

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mulai meningkat dengan pesat. Pada era digitalisasi hampir seluruh orang di dunia sudah menggunakan teknologi. Orang-orang yang lahir di masa ini disebut sebagai generasi milenial, yaitu generasi yang mahir dalam menggunakan teknologi. Berkembangnya teknologi di era ini menghasilkan jaringan-jaringan seperti internet, media sosial, dll. Meningkatnya pengguna internet saat ini telah mendorong para pengembang untuk menciptakan inovasi-inovasi baru. Beragam aplikasi telah diciptakan demi memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia. Aplikasi-aplikasi jejaring sosial online yang diciptakan seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, *Youtube* dan sebagainya membuat manusia saling terhubung satu sama lain. Media massa saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat milenial. Media massa yang mudah didapatkan oleh masyarakat untuk membagikan informasi dengan cepat ke seluruh dunia. Tidak heran apabila media massa mampu merubah sudut pandang suatu kelompok masyarakat.

Zaman digitalisasi dan interkoneksi yang masif sekarang ini telah membawa sebuah peralihan dalam masyarakat dari berbagai tingkatan dan umur yang mengedepankan media sosial dalam memperoleh dan menyampaikan informasi secara mendunia. Munculnya kehadiran berbagai kecanggihan media sosial kemudian menjadi mudah dengan nilai gunanya sebagai pola komunikasi di era multimedia dengan basis internet. Dengan adanya teknologi internet orang-orang dari berbagai belahan dunia dapat saling berhubungan. Internet dapat memungkinkan siapapun, dimanapun, dan kapanpun orang-orang dapat saling terhubung serta bersaing dengan sangat mudah. Seperti yang kita lihat sekarang, bahwa media sosial dimanfaatkan untuk jual/beli barang dengan mudah, jadi suatu barang yang ingin dijual akan dipromosikan secara luas melalui sosial media yang sekarang diminati banyak orang seperti *tiktok* dan *instagram* melalui akun salah satu pengguna yang memiliki banyak pengikut, ini disebut dengan *endorsement*, maka orang akan tertarik membeli suatu

barang karena melihat idola nya memakai barang tersebut. Selain itu, sosial media juga memiliki sisi gelap jika disalah gunakan dengan cara menipu bahkan melakukan pencurian dengan berbagai macam modus seperti mengajak berkenalan, atau transaksi jual beli dengan memakai akun *fake* (palsu).

Selain sisi ekonomi dan modus penggunaan lainnya, Media juga mengubah sisi kehidupan manusia seperti sisi politik dalam tatanan masyarakat, tentu hal ini telah membawa suatu transformasi baru yang dimana pemahaman teknologi informasi bermunculan dalam suatu media baru. Dewasa ini, media tidak hanya sebagai sarana penyampai pesan (perantara), juga menjadi sarana untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku publik. Akibatnya hal itu menciptakan bias di media, dimana media harus menjadi pilar bagian keempat dari demokrasi dengan menyuarakan kepentingan masyarakat. Konstruksi media dari realitas terjadi dalam kehidupan publik tidak ada dalam ruang hampa yang terlepas dari berbagai macam kepentingan.

Karena penyebarannya yang cukup luas, media massa memiliki potensi menjadi sebuah alternatif yang ampuh, mereka bisa memberikan pengaruh kepada massa melalui pesan yang ditujukan. Penyebaran wacana dan ideologi bisa langsung menyebar di masyarakat secara efektif, maka dari itu, media massa tidak boleh dikuasai oleh kelompok kepentingan yang dominan. Namun pada akhirnya, pada kepentingan-kepentingan tertentu media bisa menjadi kekuatan oleh beberapa pihak tertentu, demi kepentingan bisnis maupun politik, maka terjadilah aksi agregasi media yang dikendalikan oleh oligarki media. Kepemilikan multimedia terpusat pada elit tertentu dan pembentukan organisasi politik media yang menggunakannya sebagai alat untuk mencapai ambisinya.

Mengutip (Althusser, 2008) melihat bahwa media yang sebenarnya ditengah realitas sosial yang menyeluruh dengan banyak kepentingan, kontradiksi, dan kebenaran yang kompleks dan beragam. Komunikasi massa bukanlah organisasi yang bebas dan independen tetapi terkait dengan kenyataan masyarakat berdasarkan kepentingan berbeda yang dipertaruhkan media. Media massa selalu bergerak dinamis ditengah pusaran kepentingan oleh siapa yang bermain, media mampu mempengaruhi semua sisi, baik itu kepentingan sosial, ekonomi, maupun politik

Media dan elit berperang satu sama lain melalui media sosial atau massa yang mereka punya kendali untuk dibawa ke keuntungan mereka sendiri. Dalam media

massa dipraktikkan juga suatu dominasi budaya, berbagai budaya populer yang memperkenalkan ideologi kaum bermodal (*capital*). Berkat media massa, kelas orang-orang terpandang mempraktikkan suatu dominasi dengan menyebarkan wacana dan ideologi yang dianggap benar oleh pihak yang berkuasa. Disisi lain, media telah menjadi media penyebar asas dominan, alat legitimasi, dan kontrol wacana publik. Kepemilikan disini mengacu pada siapa yang memiliki kemampuan mengendalikan media tersebut, serta kepemilikan yang sah. Melalui hal tersebut, kepemilikan media massa berangkat pada tata kelola organisasi media berkenaan dengan pemilik hak dan sponsor.

Media dalam penggunaannya menjadikan masyarakat sebagai alat publikasi melalui pola hidup dan pola pikir masyarakat. adapun beberapa individu dibalik layar media massa memiliki kekuasaan media yang dapat dianalisa sebagai bentuk kondisi dominan (Birowo, 2004). Hegemoni media menjadi menarik sebagai diskursus, terutama perihal kuasa atas arus informasi oleh sekelompok orang-orang terpandang yang menguasai media massa. Penguasaan ini banyak menuai ketidaksetujuan mengingat adanya kejanggalan yang menganut prinsip, “siapa mengendalikan siapa”. Mereka yang memiliki kuasa akan memutuskan apa yang harus dipikirkan dan dilakukan oleh masyarakat, yang perwujudannya akan nampak dalam perilaku budaya (Altheide dalam birowo, 2004).

Disisi lain, Fenomena ini mirip dengan reaksi kimia yang disebabkan oleh alkohol, narkoba, dan judi. Di jejaring sosial, ada algoritma yang berperan penting dalam mengendalikan pengguna. Algoritma jejaring sosial bergerak dari data yang dimasukkan ketika seseorang ingin mendaftar pada platform media sosial tertentu kemudian data tersebut akan disimpan dan dari sana algoritma jejaring sosial akan bekerja untuk melacak, memantau, dan memulai kontrol pengguna. Data dalam jumlah besar ini akan disimpan sehingga algoritme jejaring sosial dapat mengidentifikasi setiap individu di dunia dengan sangat baik. Seakan media sosial telah didesain agar pengguna tidak bisa lepas darinya. Seperti sebuah adiksi, seseorang tidak dapat mengontrol dirinya sendiri dalam menggunakan media sosial dan menghabiskan waktu untuk menjelajahnya. Adiksi media sosial dapat dipicu dari fitur *likes*, *comment*, *share*, *retweets*, dan reaksi dari pemberian *emoticon*. Kecanggihan teknologi terkadang bisa membuat anda takjub, namun juga bisa membuat anda takut.

Realitas hegemoni media juga digambarkan pada media film, film dokumenter khususnya tidak ada yang tidak mengandung pesan yang tidak memihak, karena setiap hal yang digambarkan terpengaruh terhadap suatu ideologi tertentu yang berasal dari film tersebut, yaitu memaparkan sisi lain permasalahan tentang bentuk-bentuk kuasa media. Gramsci (Dalam Riz Afrialldi, 2018) mengatakan bahwa hegemoni media dibendung oleh suatu titik tolak, yakni *consensus*. Kemudian terdapat unsur penyesuaian dalam hegemoni, yaitu penerimaan dan persetujuan. Hal-hal tersebut adalah indikator yang dilihat dan dibuktikan, bahwa apabila pesan dalam *film The Social Dilemma* mengandung indikator-indikator mengenai hegemoni.

Film berjudul *The Social Dilemma* diluncurkan pada 26 Januari 2020 yang disutradai oleh Jeff Orlowski, yang sedikit banya telah menyutradarai *film* dokumenter populer seperti “*Chasing ice*” dan “*Chasing coral*” , dalam cetakan Forbes *film* ini mencoba menyampaikan tema utama yaitu sebagian besar masyarakat kurang sadar akan ancaman jejaring sosial (Dawson, 2020).



Gambar 1.1 Poster film the social dilemma

(sumber: www.google.com diakses tanggal 29 desember 2021 jam 16.00 wita)

Karena film ini adalah film documenter, Netflix mewawancarai mantan karyawan perusahaan media sosial besar seperti facebook, youtube, twitter, dan lain-lain. Ada banyak ulasan positif tentang film ini. Film ‘The Social dilemma’ mendapat nominasi

termasuk festival film dan meraih tiga penghargaan, yaitu Chicago film *critics association award* (2020), festival film international boulder tahun 2020 dan penghargaan festival film internasional boulder 2020, kritikus indie Chicago (2021), Juga memenangkan salah satu nominasi film dokumenter terbaik.

Penelitian yang dilakukan oleh (rahmadani, 2021), Dalam analisis model *framing* film *The Social Dilemma* bahwa William A Gamson dan Andre Modigliani mengisi elemen alat framing meliputi metafora, slogan, contoh, avatar, dan visualisasi. Metafora menyebutkan bahwa media sosial adalah Narkoba. Representasi tersebut digambarkan melalui ungkapan, bahwa pengguna jejaring sosial adalah kelinci percobaan. Dan visualisasi diambil dari urutan film yang menampilkan gambar atau animasi yang mampu mendukung frame secara keseluruhan. *Roots* menunjukkan penyebab adanya algoritma menjadikan pengguna sebagai produk untuk bisnis perusahaan kepada para pengiklan. *Appeals to principal* memberikan klaim moral berupa hilangnya interaksi bersama keluarga karena sibuk dengan gawai.

Film ini mencoba memberikan gambaran tentang ketakutan akan media sosial. Orang-orang yang telah lekat dengan pola hidup manusia di zaman koneksi, utamanya generasi muda yang aktif dalam penggunaan jejaring sosial. *Film* ini mengatakan keseluruhan kegiatan yang manusia lakukan di dalam suatu jejaring dan media sosial terlacak, ter-rekam, dan diukur oleh sistem yang dirancang dengan cara ini. *The Social Dilemma* telah menuai beragam penghargaan dan juga mengedepankan topik yang sangat dekat kaitannya dengan situasi saat ini, realitas dimana semakin banyak orang yang menggunakan jejaring sosial. Di *film* dokumenter ini, dijelaskan bahwa terdapat algoritma khusus yang mengawasi seluruh kegiatan pengguna media sosial yang digambarkan sebagai angka kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*). Algoritma ini memungkinkan setiap pengguna memiliki berbagai halaman konten yang direkomendasikan yang kemudian beradaptasi dengan lingkungan sosial, geografi, dan preferensi pribadi mereka, sehingga pengguna cenderung fokus pada penggunaan media sosial.

Penelitian lain yang dikaji oleh (bossi, 2020) Melihat hal ini, film *Social Dilemma* sungguh mencerminkan adanya revolusi 4.0 dimana secara keseluruhan, “raksasa” teknologi informasi kian berinovasi untuk menggaet perhatian dari setiap pengguna maupun calon pengguna produk-produknya, dan daripadanya merubah kebiasaan

masyarakat, yang mana di satu sisi mungkin terlihat baik namun disatu sisi terdapat dampak-dampak negatif yang ditimbulkan seperti yang dikatakan oleh informan-informan yang terdapat dalam film tersebut. Perubahan paling terasa dari teknologi informasi ini adalah dengan adanya *IoT (Internet of Things)* dimana segala hal memiliki kesinambungan dengan Internet, dan daripadanya Internet menjadi suatu hal yang sangat berpengaruh pada kehidupan manusia pada era Industri 4.0.

Terlepas dari apa yang diilustrasikan *film The Social Dilemma* yang diyakini memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pengguna media sosial. Maka di penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengkaji seperti apa tanda-tanda kuasa yang bisa dilakukan oleh sosial media dalam *film The Social Dilemma*.

Penelitian ini menggunakan Teori Analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk melalui konteks sosial. Analisis wacana kritis didefinikan sebagai upaya untuk menjelaskan suatu teks pada fenomena sosial untuk mengetahui kepentingan yang termuat didalamnya. Menurut (*Van djik*) dalam (Fauzan, 2014) analisis wacana kritis yang menitikberatkan kekuatan dan ketidak setaraan yang dibuat pada fenomena sosial. Oleh sebab itu, analisis wacana kritis digunakan untuk menganalisis [wacana terhadap ilmu lain](#) yang terdapat pada ranah politik, ras, gender, hegemoni, budaya, kelas sosial. Ranah kajian tersebut berpusat pada prinsip analisis wacana kritis yakni: tindakan, konteks, historis, kekuasaan, dan ideologi.

Untuk mengetahui bentuk kuasa media dalam *film The Social Dilemma* peneliti menggunakan analisis wacana kritis. Berdasarkan uraian dan minat peneliti diatas lalu peneliti berminat melakukan penelitian dengan judul “Kuasa Media di *film* dokumenter “*The Social Dilemma*” sebagai uraian beberapa tanda-tanda sosial yang ditimbulkan oleh kehadiran jejaring sosial serta penggunaannya di kalangan masyarakat. Disebut sebagai, gejala sosial, ialah antara lain kurangnya interaksi interpersonal, merebaknya *hoax* baru, polarisasi antar kelompok, dan radikalisme. Selain itu dijelaskan juga bahwa jejaring sosial berupaya dalam menarik perhatian pengguna dengan mempengaruhi perilaku dan tingkah laku mereka. Iklan adalah cara agar perusahaan mendapat keuntungan bagi perusahaan mereka. Facebook adalah salah satu dari sekian perusahaan yang disorot dalam *film* dokumenter ini dan mengkritik adanya perbedaan antara gambar dan realitas.

Film ini kemudian menunjukkan fakta bahwa kecanggihan teknologi tidak begitu indah, bahkan teknologi bisa mengubah manusia menjadi boneka. Jeff Orlowski telah berhasil menyelesaikan misi *film The Social Dilemma* ini. Selain menampilkan adegan wawancara dengan mantan pekerja media sosial, Jeff Orlowski juga memiliki pengalihan fiktif yang diperankan oleh beberapa aktor untuk menggambarkan dampak manipulasi teknologi terhadap kesehatan mental keluarga dan anak.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengetahui kuasa media dalam film *The Social Dilemma* yang digambarkan sebagai landasan munculnya masalah sosial seperti yang peneliti sebutkan. Oleh karena itu, peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan edukasi bagi masyarakat.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan sumber konteks yang peneliti jelaskan diatas. Maka dalam Penelitian ini, pengarang memfokuskan penelitian adanya kuasa media yang terdapat dalam *film "The Social Dilemma"*. Dimana hal tersebut terkait dengan informasi yang ada pada Scene Film yang akan dianalisis.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang mendasari dan arah penelitian yang telah diselaraskan. Hal ini melengkapi rumusan masalah dalam penelitian ini yakni "Bagaimana kuasa media yang digambarkan dalam film *The Social Dilemma*?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan fokus penelitian diatas maka tujuan yang akan dicapai oleh penulis adalah mengetahui adanya kuasa media dalam film *The Social Dilemma*.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Teoritis;

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teori, Maka penelitian ini ditujukan agar menambah wawasan kepustakaan serta memiliki manfaat bagi perkembangan penelitian yang akan datang, Terkhusus mengenai kuasa media dengan menggunakan Analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk pada teks yang tercantum pada *film*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dengan praktis, Studi ini diharapkan dapat memiliki sumbangsih keilmuan dalam pengayaan referensi dan rujukan bagi para peneliti yang tertarik terhadap penelitian yang memiliki muatan dengan masalah ini dan masyarakat sebagai pengguna media sosial secara aktif dapat menambah wawasan mengenai dampak positif dan negatif penggunaan sosial media dalam penggunaannya.

1.6 Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dikerjakan di Kabupaten Gowa, Sulawesi-Selatan. Beberapa pertimbangan di antaranya adalah bahwa pemerintah menghimbau untuk tetap di rumah saja sehingga penelitian ini dilakukan secara *work from home* dengan alasan pandemi *COVID-19* dan lainnya.

Tabel 1.1 Tabel waktu penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2022						
		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUNI	JULI
1.	Penentuan topik dan objek penelitian							
2.	Pencarian data dan informasi penelitian							
3.	Penulisan BAB 1							
4.	Penulisan BAB 2							
5.	Penulisan BAB 3							
6.	Daftar desk evaluation							
7.	Revisi seminar proposal/Desk evaluation							
8.	Penulisan BAB 4							
9.	Penulisan BAB 5							
10.	Pendaftaran sidang							
11.	Sidang skripsi							