penulis dapat mengambil kesimpulan akhir yaitu sebagai berikut :

1. Peristiwa-peristiwa yang digambarkan dalam film *The Sosial Dilemma* merupakan sebuah hubungan sebab-akibat. Di mana pernyataan para narasumber (sebab) selalu diikuti atau didukung oleh cerita ilustrasi yang diperankan oleh aktor (akibat).
2. Ada beberapa hal yang digambarkan dalam film *The Sosial Dilemma* terkait dengan dilema penggunaan media sosial, yaitu 1) adanya pengawasan yang tidak disadari oleh pengguna media sosial terhadap aktivitas yang mereka lakukan saat sedang bersosial media, 2) adanya perekaman data dan informasi yang sifatnya pribadi; 3) adanya pemanipulasian tampilan pada media sosial agar manusia tidak lepas dari media sosial (seperti sistem notifikasi, rekomendasi pertemanan, dan sistem periklanan). Oleh karenanya, film ini juga menjelaskan akan kesadaran dalam penggunaan media sosial agar lebih bijak dan cerdas. Jika tidak, pengguna akan terus diperbudak oleh sistem algoritma yang menjalankan media sosial. hal tersebutlah yang menimbulkan dilema terhadap penggunaan media sosial.
3. Hal yang menjadi dilema dalam penggunaan media sosial ialah adanya kekuasaan media sosial yang memenjarakan dan mengontrol para

penggunanya. Kekuasaan tersebut timbul dalam bentuk notifikasi, rekomendasi konten, rekomendasi iklan, dan fitur tombol “like”.

B. SARAN

1. Peneliti sangat mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Khususnya mahasiswa IAIN Parepare, *viewers* film *The Social Dilemma*, serta pengguna media sosial terkait dengan penggunaan media sosial secara bijak dan cerdas
2. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, penulis berharap skripsi ini memberikan kontribusi dan gambaran sebagai bahan acuan yang dijadikan sebagai literatur pada penelitian mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengerjakan skripsi yang berkaitan dengan Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Albarikah, Kiki Rizkiyah, 2017. "Pesan Moral Dalam Film (Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Trash)", Skripsi Sarjana; Fakultas Komunikasi dan Informatika: Surakarta.

Ashfiasari, Siti, dan Mariati Tirta Wiyata "Analisis Semiotika Film *The Social Dilemma*", *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, 2.1 (2021).

Budiawan, dkk, "Hampanan Wacana dari Praktik Ideologi, Media Hingga Kritik Poskolonial", Yogyakarta : Penerbit Ombak (Anggota IKAPI) (2018).

Harahap, Machyudin Agung, dan Susri Adeni "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia", *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7.2 (2020).

Kansong, Usman, Panopticon Covid-19. https://mediaindonesia.com/podiums/detail_podiums/1791-panopticon-covid-19 (diakses pada tanggal 1 Agustus 2022).

Karman, "Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini", *STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 17.1 (2013).

Karnadi, Alif, Pengguna Media Sosial di Indonesia Mencapai 170 Juta. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-mencapai-170-juta>. (diakses pada tanggal 14 April 2022).

Karunia H, Hans Nauvaliana Ashri dan Dr. Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratifications", *Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021).

Republik Indonesia. 1992, Undang-undang No.8 Tahun 1992 Tentang Perfilman.

Setiadi, Ahmad, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi, [https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055#:~:text=Menurut%20Nasrullah%20\(2015\)%20media%20sosial,membentuk%20ikatan%20sosial%20secara%20virtual](https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055#:~:text=Menurut%20Nasrullah%20(2015)%20media%20sosial,membentuk%20ikatan%20sosial%20secara%20virtual) (diakses pada tanggal 7 Maret 2022).

Sinopsis *The Social Dilemma* (2020)-Kisah Sisi Terang dan Gelap dari Sosial Media. <https://www.indozone.id/movie/pQsVdVl/sinopsis-the-social-dilemma-2020-kisah-sisi-terang-dan-gelap-dari-sosial-media>. (diakses pada tanggal 8 Juli 2022).

- Teori Alur. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2007-3-00257-SI%20Bab%202.pdf> (diakses pada tanggal 23 Agustus 2022).
- Wolton, Dominique, “Kritik Atas Teori Komunikasi: Kajian dari Media Konvensional Hingga Era Internet”, Yogyakarta : Kreasi Wacana (2007).
- Eldija, F. D., & Mastutie, F., “Panoptic Architecture”, eJournal Unsrat, 18 (2016).
- Wiyata, S. A., & Tirta, M., “Analisis Semiotika Film The Social Dilemma”, NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan, (2021).
- Arham, S. R., “Isu Media Sosial dalam Film Dokumenter The Social Dilemma Karya Jeff Orlowski”, Repository UGM, (2022).
- Youtube Channel The Ellen Show, *‘The Social Dilemma’s’ Tristan Harris on How to Make Social Media Less Addictive.*





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Sorong, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 21187, Fax. (0421) 24484
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 1470 /In.39.7/PP.00.9/07/2022 Parepare, 15 Juli 2022
Lamp : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Walikota Parepare
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama : NUR ANNISA
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 09 Februari 2000
NIM : 18.3100.030
Semester : VIII
Alamat : Lapadde, Parepare

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah Kota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM FILM DOKUMENTER THE SOCIAL DILEMMA

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juli 2022 S/d Agustus 2022.

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb



Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

SRN IP0000584


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 585/IP/DPM-PTSP/7/2022

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **NUR ANNISA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**
Jurusan : **KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

ALAMAT : **JL. JEND AHMAD YANI KM 2, KOTA PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM FILM DOKUMENTER THE SOCIAL DILEMMA**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN Se-KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **27 Juli 2022 s.d 27 Agustus 2022**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **04 Januari 2023**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE


Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pangkat : **Pembina (IV/a)**
NIP : **19741013 200604 2 019**

Biaya : Rp. 0.00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

• Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**

• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



PERNYATAAN TELAH MENELITI

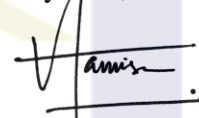
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Annisa
Nim : 18.3100.030
Tempat Tanggal Lahir : Parepare, 9 Februari 2000
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Film
Dokumenter *The Social Dilemma*

Menyatakan telah melakukan penelitian skripsi pada film *The Social Dilemma*, yakni melalui media Netflix dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2022.

Parepare, 30 Agustus 2022

Penyusun,



Nur Annisa

NIM. 18.3100.030

BIODATA PENULIS



Nur Annisa adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir sebagai anak keempat dari enam bersaudara, dari pasangan Abd. Rahim Allo dan Murni Tabea. Penulis lahir di Parepare 09 Februari 2000 dan berdomisili di Kelurahan Lapadde, Kecamatan Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Penulis Menempuh pendidikan dimulai dari SDN 17 Parepare pada tahun 2006, melanjutkan ke MTsN Parepare pada tahun 2012, kemudian SMAN 1 Parepare pada tahun 2015, melanjutkan ke perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2018 hingga akhirnya menempuh masa kuliah di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

Dengan ketekunan, kesabaran, dan motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif kepada dunia pendidikan khususnya ilmu komunikasi.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “**Analisis Dilema Penggunaan Media Sosial Dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma***”.

Penulis bisa dihubungi melalui email nurannisa003@iainpare.ac.id