

**MEMAHAMI REALITAS MEDIA SOSIAL: ANALISIS
SEMIOTIKA PADA FILM *THE SOCIAL DILEMMA***

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah UIN Palopo*



UIN PALOPO

Diajukan Oleh :

**SYAHRUL RAMADHANA
19.0104.0043**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

MEMAHAMI REALITAS MEDIA SOSIAL: ANALISIS SEMIOTIKA PADA FILM *THE SOCIAL DILEMMA*

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah UIN Palopo*



UIN PALOPO

Diajukan Oleh :

**SYAHRUL RAMADHANA
19.0104.0043**

Pembimbing:

- 1. Dr. Aswan, S.Kom., M.I.Kom**
- 2. Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syahrul Ramadhana
NIM : 19 0104 0043
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 30 Oktober 2025
Yang Membuat Pernyataan,




SYAHRUL RAMADHANA
NIM. 19 0104 0043

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Memahami Realitas Media Sosial Analisis Semiotika pada Film The Social Dilemma* yang ditulis oleh Syahrul Ramadhana, NIM 19 0104 0043, mahasiswa Program Studi *Komunikasi dan Penyiaran Islam* Fakultas *Ushuluddin Adab dan Dakwah* Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari *Senin, 17 November 2025*, bertepatan dengan *26 Jumadil Awal 1447 H*, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar *Sarjana Sosial (S.Sos)*.

Palopo, 09 Desember 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|-------------------------------------|---------------|---------|
| 1. Hamdani Thaha, S.Ag., M.Pd.I. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. | Penguji I | (.....) |
| 3. Andi Batara Indra, S.Pd., M.Pd. | Penguji II | (.....) |
| 4. Dr. Aswan, S.Kom., M.I.Kom. | Pembimbing I | (.....) |
| 5. Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

a.n Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Ketua Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam



Dr. Abdurrahman, S.Ag., M.HI.
NIP. 19710512 199903 1 002



Syahrul Ramadhana, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 19980120 201903 2 011

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Memahami Realitas Media Sosial Analisis Semiotika pada Film *The Social Dilemma*,” setelah melalui proses yang panjang. Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana sosial pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada: Selain itu juga ucapan terima kasih dari penulis kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor UIN Palopo; beserta Wakil Rektor I, II, dan III UIN Palopo.

2. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Palopo.
3. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Palopo.
4. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan masukan dan mengarahkan penulis selama menjadi mahasiswa di UIN Palopo.
5. Dr. Aswan, S.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing I dan Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. selaku penguji I dan Andi Batara Indra, S.Pd., M.Pd selaku penguji II yang telah memberi arahan serta saran pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Zainuddin S, S.E., M.Ak. selaku kepala Unit Perpustakaan dan serta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup UIN Palopo, yang telah membantu dan mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen beserta staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Patawari dan ibunda Hesti, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang

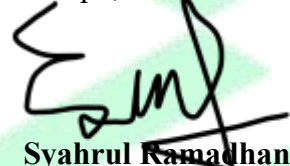
sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah Swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

10. Semua teman-teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Palopo angkatan 2019, khususnya kelas KPI B, yang telah memberikan saran, dukungan, serta memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi, diucapkan terima kasih banyak.

11. Semua pihak yang telah berjasa dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah Swt. penulis berdoa semoga bantuan dan partisipasi berbagai pihak dapat diterima sebagai ibadah dan diberikan pahala yang setimpal. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan serta jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Peneliti terbuka terhadap saran dan kritik yang sifatnya membangun.

Palopo, 30 Oktober 2025



Syahrul Ramadhana
NIM. 19 0104 0043

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab – Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
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
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	a
اِ	<i>Kasrah</i>	I	i
اُ	<i>Dammah</i>	U	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَي	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
اَو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْف : *kaifa*

هَؤُل : *haula*

3. Maddah

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

Harakat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>Fathah dan alif atau yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>Kasrah dan yā'</i>	Ī	i dan garis di atas

وُ	<i>Ḍammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas
----	-----------------------	---	---------------------

Contoh:

مات : *māta*

قِيل : *qīla*

رمي : *ramī*

يموت : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua yaitu *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t], sedangkan *tā marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

روضة الاطفال : *rauḍah al- aṭfāl*

المدينة الفاضلة : *al- madīnah al-fāḍilah*

الحكمة : *al- ḥikmah*

5. Syaddah (tasydīd)

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقَّ : *al- ḥaqq*

نَعَمْ : *nu'ima*

عَدُوّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ي* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يَ*), maka ia ditransliterasikan seperti huruf maddah menjadi *ī*.

Contoh:

علي	: ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)
عربي	: ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Araby)

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*, kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس	: <i>al- syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزلزلة	: <i>al- zalzalah</i> (bukan <i>az- zalzalah</i>)
الفلسفة	: <i>al-falsafah</i>
البلاد	<i>al- bilādu</i>

7. Hamzah

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

Contoh:

تأمرون	: <i>ta'murūna</i>
النوع	: <i>al- nau'</i>
شيء	: <i>syai'un</i>
أمرت	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al- Qur'ān*), Alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarḥ al- Arba'in al- Nawāwī
Rīsālah fi ri'āyah al-Maslahah.

9. Lafz al-jalālah

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

Contoh:

دين الله : *dīnullah*
 بالله : *billāh*

Adapun *tā marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafaz aljalālah*. Ditranslitesai dengan huruf [t].

Contoh:

هم في رحمة الله : *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*all caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan 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-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fihi al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlaḥah fī al- Tasyrī al- Islāmī

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- Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al- Walid Muḥammad (bukan: Rusyid, Abu al- Walid Muhammad Ibnu).

Naṣr Ḥāmid Abū Zāid, ditulis menjadi: Abū Zāid, Naṣr Ḥāmid (bukan, Zāid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt. = *Subhanahu wa ta'ala*

saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*

SM = sebelum masehi

I = lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = wafat tahun

Q.S..../:...:6 = Q.S. al- Maidah /5:6

H.R = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
B. Landasan Teori	15
1. Semiotika Ferdinand de Saussure.....	15
C. Kerangka Pikir	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	22
B. Fokus Penelitian.....	23
C. Definisi Istilah.....	23
D. Data dan Sumber Data	24
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	28
A. Deskripsi Data.....	28
1. Profil Film The Social Dilemma.....	28
2. Sinopsis Film The Social Dilemma	34
3. Uraian Data Penelitian.....	36

B. Analisis Data	41
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Isra/17: 36	3
---	---

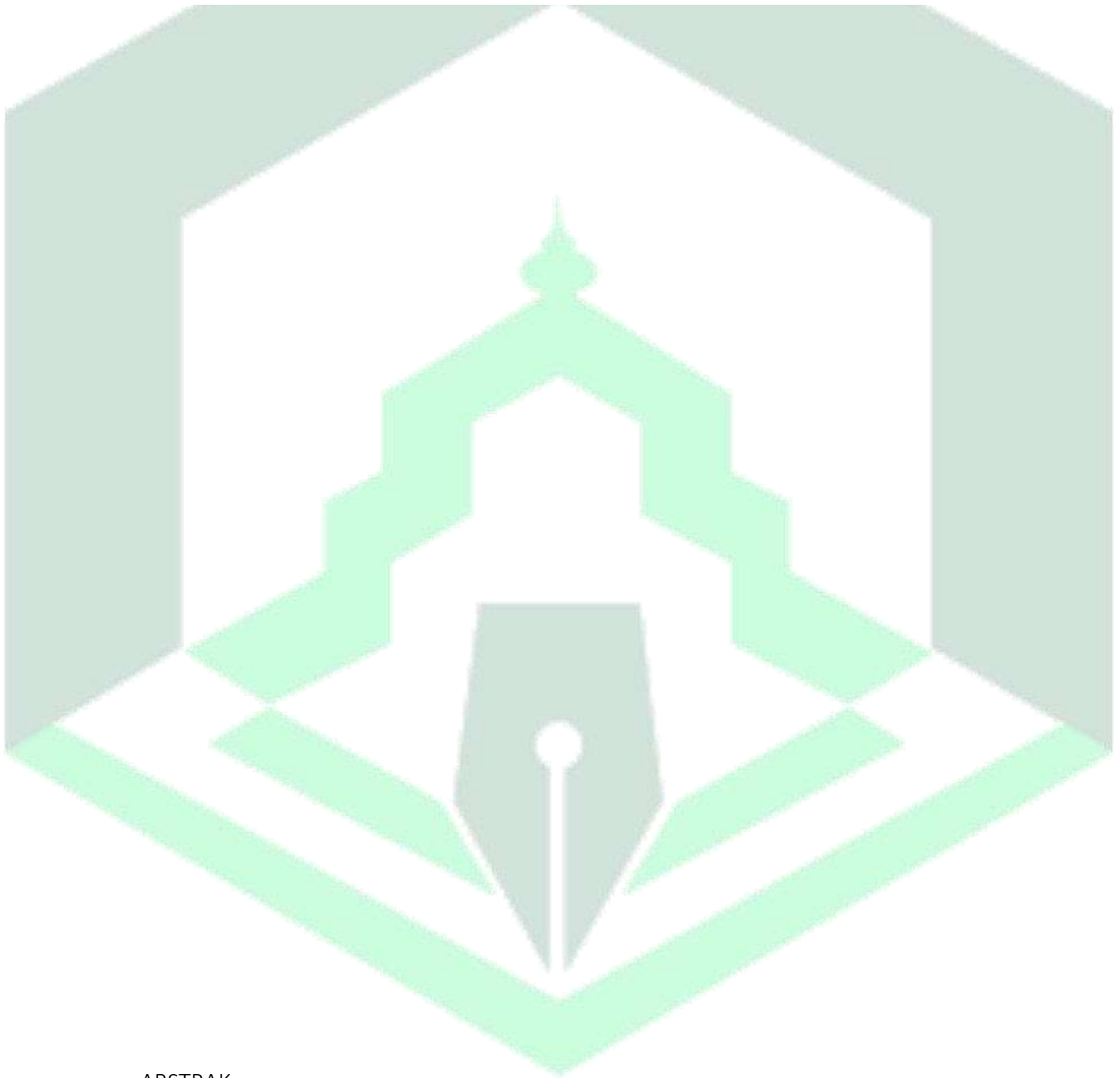


DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uraian Data Penelitian	37
Tabel 4. 2 Analisis kebiasaan <i>Phubbing</i>	43
Tabel 4. 3 Analisis tentang era disinformasi	46
Tabel 4. 4 Analisis sistem kapitalisme pengawasan.....	49
Tabel 4. 5 Analisis tentang kecanduan media sosial	52
Tabel 4. 6 Analisis perbuatan <i>Cyberbullying</i>	54
Tabel 4. 7 Analisis fenomena <i>FOMO</i>	57
Tabel 4. 8 Analisis tentang media sosial penyebab melonjaknya polarisasi di masyarakat.....	60
Tabel 4. 9 Analisis kebiasaan <i>Zombie Scrolling</i> dan <i>Doomscrolling</i>	63
Tabel 4. 10 Analisis tentang media sosial sebagai alat perentas sistem demokrasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep tanda menurut Ferdinand de Saussure	18
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Poster <i>Film The Social Dilemma</i>	29



ABSTRAK

Syahrul Ramadhana, 2025 “*Memahami Realitas Media Sosial: Analisis Semiotika pada Film The Social Dilemma.*” Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Aswan dan Ria Amelinda.

Penelitian ini membahas tentang realitas media sosial yang diceritakan di dalam film *The Social Dilemma* (2020) karya Jeff Orlowsky. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap tanda dan makna yang memberikan gambaran tentang efek negatif dari penggunaan media sosial dalam kehidupan bermasyarakat yang ditampilkan pada film tersebut. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif interpretatif melalui analisis semiotika dari Ferdinand de Saussure. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa film *The Social Dilemma* mengungkap fakta dibalik kemudahan dan fleksibilitas atas akses informasi yang ditawarkan oleh media sosial ternyata terdapat efek negatif yang dapat menjadi ancaman baik bagi individu maupun kelompok masyarakat. Efek negatif tersebut dapat berupa: hadirnya kebiasaan *Phone Snubbing*, lahirnya era disinformasi, penyalagunaan data pribadi pengguna, kecanduan digital, *Cyberbullying*, fenomena *FOMO*, kebiasaan *Doomscrolling* dan *Zombie Scrolling*, polarisasi antar kelompok masyarakat serta dapat memberikan ancaman terhadap negara yang menganut sistem demokrasi. Secara teoretis hadirnya penelitian ini dapat memperkaya sumber informasi dan referensi tentang analisis semiotika, dan secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat umum perihal pentingnya bersikap bijak dan kritis dalam penggunaan media sosial.

Kata Kunci: *The Social Dilemma*, Media Sosial, Ferdinand de Saussure

Diverifikasi oleh UPB



الملخص

شهر الرمضانا، 2025. "فهم واقع وسائل التواصل الاجتماعي: تحليل سيميائي لفيلم *The Social Dilemma*". رسالة جامعية، في شعبة الاتصال والنشر الإسلامي، كلية أصول الدين والآداب والدعوة، الجامعة الإسلامية الحكومية فالوفو. بإشراف: أسوان، وريا أميليندا.

يتناول هذا البحث واقع وسائل التواصل الاجتماعي كما صُوِّر في فيلم *The Social Dilemma* (2020) للمخرج جيف أورلوفسكي. ويهدف البحث إلى الكشف عن العلامات والدلالات التي تُقدِّم صورة عن الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية كما يعرضها الفيلم. وقد استخدم المنهج الكيفي التفسيري من خلال التحليل السيميائي وفق نظرية فرديناند دي سوسير. وتُظهر نتائج البحث أن فيلم *The Social Dilemma* يكشف حقائقَ كامنةً خلف سهولة ومرونة الوصول إلى المعلومات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تتجلى آثار سلبية قد تُشكِّل تهديداً للأفراد وللمجتمع على حدٍ سواء. وتتمثل هذه الآثار في: شيوع ظاهرة تجاهل الآخرين بسبب الهاتف (*Phone Snubbing*)، وبروز عصر التضليل المعلوماتي، وإساءة استخدام البيانات الشخصية للمستخدمين، والإدمان الرقمي، والتنمر الإلكتروني، وظاهرة الخوف من فوات الشيء (*FOMO*)، وعادات التمرير القهري مثل *Doomscrolling* و *Zombie Scrolling*، إضافة إلى الاستقطاب بين فئات المجتمع، فضلاً عن التهديدات المحتملة للدول التي تعتمد النظام الديمقراطي. ومن الناحية النظرية، يُسهم هذا البحث في إثراء مصادر المعلومات والمراجع المتعلقة بالتحليل السيميائي، أما من الناحية التطبيقية فيتوقَّع أن يُسهم في توعية المجتمع بأهمية التحلي بالحكمة والنقد الواعي في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: *The Social Dilemma*، وسائل التواصل الاجتماعي، فرديناند دي سوسير

تم التحقق من قبل وحدة تطوير اللغة



ABSTRACT

Syahrul Ramadhana, 2025. "Understanding Social Media Realities: A Semiotic Analysis of the Film The Social Dilemma." Thesis Departmen of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Ushuluddin, Adab, and Dakwah, State Islamic University Palopo. Supervised by Aswan and Ria Amelinda.

This study examines the portrayal of social media realities in the film *The Social Dilemma* (2020) directed by Jeff Orlowski. It aims to elucidate the signs and meanings that depict the adverse effects of social media usage on societal life as presented in the film. The methodology adopted is a qualitative interpretive approach employing Ferdinand de Saussure's semiotic analysis. The findings indicate that *The Social Dilemma* unveils the underlying truths behind the convenience and accessibility of information provided by social media, which conceal negative repercussions posing threats to both individuals and societal groups. These repercussions encompass: the prevalence of phone snubbing behaviors, the advent of the disinformation era, the misuse of users' personal data, digital addiction, cyberbullying, the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon, doomscrolling and zombie scrolling habits, polarization among societal groups, and potential threats to nations upholding democratic systems. Theoretically, this research contributes to enriching the body of knowledge and references in semiotic analysis. Practically, it is anticipated to educate the general public on the imperative of adopting a prudent and critical stance toward social media usage.

Keywords: Ferdinand de Saussure, Social Media, *The Social Dilemma*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet adalah jaringan global yang menjadi penghubung antar ribuan komputer di penjuru dunia. Internet dapat didefinisikan sebagai sistem komunikasi yang memfasilitasi pertukaran informasi dalam bentuk gambar, teks, suara serta video antara para pengguna di berbagai tempat. Internet bukan hanya berperan sebagai alat komunikasi; ia juga merupakan platform yang mendukung berbagai macam layanan salah satunya ialah media sosial.¹ Media sosial merupakan media pada internet yang memfasilitasi para penggunanya untuk dapat merepresentasikan dirinya ataupun berinteraksi, berkolaborasi, berbagi dan membangun komunikasi dengan pengguna lainnya serta menciptakan relasi sosial secara virtual.² *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Telegram* dan masih banyak lagi adalah platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat pada saat ini.

Berdasarkan laporan dari Datareputal bahwa di Indonesia pada Januari 2024 terdapat 139,0 juta pengguna media sosial, ini setara dengan 49,9 % dari total populasi yang mencapai 278,7 juta jiwa. *Youtube* menjadi media sosial paling populer yang memiliki 139,0 juta pengguna, diikuti oleh *TikTok* dengan 126,8 juta pengguna, *Facebook* dengan 117,6 juta pengguna kemudian *Instagram* memiliki 100,9 Juta pengguna, *Twitter* memiliki 24,69 juta pengguna dan *Snapchat* memiliki

¹ Nur Rokhmat, *Teknologi Internet*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024), 1.

² Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekayasa Edukatama, 2016), 13.

2,05 juta pengguna.³ Data tersebut menjadi bukti bahwa media sosial dapat dikategorikan sebagai sebuah istilah yang sangat terkenal pada kelompok masyarakat di Indonesia.

Selain itu data dari *We Are Social* menyebutkan bahwa terdapat beberapa alasan utama mengapa masyarakat Indonesia mengakses media sosial. Alasan terbanyak adalah untuk mengisi waktu luang dengan persentase mencapai 58,9 % pengguna. Penyebab berikutnya adalah menjalin hubungan bersama teman dan keluarga dengan persentase sebesar 57,1 %. Kemudian mencari tahu topik yang sedang hangat dibicarakan sebanyak 48,8 % pengguna. Setelah itu mencari inspirasi tentang aktivitas yang dapat dilakukan dengan jumlah 47,9 %. Dan masih banyak lagi aktivitas yang lainnya.⁴

Popularitas media sosial di kalangan masyarakat Indonesia ini bukan tanpa adanya sebab. Terdapat beberapa efek positif yang hadir dari penggunaan media sosial seperti: akses informasi yang cepat, konektivitas (pengguna bisa terhubung dengan kerabat atau keluarga yang tinggal jauh), kesadaran sosial (meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu sosial politik melalui kampanye online untuk mendapatkan dukungan), peluang bisnis (banyak pelaku UMKM memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk dengan biaya yang lebih efisien), serta pendidikan dan pembelajaran (tersedianya berbagai macam akses ke sumber daya

³Simon Kemp, "Digital 2024: Indonesia," Datareportal, 21 Februari 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

⁴Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024," 21 Februari 2024, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

pendidikan, diskusi maupun webinar yang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan pengguna).⁵

Kenyataannya eksistensi media sosial mengakibatkan aliran informasi yang tidak dapat dibendung. Antara fakta, opini, serta informasi palsu bercampur dikarenakan setiap pengguna dimungkinkan untuk menyebarkan informasi sesuai dengan kemampuan dan kemauan tanpa adanya aturan yang ketat. Dalam ajaran agama Islam, untuk menyikapi hal tersebut Allah Swt. berfirman dalam Q.S Al-Isra/17: 36, berikut :

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

Terjemahannya:

Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.⁶

Kutipan : Q.S Al-Isra/ 17: 36

Ayat ini merupakan perintah untuk melakukan klarifikasi dan memastikan tentang kebenaran suatu informasi serta larangan untuk menyampaikan berita yang tidak valid. Menetapkan penilaian terhadap suatu informasi tanpa berbasis pada bukti nyata adalah hal yang dilarang. Sehingga umat manusia tidak boleh mengatakan dan melaksanakan serta membenci atau menyukai sesuatu yang ia tidak diketahui kebenarannya.⁷ Jika dikaitkan dengan keberadaan media sosial, maka ayat ini

⁵ Nur Rokhmat, *Teknologi Internet*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024), 51.

⁶ Qur'an Kemenag (Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan) 2019

⁷ Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Wasith (Yunus An-Naml) Jilid 2*, (Jakarta: Gema Insani, 2013), h.374-375.

merupakan sebuah alarm yang mengisyaratkan umat manusia agar senantiasa berhati-hati, bersikap bijak dan kritis saat ketika mengakses media sosial. Selektif terhadap konten berdasarkan kebutuhan tanpa berlebih-lebihan serta verifikasi dan validasi terhadap informasi terlebih dahulu.⁸ Sikap ini sangat penting untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk meminimalisir efek negatif yang dapat ditimbulkan oleh media sosial dalam kehidupan masyarakat.

Adapun efek negatif dapat timbul dari penggunaan media sosial yang tidak terkontrol ialah kecanduan digital (pengguna merasa kesulitan melepaskan diri dari *gadget*), *Cyberbullying*, Misinformasi (persebaran informasi palsu), privasi dan keamanan (potensi penyalagunaan informasi pribadi oleh orang lain semakin menguat), dan perbandingan sosial (paparan terhadap kehidupan orang lain di media sosial dapat menyebabkan perasaan rendah diri serta kecemasan terhadap kehidupan sendiri).⁹

Efek negatif dari pemanfaatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari juga dikisahkan pada Film yang diberi judul *The Social Dilemma*. Film merupakan gabungan dari beberapa video dan gambar yang dipadukan dan diselaraskan sehingga menghasilkan sebuah alur cerita.¹⁰ Film *The Social Dilemma*, ini dapat dikategorikan dalam jenis film dokumenter. Film dokumenter merupakan film yang

⁸ Mahdalina Nanda Alhusna, “*Bermedia Sosial Perlu Kehati-Hatian: Petunjuk Al-Qur'an*,” Tanwir.id, 2023, <https://tanwir.id/bermedia-sosial-perlu-kehati-hatian-petunjuk-al-quran/>.

⁹ Nur Rokhmat, *Teknologi Internet*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024), 51-52.

¹⁰ Muhammad Ali Mursid Alfathoni dan Dani Manesah, *Pengantar Teori Film*, (Sleman: Deepublish, 2020), h. 2.

dibuat dengan berlandaskan pada suatu fenomena atau kejadian baik yang telah terjadi maupun sedang terjadi di suatu tempat.¹¹

Film *The Social Dilemma*, adalah sebuah karya yang disutradarai oleh Jeff Orlowski dan diproduksi oleh rumah produksi *Exposure Labs*. Film ini mengawali debutnya pada 26 Januari 2020 di festival film *Sundance* dan pada 9 September 2020 dapat disaksikan melalui platform *streaming Netflix*. Film ini telah ditonton sebanyak lebih dari 38 juta pasang mata selama 28 hari sejak tanggal dirilis dan berdasarkan pada situs *Internet Movie Database*, film ini memperoleh rating 7.6/10.¹²

Film *The Social Dilemma* mengungkapkan tentang sisi gelap penggunaan media sosial, di antaranya tersebarnya berita palsu, cara kerja dan dampak iklan di internet, bagaimana media sosial mampu mempengaruhi kondisi mental pada manusia, interaksi antara individu yang semakin menurun, efek kecanduan *gadget*, hingga hal-hal yang memiliki hubungan dengan persoalan politik dan kepentingan negara.¹³ Selain itu, dalam film ini juga diceritakan bahwa media sosial dirancang agar para penggunanya tidak bisa melepaskan diri dari penggunaan media sosial. Layaknya sebuah adiksi, media sosial mampu mengontrol penggunanya untuk menghabiskan waktu dengan bermain dan menjelajahnya. Kecanduan ini

¹¹ Muhammad Ali Mursid Alfathoni dan Dani Manesah, *Pengantar Teori Film*, (Sleman: Deepublish, 2020), h. 2.

¹²“Internet Movie Database,” Desember 2021, <https://www.imdb.com/title/tt11464826/>.

¹³Ma'rufi, Abdul, “Pengaruh Film *The Social Dilemma* (Efek Kognitif) terhadap Kecanduan Gadget Siswa Kelas XII SMAN 28 Tangerang Angkatan 2021,” BS thesis. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022: 4. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64046/1/ABDUL%20MA%27RUFIFDK.pdf>.

dirangsang melalui pengadaan fitur-fitur interaktif seperti *likes*, *comment*, *share*, *reetweets*, hingga *react*. Fenomena ini sama halnya dengan reaksi kimia atau kecanduan yang muncul akibat penggunaan narkoba, minuman keras serta bermain judi.¹⁴

Adapun adegan-adegan pada film ini menampilkan wawancara dengan para tokoh yang ahli dan berpengalaman pada bidangnya masing-masing seperti Tristan Harris yang merupakan seorang ahli etika teknologi Amerika, Justin Rosenstein pelopor tombol *like* di *Facebook* hingga seorang pakar kecanduan di Stanford University, Anna Lambke dan lain-lain. Selain adegan wawancara, film ini juga disertai reka adegan yang mengilustrasikan pernyataan yang dikemukakan oleh para narasumber dengan tujuan untuk mempermudah dalam memberikan edukasi terhadap para penonton terkait topik yang dibicarakan.¹⁵

Film umumnya dibangun melalui berbagai macam tanda. Tanda-tanda itu kemudian membangun hubungan satu sama lain dengan baik sebagai upaya untuk mencapai efek yang diinginkan. Unsur tanda terpenting yang terdapat pada film ialah gambar dan suara yang meliputi kata yang diucapkan atau musik yang terdengar dalam film. Hal inilah yang menjadikan film sebagai objek penelitian yang sangat sesuai untuk analisis semiotika.¹⁶ Semiotika merupakan cabang ilmu

¹⁴Agus Nursikuwagus, Erna Hikmawati, Untari Novita Wisesty, Wira Mungguna, Dimitri Mahayana, "Kajian Saintifik Fenomena Adiksi Gadget dan Media Sosial di Indonesia," *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*, (online), vol. 10, no. 1 (17 Februari 2020): 26, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jati/article/view/2589/1828>.

¹⁵ Roichan Rochadi, "Review Film The Social Dilemma," PSDK Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, 24 Desember 2021, <https://pembangunansosial.fisipol.ugm.ac.id/review-film-the-social-dilemma/>

¹⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2023), h.128.

yang melakukan pengkajian dan penyelidikan terhadap tanda. Tanda dapat dimaknai dengan sesuatu dan sesuatu dikatakan sebagai tanda apabila ia memiliki *meaning*. Adapun *meaning* dapat berupa makna, kesan, persepsi, konsep dan arti.¹⁷

Ferdinand de Saussure dikenal sebagai seorang pakar dalam bidang ilmu linguistik yang beranggapan bahwa linguistik adalah salah satu bagian dari semiologi/semiotika. Menurutnya bahasa adalah jenis tanda tertentu dan semiotika merupakan disiplin ilmu yang membahas segala sesuatu tentang tanda, proses menanda serta menandai. Bahasa merupakan sistem tanda dan setiap tanda terdiri dari dua unsur yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).¹⁸ Inilah konsep yang menjadi landasan utama dalam melakukan analisis serta pemaknaan terhadap tanda-tanda yang ada.

Pada penelitian ini untuk memahami dan mendalami isi pesan yang berusaha disampaikan berdasarkan pada *sign* yang terdapat dalam film *The Social Dilemma* peneliti memilih untuk mengaplikasikan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure. Alasan peneliti menggunakan teori ini dikarenakan teori ini berfokus terhadap hubungan antara penanda dan petanda sebagai sistem struktural. Film sebagai perpaduan antara media pandang dan dengar membentuk tanda yang dapat dianalisis dengan konsep ini untuk menjelaskan makna tersembunyi. Teori ini efektif karena film *The Social Dilemma* menampilkan beberapa adegan yang kaya akan makna tentang realitas media sosial yang kompleks. Sehingga, dapat diketahui

¹⁷ Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2022), h.3.

¹⁸ Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2022), h.23.

realitas dan implikasi dari penggunaan media sosial dalam kehidupan bermasyarakat.¹⁹ Kemudian, berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan diatas, maka dari itu peneliti memiliki motivasi untuk melaksanakan sebuah penelitian yang diberikan judul: **“Memahami Realitas Media Sosial: Analisis Semiotika pada Film The Social Dilemma”**.

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penting untuk menetapkan pembatasan masalah agar fokus penelitian tetap terjaga dan hasil yang diperoleh lebih mendalam. Pembatasan masalah tersebut terkait dengan memahami realitas yang diciptakan oleh popularitas penggunaan media sosial di dalam kehidupan masyarakat dengan mengaplikasikan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure terhadap Film *The Social Dilemma* untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan penelitian yang telah disampaikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana tanda-tanda yang menggambarkan realitas penggunaan media sosial dalam film *The Social Dilemma* diinterpretasikan maknanya melalui analisis semiotika dari Ferdinand de Saussure?

¹⁹ Rizal Dj. Kasim, Zainuddin Soga, Alivia Heratika Mamoto, “Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure Terhadap Nilai-Nilai Da’wah Pada Film Nussa dan Rara,” *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* Vol. 12, No. 02 (20 Desember 2022): 203. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/download/3370/1335/>

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui makna tanda yang menggambarkan realitas dari penggunaan media sosial yang terdapat pada film *The Social Dilemma* dengan mengimplementasikan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, baik dari aspek teoretis maupun dalam aspek praktis.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberitahukan pemahaman dan wawasan yang lebih mendalam mengenai analisis semiotika, khususnya teori semiotika yang berasal dari gagasan Ferdinand de Saussure. Kemudian, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi tambahan untuk studi-studi yang relevan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan pesan yang edukatif berupa pemahaman yang lebih kompleks tentang resiko yang terjadi ketika media sosial digunakan tanpa terkendali berdasarkan pesan yang disampaikan dalam film *The Social Dilemma*. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang dengan dijadikan sebagai bahan pembelajaran pada mata kuliah Literasi Media di kampus.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa memberi kontribusi kepada peneliti lainnya untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah kumpulan riset yang telah dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya dari sumber terdahulu dengan hasil riset yang nantinya akan digunakan oleh peneliti sebagai bahan pembandingan penelitian yang akan dilaksanakan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sumber inspirasi dan referensi yang diharapkan dapat membantu terlaksananya penelitian. Penelitian terdahulu penting dilakukan untuk menghindari duplikasi dalam sebuah penelitian. Peneliti juga memeriksa hasil penelitian sebelumnya untuk dikembangkan, sehingga penelitian yang akan dilaksanakan dapat memberikan hasil yang berbeda. Berikut adalah penelitian-penelitian sebelumnya yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian berjudul, “*Representasi Penggunaan Media Sosial dalam Film The Social Dilemma (Analisis Semiotika John Fiske)*,” oleh Muhammad Farhan Febrianto dari UPN Veteran Jakarta pada tahun 2021. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengungkap arti semiotik terkait dengan pemanfaatan platform media sosial yang dikisahkan pada film *The Social Dilemma*. Serta melakukan analisis terhadap tanda-tanda yang merujuk kepada penggunaan media sosial pada film tersebut dari perspektif realitas, representasi, dan ideologi. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif serta analisis

semiotika menurut John Fiske. Objek yang menjadi bahan analisis dalam riset ini meliputi transkrip percakapan yang terdapat dalam film *The Social Dilemma*, yang dikategorikan ke dalam beberapa kelompok: *artificial intelligence* (AI), distribusi informasi di media sosial, model ekonomi, teknologi persuasif, efek media sosial, serta strategi untuk menghadapi pemakaian media sosial.¹

Ada beberapa persamaan dan perbedaan antara riset ini dan riset tersebut. Persamaan pertama ialah metode penelitian yang diterapkan yaitu sama-sama mengaplikasikan metode penelitian kualitatif. Kemudian persamaan yang kedua dapat ditemukan pada cara yang ditempuh untuk menghimpun informasi yaitu dengan melakukan teknik dokumentasi dan observasi. Persamaan terakhir terdapat pada objek yang dijadikan bahan penelitian yaitu analisis representasi media sosial dalam film *The Social Dilemma*. Sedangkan perbedaannya berada pada model semiotika yang diterapkan untuk menjawab permasalahan yang ada. Pada penelitian tersebut permasalahan diselesaikan dengan memanfaatkan analisis semiotika yang berasal dari gagasan John Fiske yang berusaha mengungkap tanda melalui tiga tahapan yang disebut dengan *The Code of Television* yang terdiri dari tiga level yaitu: level realitas, level representasi, serta level ideologi. Kemudian teori itu diaplikasikan untuk menjabarkan tanda yang ada. Sedangkan pada penelitian ini model semiotika yang digunakan berasal dari gagasan Ferdinand de Saussure.

¹ Muhammad Farchan Febrianto, "Representasi Penggunaan Media Sosial dalam Film *The Social Dilemma* (Kajian Semiotika John Fiske)", Skripsi thesis (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021). <https://repository.upnvj.ac.id/12353/>.

Kedua, penelitian dengan judul “*Analisis Semiotika Film The Social Dilemma*,” oleh Siti Ashfiasari dan Mariati Tirta Wiyata dari Institut Manajemen Wiyata Indonesia pada tahun 2021. Penelitian ini memiliki maksud untuk menelusuri makna pesan yang berusaha ditampilkan pada film *The Social Dilemma* dengan memanfaatkan analisis semiotika yang berasal dari gagasan Charles Sanders Pierce. Kemudian, teknik penelitian yang diterapkan yaitu metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa adegan-adegan yang terdapat pada film *The Social Dilemma* banyak memuat tanda yang sarat akan makna. Film ini menjelaskan tentang media sosial yang pada zaman ini bukan hanya berfungsi sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi dan sekedar sarana komunikasi. Melalui analisis semiotika dari gagasan Charles Sanders Pierce, dapat dipastikan bahwa setiap *scene* mampu memberikan penjelasan dengan baik tentang pengaruh negatif yang disebabkan oleh media sosial jika digunakan tanpa terkontrol dengan bijak.²

Berdasarkan penjabaran di atas, maka persamaan pada penelitian ini dapat ditemukan pada teknik penelitian yang diterapkan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Selain itu model analisis yang digunakan juga hampir serupa yaitu menggunakan teori analisis semiotika untuk menyelesaikan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Namun perbedaannya ialah pada penelitian tersebut memanfaatkan analisis semiotika yang berasal dari gagasan Charles Sanders Pierce

²Ashfiasari, Siti, and Mariati Tirta Wiyata. "Analisis Semiotika Film The Social Dilemma." *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan* 2.1 (2021): h. 44. <https://core.ac.uk/download/pdf/478968788.pdf>

sedangkan pada penelitian ini mengaplikasikan model analisis semiotika yang berasal dari gagasan Ferdinand de Saussure.

Ketiga, penelitian dengan judul, “*Kuasa Media di Film Dokumenter “The Social Dilemma,”*” yang merupakan karya dari Awal Nugraha Hasbullah dan Twin Agus Pramonojati pada tahun 2022 dari Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Indonesia. Penelitian ini memiliki maksud untuk menjelaskan berbagai bentuk pengaruh media sosial yang terdapat di dalam film *The Social Dilemma*. Teknik penelitian yang diterapkan pada riset ini yaitu pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan analisis wacana kritis yang dieksplorasi melalui sembilan adegan yang terdapat dalam film, bagian wawancara serta ilustrasi adegan yang berupa teks dan gambar.

Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa film *The Social Dilemma* dengan berhasil memberitahukan ide bahwa dominasi media pada saat ini mempunyai pengaruh dan kemampuan untuk mengendalikan berbagai aspek dalam kehidupan, mencakup sisi sosiologis, psikologis, ekonomi, politik, budaya, serta data secara umum dan permasalahan kesehatan mental. Kemudian, juga dijelaskan beberapa dampak sosial yang muncul akibat keberadaan dan penggunaan media sosial di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. Dampak sosial tersebut mencakup antara lain: berkurangnya komunikasi tatap muka, tersebarnya informasi palsu, serta perpecahan antar golongan.³

³Awal Nugraha Hasbullah, Twin Agus Pramonojati, “*Kuasa Media di Film Dokumenter “The Social Dilemma,”*” (Universitas Telkom Indonesia, 2022). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/19021/18408>

Berdasarkan dari penjelasan di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini dapat ditemukan pada film, objek, serta teknik penelitian yang diterapkan, yaitu penelitian terhadap representasi media sosial pada film *The Social Dilemma* dengan menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis analisis yang diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan. Dalam penelitian ini memanfaatkan analisis semiotika yang berasal dari gagasan Ferdinand de Saussure sedangkan penelitian tersebut menerapkan analisis wacana kritis (*discourse analysis*).

B. Landasan Teori

1. Semiotika Ferdinand de Saussure

Secara etimologis, istilah semiotik diadaptasi dari kosakata dalam bahasa Yunani, yaitu “*semeion*” dapat diartikan dengan “tanda”. Tanda merupakan sesuatu yang terbangun atas dasar kesepakatan sosial dan dianggap bisa menjadi perwakilan dari sesuatu yang lain. *Semiotik* dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari mengenai tanda (*sign*) serta segala hal yang memiliki keterkaitan dengannya, cara bekerjanya, hubungannya dengan kata-kata lain, serta proses pengiriman dan penerimaannya oleh masyarakat yang mengaplikasikannya.⁴ Kemudian, menurut Littlejohn, semiotika merupakan cabang ilmu yang memiliki tujuan untuk mengenali makna yang terkandung di dalam suatu tanda atau menginterpretasikan

⁴Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h. 95-96

makna tersebut sehingga dapat diketahui metode komunikator dalam membangun pesan.⁵

Salah satu tokoh yang memberikan sumbangsih pemikirannya tentang semiotika adalah Ferdinand de Saussure. Ferdinand de Saussure mengungkapkan definisi dari semiotika merupakan cabang ilmu yang mempelajari perihal peran tanda (*sign*) sebagai salah satu unsur yang hadir di kehidupan sosial. Lebih jauh, Yasraf menerangkan bahwa semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tentang susunan, jenis, topologi, serta hubungan tanda dalam penerapannya di dalam konteks kehidupan sosial. Dengan demikian, semiotika melakukan investigasi terhadap hubungan yang terbangun diantara bagian tanda-tanda dan juga hubungan antara bagian-bagian tersebut dengan masyarakat pemakainya.⁶

Pilar-pilar utama dari pemikiran Ferdinand de Saussure didasarkan pada beberapa pasangan konsep yang memiliki perbedaan. Pertama terdapat konsep mengenai tanda yang mencakup *signifier* (penanda) dan *Signified* (petanda). Kedua, ada konsep tentang bahasa (*Langage*) yang melibatkan pasangan konsep *Langue* dan *Parole*. Dan yang ketiga, pasangan konsep pendekatan dalam linguistik, yaitu pendekatan sinkronik dan pendekatan diakronik.⁷ Namun batasan penelitian ini hanya mencakup kepada semiotika dalam pandangan Ferdinand de Saussure,

⁵ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss dan John G. Oetzel, *Teori komunikasi: Theories of Human Communication*, edisi 9, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), h.53.

⁶ Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, (Bandung: Jalasutra, 2003), h. 47

⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.111

sehingga kedepannya topik pembahasan hanya mencakup konsep *signifier* (penanda) dan *Signified* (petanda).

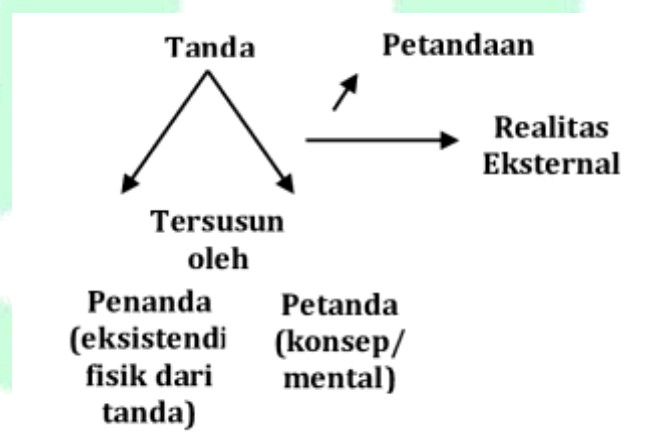
Pemikiran Ferdinand de Saussure yang paling signifikan pada kajian semiotik yaitu pendapatnya tentang tanda. Saussure memperlakukan tanda dengan melakukan pengklasifikasian terhadap hal yang ia sebut dengan *Signifier* (Penanda) dan *Signified* (Petanda) dalam konteks komunikasi manusia pada kehidupan bermasyarakat. Dalam pandangan Saussure, bahasa itu adalah sebuah sistem tanda (*sign*). Suara-suara yang dihasilkan oleh manusia, hewan, maupun bunyi-bunyian, hanya dapat dikategorikan sebagai bahasa atau memiliki fungsi sebagai bahasa apabila bunyi atau suara tersebut dapat berekspresi, memberikan pernyataan atau menyampaikan, serta merepresentasikan ide-ide atau pemahaman tertentu. Oleh karena itu, bunyi-bunyian tersebut harus menjadi bagian dari suatu sistem konvensi atau kesepakatan serta termasuk kedalam rangkaian dari suatu sistem tanda.⁸

Tanda merupakan kombinasi antara penanda (*signifier*) dan sebuah ide atau petanda (*signified*). Dengan kata lain, penanda dapat diartikan sebagai "bunyi yang memiliki makna" atau "coretan yang memiliki makna". Penanda menjadi aspek fisik dalam bahasa, yang mencakup segala sesuatu yang dapat diucapkan atau dapat didengarkan, serta apa yang dapat dituliskan maupun dibacakan. Di sisi lain, petanda mencakup gambaran mental, gagasan, atau konsep yang juga bisa dikatakan dengan aspek mental dari bahasa. Sehingga dalam konteks tanda bahasa yang konkret, perlu dicatat bahwa kedua komponen tersebut tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Tanda bahasa selalu mempunyai dua aspek: Penanda dan petanda

⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2023), h.46

atau *signifier* dan *signified*. Suatu penanda tanpa petanda tidak dapat mempunyai arti apapun dan karena itu tidak merupakan tanda. Sebaliknya, sebuah petanda tidak bisa disampaikan atau dipahami tanpa adanya penanda; petanda itu sendiri yang menjadi bagian dari tanda dengan demikian merupakan suatu bagian dari elemen linguistik. Seperti yang telah dinyatakan oleh Saussure, "Penanda dan petanda adalah suatu kesatuan, seperti dua sisi dari selembar kertas."⁹

Terdapat relasi antara eksistensi fisik tanda dengan konsep mental, hubungan tersebut disebut dengan Petandaan (*signification*). *Signification* dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memberikan makna terhadap dunia. Dikutip dari buku karya John Fiske yang berjudul Pengantar Studi Komunikasi, Alex Sobur memberikan konsep tanda menurut penggambaran dari Ferdinand de Saussure, sebagai berikut:¹⁰



Gambar 2. 1 Konsep tanda menurut Ferdinand de Saussure

⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2023), h.46

¹⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.125

Menurut van Zoest dikutip oleh Alex Sobur, terdapat tiga relasi antara *Signifier* dan *Signified*, antara lain: ¹¹

- 1) Ikon merupakan tanda yang menyerupai suatu kenyataan yang diwakilinya, atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkannya. Misalnya kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya, foto dan sebagainya.
- 2) Indeks merupakan tanda yang keberadaannya menjadi penunjuk terhadap adanya keterkaitan dengan hal yang ditandai, contohnya asap merupakan indeks dari api
- 3) Simbol merupakan sebuah tanda yang menunjukkan relasi antara penanda dan petanda di mana hubungan ini berdasarkan pada masalah konvensi, kesepakatan atau peraturan yang berlaku. Seluruh sistem bahasa baik verbal dan nonverbal bisa disebut sebagai simbol karena maksud dari setiap tanda sudah pasti diperoleh dengan berdasarkan pada konvensi sosial. ¹² Menurut Arthur Asa Berger simbol dapat diklasifikasikan menjadi tiga yaitu, simbol konvensional, simbol aksidental, dan simbol universal. Pertama, Simbol konvensional adalah simbol yang maknanya disepakati secara sosial atau budaya, dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, simbol aksidental adalah simbol yang lebih bersifat personal dan berkaitan dengan pengalaman pribadi seseorang, misalnya seseorang menganggap suatu tempat sebagai simbol cinta karena memiliki kenangan di tempat

¹¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.126

¹² Benny H. Hoed, *Semiotik Dan Dinamika Sosial Budaya*, (Depok: Komunitas Bambu, 2014), h.10.

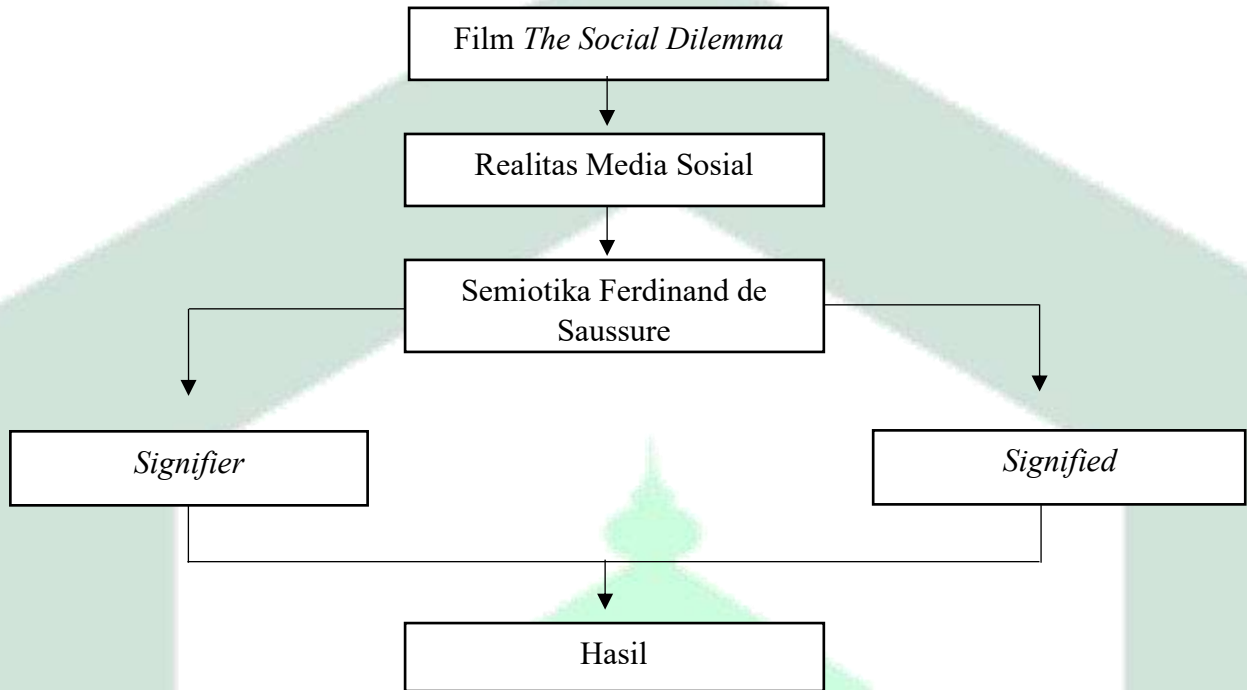
tersebut. Terakhir, simbol universal yaitu simbol yang dasarnya adalah kesamaan pengalaman oleh setiap yang memaknai simbol tersebut yang berakar pada pengalaman dan emosi, misalnya awan gelap yang dapat melambangkan kesedihan.¹³

Adapun sifat dari penanda dan petanda menurut Ferdinand de Saussure ialah arbitrer (diada-adakan), hal ini dikarenakan tidak adanya keterkaitan logis, contohnya antara kata “pohon” dan sebatang pohon yang dapat dilihat pada kehidupan nyata. Ia memiliki sifat yang stabil di mana ketika sebuah komunitas sepakat untuk mengartikan kata “pohon” sebagai sebatang pohon, maka pemahaman tersebut menjadi konvensi yang dipegang bersama. Dengan demikian, artinya tetap berada pada posisi yang disepakati oleh komunitas tersebut.¹⁴

¹³ Nawiro Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), h.33.

¹⁴ Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, (Bandung: Jalasutra, 2003), h. 158

C. Kerangka Pikir



Gambar 2. 2 Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian yang diberi judul, “Memahami Realita Media Sosial: Analisis Semiotika dalam Film *The Social Dilemma*,” ini metode penelitian yang diimplementasikan yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan teknik penelitian yang bertujuan untuk memberikan penggambaran mengenai situasi yang sedang terjadi, baik itu bersifat alamiah maupun fenomena buatan manusia.¹ Kemudian tujuan peneliti menggunakan metode penelitian ini dikarenakan penerapan penelitian kualitatif dalam penelitian memungkinkan hasil penelitian dapat lebih berfokus untuk menemukan arti (*meaning*) dan memahami (*understanding*) gejala, fakta, realita yang terjadi. Selain itu, dengan teknik penelitian ini maka dapat dipahami maksud yang terdalam (*indepth*) serta hakiki (*essence*) dari suatu realita, fakta, peristiwa maupun gejala.²

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif interpretatif pada film *The Social Dilemma* dengan memanfaatkan teori analisis semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure dan berusaha untuk mengungkap tanda yang terdiri dari *Signifier* (penanda) dan *Signified* (Petanda). Film ini disutradarai

¹ Nana, Syaodih Sukmadinata. *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 72.

² J.R. Raco. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 54.

oleh Jeff Orlowski dan dapat disaksikan melalui platform Netflix yang tayang perdana sejak 9 September 2020 silam.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada sebuah usaha untuk memahami fenomena yang muncul pada kehidupan masyarakat akibat dari maraknya penggunaan media sosial. Analisis ini akan dilakukan merujuk pada film, "*The Social Dilemma*" dengan mengadopsi analisis semiotika yang berasal dari gagasan Ferdinand de Saussure.

C. Definisi Istilah

1. Semiotika Ferdinand de Saussure

Dalam pandangan Ferdinand de Saussure, tanda adalah objek material yang memuat makna tertentu. Di mana setiap tanda terdiri dari dua komponen yang saling terhubung dan tidak terpisahkan yaitu penanda dan petanda. Penanda adalah apa yang dapat dipersepsikan oleh indera secara langsung, seperti coretan di atas kertas atau bunyi yang terdengar melalui udara. Sementara itu petanda merujuk kepada konsep mental yang ditunjukkan oleh penanda. Hal ini merupakan pandangan Ferdinand de Saussure yang menekankan bahwa bahasa termasuk ke dalam sebuah sistem tanda, di mana setiap tanda terbentuk dari dua komponen, yakni signifier (penanda) dan signified (petanda). Dengan demikian, tanda dapat dipahami dengan perpaduan antara bentuk penanda (*signifier*) dan sebuah ide atau petanda (*signified*).

2. Film *The Social Dilemma*

Film *The Social Dilemma* merupakan sebuah film dokumenter asal Amerika Serikat yang disutradarai oleh Jeff Orlowski dan dirilis pada tahun 2020. Alur utama film ini mengisahkan tentang efek negatif yang timbul dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Adapun adegan pada film ini berisi dialog dengan beberapa narasumber yang memiliki latar belakang pada industri media sosial serta reka adegan yang mengilustrasikan pernyataan-pernyataan dari para narasumber yang terlibat pada film ini.

D. Data dan Sumber Data

Data merupakan informasi, fakta atau keterangan yang dimanfaatkan sebagai bahan utama untuk melakukan penelitian yang diperlukan dalam memecahkan masalah atau mengungkap suatu fenomena.³ Dalam penelitian yang bersifat kualitatif terdapat dua kategori data yang bisa diadaptasi yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer, atau sering disebut sebagai data utama, mencakup kata-kata dan tindakan yang merupakan data mentah. Sehingga data jenis ini perlu untuk diproses lebih lanjut agar dapat menjadi informasi yang berarti. Kemudian data sekunder yaitu informasi yang dihimpun dengan maksud dijadikan sebagai pelengkap atau pendukung dari data utama misalnya dokumen, foto, serta sumber-sumber lain yang relevan.⁴

³Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2019) h. 204.

⁴Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Rosdakarya, 2002), h. 112.

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang diobservasi dan dicatat untuk yang pertama kalinya.⁵ Peneliti memperoleh data primer dengan menerapkan teknik observasi dan dokumentasi terhadap unit analisis berupa adegan, elemen visual, dan dialog dengan persyaratan unit tersebut mengandung representasi realitas media sosial yang diceritakan dalam film *The Social Dilemma*.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan informasi yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, melainkan data yang telah melalui satu atau lebih pihak yang bukan penulis asli.⁶ Peneliti bisa menemukan data tambahan melalui buku, *e-book*, serta jurnal yang membahas tentang ilmu komunikasi, dan informasi yang bersumber dari halaman internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang diterapkan oleh peneliti untuk menghimpun dan mengumpulkan informasi pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi merupakan sebuah metode penghimpunan informasi yang dilaksanakan melalui pengamatan dan pencatatan terhadap data serta fakta yang

⁵ Marzuki. 2002. *Metodologi Riset*. (Yogyakarta: Prasetya Widi Pratama, 2002), h. 55.

⁶ Marzuki. *Metodologi Riset*. (Yogyakarta: Prasetya Widi Pratama, 2002), h. 55.

relevan oleh peneliti.⁷ Dalam studi ini, tipe observasi yang diterapkan yaitu observasi non partisipan, observasi ini berarti proses pengamatan dilaksanakan tanpa melibatkan interaksi secara langsung antara peneliti dengan objek yang sedang diselidiki. Terkhusus dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap adegan-adegan yang terdapat pada dalam film *The Social Dilemma*.

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bentuk-bentuk upaya yang dikerjakan oleh peneliti yang memiliki tujuan mengumpulkan atau menghimpun informasi. Informasi yang dimaksud bisa berupa gambar maupun tulisan. Informasi berupa gambar dapat diperoleh melalui tangkapan layar dari adegan-adegan yang ada pada film *The Social Dilemma*. Sedangkan informasi dalam bentuk tulisan dapat diperoleh dari buku, karya tulis ilmiah, serta laman-laman internet yang membahas topik yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses penelusuran dan penyusunan data secara terstruktur serta pengorganisasian seluruh dokumentasi data ke dalam kelompok, penjabaran data ke dalam bagian-bagian, pelaksanaan analisis, penyusunan ke dalam pola, penyeleksian data yang signifikan dan yang akan diteliti hingga penarikan kesimpulan yang jelas dan mudah dipahami oleh peneliti dan pembaca.⁸ Adapun proses analisis data yang akan diaplikasikan pada penelitian ini

⁷ Rifai Abubakar. *Pengantar Metodologi Penelitian Edisi 1*. (Yogyakarta: Suka-Pres, 2021), 90.

⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung Alfabeta, 2012), 89.

akan mengadopsi teknik analisis menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono melalui tiga tahapan analisis data yang terdiri dari: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁹

1. Pengumpulan data (*Data collection*), adalah proses penghimpunan data dari berbagai sumber atau referensi. Pada penelitian ini data diperoleh dengan memanfaatkan hasil observasi dan dokumentasi terhadap adegan-adegan yang terdapat dalam film *The Social Dilemma* yang dianggap relevan dengan topik penelitian ini;
2. Reduksi data (*Data Reduction*), merupakan proses pemilahan serta penyeleksian terhadap informasi mentahan yang telah didapatkan dari hasil observasi maupun dokumentasi;
3. Penyajian data (*Data Display*), merupakan aktivitas membuat laporan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan secara sistematis. Pada tahapan ini data yang telah dipilih dianalisis berdasarkan pada teori semiotika yang diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure. Kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel yang memberikan penjelasan naratif; dan
4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*), merupakan tahapan yang dilaksanakan dengan maksud untuk memberikan penjabaran dan penggambaran yang jelas secara ringkas. Pada langkah ini, data yang telah dianalisis diharapkan dapat memberikan makna yang lebih dalam.

⁹ Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif, untuk penelitian yang bersifat exploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 134-141

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Profil Film *The Social Dilemma*

Film *The Social Dilemma* adalah sebuah film yang hadir dari kolaborasi antara rumah produksi *Exposure Labs* dan Platform *Streaming Netflix*. *Exposure Labs* merupakan rumah produksi yang didirikan oleh Jeff Orlowski dan Larissa Rhodes serta berbasis di Boulder, Colorado, Amerika Serikat. Misi dari *Exposure labs* ialah memanfaatkan film sebagai media untuk meningkatkan kesadaran terhadap perubahan-perubahan sosial dengan berfokus pada pembahasan isu lingkungan dan teknologi.¹ Film *The Social Dilemma* mengangkat isu tentang sisi gelap dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Adapun film-film lain yang telah dirilis oleh *Exposure labs* ialah *Chasing Ice* yang mengisahkan tentang bukti visual dari pemanasan global melalui pencairan gletser di Arktik, *Chasing Coral* yang menyorot tentang penurunan populasi terumbu karang di lautan, dan terbaru *Chasing Time*.

Film *The Social Dilemma* juga merupakan salah satu dokumenter orsinal dari platform *Streaming Netflix* yang memulai debutnya di festival film *Sundance* pada 26 Januari 2020 dan pada 9 September di tahun yang sama film ini dapat disaksikan melalui platform *Streaming Netflix*. Film ini merupakan salah satu film

¹ Exposure Labs, <https://www.exposurelabs.com/about>.

dokumenter yang populer pasalnya dalam jangka waktu 28 hari sejak dirilis di *Netflix* film ini mampu menarik atensi sebanyak lebih dari 38 juta penonton. Adapun *rating* film ini berdasarkan pada situs *Rotten Tomatoes*, dari para kritikus mendapat predikat “*Fresh Tomatto*” atau mencapai angka 84% sedangkan dari para audiens mencapai angka 83% atau 3,9/5.²



Gambar 4. 1 Poster Film The Social Dilemma

Film ini juga merupakan film yang menorehkan prestasi penghargaan, pasalnya secara keseluruhan film ini telah meraih 8 kemenangan dan 22 nominasi dalam berbagai ajang nominasi. Penghargaan yang paling bergengsi ialah *Impact Film Award* di *Boulder International Film Festival* 2020, Colorado, Amerika

² Rotten Tomatoes, https://www.rottentomatoes.com/m/the_social_dilemma.

Serikat; 2 *Primetime Emmy Awards* dan *Webby Award*; serta menjadi *Official Selection* di Festival Film Sundance 2020, dan masih banyak lagi.³

Film *The Social Dilemma* ditulis oleh Vickie Curtis, Davis Coobe, dan Jeff Orlowski yang juga bertindak sebagai sutradara. Film ini memiliki durasi 1 jam 34 menit dengan mengombinasikan antara genre dokumenter dan drama. Tujuan dari penggabungan antara genre ini ialah agar pesan yang berusaha disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh penonton. Adegan-adegan pada film ini menampilkan wawancara dengan orang-orang yang memiliki kredibilitas mulai dari mantan pegawai di industri media sosial, ilmuwan komputer, penulis hingga kaum akademisi. Selain wawancara film ini menampilkan potongan klip berita pada media-media tv ternama di Amerika Serikat yang membahas tentang isu media sosial dan juga reka adegan yang mengilustrasikan kehidupan sehari-hari yang memiliki relevansi dengan pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh para narasumber.

Film ini melibatkan narasumber-narasumber ternama yang terdiri dari:

- a. Tristan Harris, mantan Google Design Ethicist (ahli etika desain Google), dan ia juga merupakan *Co-Founder & Presiden* dari sebuah organisasi kemanusiaan *Center for Humane Technology*;
- b. Tim Kendall, *CEO* dari *Moment*, Mantan Direktur Monetisasi *Facebook*, dan pernah menjabat sebagai Presiden *Pinterest*;
- c. Jaron Lanier, Ilmuwan komputer dan pelopor dari *Virtual Reality (VR)*;

³ Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt11464826/awards/>.

- d. Roger McNamee, investor awal Facebook dan Penulis buku *"Zucked: Waking Up to the Facebook Catastrophe;"*
- e. Aza Raskin, pernah bekerja sebagai *Head Of User Experience (Kepala Pengalaman Pengguna)* di *Mozilla Labs*, *co-Founder Center For Humane Technology*, serta penemu dari *The Infinite Scroll*;
- f. Justin Rosenstein, mantan *Engineering Lead* (Pimpinan Teknik) di *Facebook*, mantan *Product Manager* (Manajer Produk) di *Google*, dan ia juga merupakan *Co-Founder* dari *Asana and One Project*;
- g. Shoshana Zuboff, Phd, *Professor Emeritus* di *Harvard Business School*, dan juga penulis dari buku *"The Age of Surveillance Capitalism;"*
- h. Jeff Seibert, pernah menjabat sebagai *Senior Director Of Product* (Direktur Senior Produk) di *Twitter*;
- i. Sandy Parakilas, pernah menjabat sebagai *Operation Manager* (Manajer Operasi) di *Facebook*, ia juga mantan *Product Manager* (Manajer Produk di *Uber*);
- j. Joe Toscano, mantan *Experience Design Consultant* (Konsultan Desain Pengalaman) di *Google*, dan Penulis dari buku *"Automating Humanity;"*
- k. Chamath Palihapitiya, pernah menjabat sebagai *Vice President of Growth* (wakil presiden untuk pertumbuhan pengguna) di *Facebook*;
- l. Sean Parker, Pernah menjabat sebagai presiden di *Facebook*;
- m. Dr. Anna Lambke, seorang *Medical Director of Addiction Medicine* (Direktur Medis Kedokteran Ketergantungan) di *Stanford University School of Medicine*;

- n. Jonathan Haidt, seorang psikolog sosial di *New York University*, dan juga penulis dari *“The righteous mind: Why Good People are Divided by Politics and religion;”*
- o. Randima (Randy) Fernando, mantan Product Manager (Manajer Produk) di NVIDIA, mantan Executive Director (Direktur Eksekutif) di *Mindful School California*, dan salah satu *Co-Founder* dari *Center for humane Technology*;
- p. Cathy O'Neil, seorang *Data Scientist* (Ilmuan Data), dan penulis dari *“Weapon of Math Destruction;”*
- q. Bailey Richardson, pegawai awal di Instagram;
- r. Rashida Richardson, Professor di *NYU School of Law Adjunct*, dan *Director of Policy Research* di *A.I Now Institute*;
- s. Guillaume Chaslot, Mantan *Software Engineer* di *Youtube*, *CEO* dari *Intuitive AI*, dan juga pendiri *Algo Transparency*;
- t. Cynthia Wong, mantan *Senior Internet Reseacher* (Peneliti Senior Internet) di *Human Rights Watch*;
- u. Alex Roetter, mantan *Senior VP of Engineering* (Wakil Presiden Senior Teknik) di *Twitter*; dan
- v. Lynn Fox, mantan Direktur Humas Perusahaan di *Apple, Corporate Communications* di *Google*.

Adapun deretan aktor dan aktris yang terlibat untuk memainkan peran pada film ini, sebagai berikut:

- a. Skyler Gisondo memerankan Ben, seorang remaja laki-laki yang kecanduan media sosial;

- b. Kara Hayward berperan sebagai Cassandra, kakak dari Ben yang selalu memberikan peringatan kepada keluarganya tentang bahaya dari media sosial;
- c. Vincent Kartheiser berperan sebagai *advertising AI*, *engagement AI*, dan *growth AI*, yang diilustrasikan sebagai robot dalam komputer yang memprogram agar media sosial dapat memperoleh atensi dari para penggunaannya;
- d. Sophia Hammons memerankan Isla, adik perempuan dari Ben yang juga kecanduan media sosial;
- e. Barbara Gehring sebagai ibu dari Ben;
- f. Chris Grundy berperan sebagai ayah dari Ben;
- g. Sergio Vilarreal sebagai Luiz, teman satu kelas dari Ben;
- h. Catalina Garayoa memerankan Rebecca, teman satu kelas dari Ben;
- i. Marty Lindsey berperan sebagai guru di sekolah Ben;
- j. Emi Zerr sebagai mantan pacar Ben;
- k. Jason Potter, Korey David Rahle, dan Laurence Curry sebagai vlogger;
- l. Vic Alejandro, Oner Asir, Kristina Fountaine, dan Chase Penny berperan sebagai Polisi yang mengawal demonstrasi yang disebabkan oleh propaganda melalui media sosial; dan
- m. Jade Rysin sebagai *Anonymous Coder*.

2. Sinopsis Film The Social Dilemma

Film *The Social Dilemma* (2020) adalah film dokumenter yang memiliki fokus pembahasan tentang sisi gelap dari media sosial dan teknologi internet yang diceritakan mampu menimbulkan perasaan dilema dalam diri para penggunanya. Pesan utama dalam film ini disampaikan melalui wawancara bersama dengan sejumlah tokoh penting yang pernah berada dibalik layar kesuksesan industri-industri internet dan media sosial ternama seperti *Google*, *Facebook (Meta)*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain.

Proses wawancara pada film ini hanya berjalan satu arah dan para narasumber hanya diberikan satu pertanyaan oleh sosok anonim yang berada dibalik kamera. Adapun bunyi dari pertanyaan tersebut adalah, “*What’s the Problem?*” (Apa masalahnya?). Selain narasumber dari latar belakang industri media sosial, dalam film ini juga dilibatkan penulis dan akademisi dari universitas ternama di Amerika Serikat. Tujuan dari dilibatkannya narasumber dari kedua golongan ini adalah untuk menguatkan jawaban dari para mantan karyawan di industri media sosial melalui argumentasi yang berdasarkan pada data dan ilmu pengetahuan.

Pernyataan yang disampaikan oleh para narasumber merupakan sebuah bentuk kekhawatiran terhadap kehadiran media sosial di tengah kehidupan bermasyarakat. Melalui film ini penonton diberitahu bagaimana media sosial memanipulasi perilaku para penggunanya dengan kemampuan dari algoritma yang mampu mengidentifikasi dan mengenali karakter serta minat penggunanya. Hal ini dikarenakan algoritma media sosial bekerja dengan melakukan pengawasan secara

diam-diam, merekam aktivitas pengguna dan memanipulasi tampilan *feed* agar pengguna merasa ketergantungan demi memperoleh keuntungan finansial. Di mana keuntungan tersebut diperoleh melalui data pribadi pengguna yang dimanfaatkan untuk mempersonalisasikan konten dan iklan. Pada kasus ini pengguna dijadikan sebagai “produk” yang dijual kepada pengiklan.

Selain wawancara, dalam film ini juga disisipkan drama kehidupan sebuah keluarga di Amerika yang menghadapi masalah akibat penggunaan media sosial. Sebagai unsur pelengkap dalam film ini terdapat beberapa adegan yang mengilustrasikan tentang bagaimana cara algoritma media sosial bekerja di dalam ruang virtual. Pada drama Ben dan adik perempuannya Isla menjadi sorotan utama yang menjadi korban dari betapa *powerfull*-nya pengaruh negatif dari kehadiran media sosial. Selain agar lebih argumentasi yang disampaikan oleh para narasumber lebih mudah dipahami, tujuan dari penambahan kisah ini ialah untuk memberikan contoh nyata kepada para penonton bahwa penggunaan media sosial yang kelihatannya sangat menyenangkan dan memudahkan ternyata juga dapat memberikan dampak negatif yang berpotensi merugikan penggunanya.

Pengaruh negatif yang dibahas dalam film ini meliputi penurunan interaksi sosial secara langsung ini ditunjukkan pada salah satu adegan di mana Ben dan teman kelasnya yang duduk bersebelahan lebih mengutamakan menghabiskan waktu istirahat dengan menjelajah melalui media sosial dibandingkan dengan melakukan interaksi secara langsung satu sama lain. Kemudian gangguan kesehatan mental ditunjukkan pada adegan ketika Isla yang merasa cemas ketika ada

seseorang yang memberikan komentar negatif terhadap foto yang dia unggah pada salah satu platform media sosial pribadinya.

Adapun pengaruh negatif dalam ranah peredaran informasi, penyebaran berita palsu serta provokatif dan rawannya terjadi polarisasi politik yang ditunjukkan pada bagian akhir film di mana terjadi aksi demonstrasi yang dipicu oleh kondisi *Filter bubble*. Kondisi ini mampu membuat para pengguna merasa bahwa opini yang mereka miliki merupakan kebenaran yang harus diterima. Namun dibalik banyaknya efek negatif yang dibahas secara kritis, film ini juga menyoroti sisi positif media sosial seperti kemudahan akses informasi dan koneksi global. Serta dalam pandangan politik film ini berusaha bersifat netral, dengan mengajak penonton untuk mempertanyakan dan memvalidasi bagaimana kebenaran informasi yang mereka terima tanpa memihak pada satu pandangan tertentu.

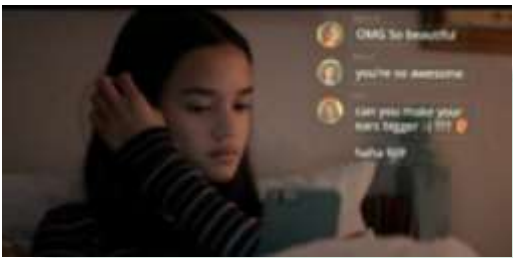
3. Uraian Data Penelitian

Pada bagian ini peneliti memberikan uraian tentang data yang dapat berupa adegan ataupun pernyataan yang disampaikan oleh para narasumber yang terdapat di dalam film *The Social Dilemma*. Data yang telah dihimpun dan diseleksi ini ialah kumpulan data yang dapat memberikan informasi berupa deskripsi tentang realita yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Data-data yang dimaksud itu dijabarkan pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Uraian Data Penelitian

No.	Adegan	Uraian
1.		Pada adegan ini Ibu Isla sedang meminta pertolongan kepada Isla. Ibu: “Hei, Isla bisa tolong siapkan mejanya?”. Namun permintaan tersebut tidak mendapat respon apapun dari Isla dikarenakan ia sedang sibuk bermain media sosial.
2.		Sebuah potongan klip berita yang menampilkan seorang Presenter. Presenter: “Kita telah berubah dari era informasi menjadi era disinformasi”.

3.	 Aza Raskin Frederic & Mazda Labs, Former Employee Center for Humane Technology, Co-Founder Investor, Individeo School pengiklan membayar produk yang kita gunakan. If you're not paying for the product, then you are the product. "Jika kau tak membayar produknya, berarti kaulah produknya."	Pada adegan ini Aza Raskin berkata: "Karena kita tidak membayar produk yang kita gunakan, pengiklan membayar produk yang kita gunakan. Pengiklan adalah pelanggannya kitalah yang dijual." Adegan kemudian beralih kepada Tristan Harris yang berkata: "Jika kamu tidak membayar produknya, berarti kamu adalah produknya."
4.	 Jadi, ini masalahnya. Media sosial adalah narkoba.	Pada adegan ini Dr. Anna Lambke berkata: "Jadi, ini masalahnya Media Sosial adalah narkoba."

5.		Dalam adegan ini Isla mendapatkan komentar yang bermaksud untuk menjelek-jelekannya.
6.		Ben dengan mimik wajah murungnya berdiri di sebelah potret kera yang dipajang di dalam museum.
7.		Pada adegan ini Guillaume Chaslot berkata : “Aku khawatir algoritma yang kukerjakan sebenarnya meningkatkan polarisasi di masyarakat.”

8.		Ben menghabiskan waktu istirahatnya dengan bermain media sosial. Juga diperlihatkan beberapa tampilan visual dari konten yang dia lihat.
9.		Renee Diresta yang berkata: “Apa yang kita lihat adalah serangan global terhadap demokrasi.”

Data-data yang telah ditampilkan pada tabel diatas pada tahapan selanjutnya akan dianalisis dengan mangapilikasikan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure. Di mana pada umumnya setiap tanda memiliki maknanya masing-masing dan dalam pandangan Ferdinand de Saussure tanda ialah kombinasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Sehingga pemisahan antara kedua unsur yang tidak dapat dipisahkan tersebut merupakan sebuah upaya dari

peneliti untuk mengungkap fakta tersembunyi dibalik penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari yang berpotensi menghadirkan ancaman baik bagi individu maupun masyarakat.

B. Analisis Data

Film *The Social Dilemma* merupakan sebuah film yang sangat relevan dengan perkembangan teknologi di zaman modern. Alur utama yang dibahas pada film ini merupakan sebuah isu populer di tengah kehidupan masyarakat yaitu tentang penggunaan media sosial. Film ini memberikan edukasi kepada para penontonnya tentang efek negatif yang dapat ditimbulkan oleh media sosial, bagaimana industri media sosial memperoleh keuntungan serta bagaimana cara kerja algoritma dalam media sosial.

Penerapan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure pada film memanfaatkan kekuatan bahasa visual dan nonvisual untuk dapat memahami bagaimana film sebagai media ekspresi mengaplikasikan tanda-tanda untuk mengeksplorasi makna. Saussure berpandangan bahwa bahasa sebagai sistem tanda yang terdiri dari dua unsur yang tidak dapat dipisahkan yaitu “*signifier*” (penanda) dan “*signified*” (petanda).⁴ Dalam konteks film “*signifier*” (penanda) dapat diidentifikasi melalui unsur-unsur yang berupa tampilan ilustrasi atau gambar maupun dialog atau argumen yang disampaikan oleh para pemeran

⁴ Muhammad Sulthan Al Muzakky, Sabda Mahardika Muggaran, Muhammad Gibran Rabbani, dkk, “Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure pada Film *Srimulat: Hil yang Mustahil*,” *Jurnal Idiomatik* Vol. 6, No. 2, (Desember 2023): 146 <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/idiomatik/article/download/2105/1204/10039>.

yang terlibat. Sedangkan “*signified*” (petanda) merujuk kepada makna atau apa yang dimaksud oleh unsur *signifier* tersebut.

Penelitian ini memanfaatkan teori analisis semiotika dari Ferdinand de Saussure untuk mengungkap makna dan melakukan pengkajian lebih mendalam terhadap realitas yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan media sosial melalui berbagai macam tanda yang ditampilkan dalam film *The Social Dilemma*. Koneksi antara *signifier* dan *signified* dalam semiotika Ferdinand de Saussure mampu memberikan tafsiran terhadap simbol sehingga memperkuat pesan-pesan yang berusaha disampaikan dalam film *The Social Dilemma*. Penelitian ini terfokus pada dampak destruktif yang jarang diketahui oleh khalayak umum yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial yang disampaikan dalam film *The Social Dilemma*. Adapun analisis realitas penggunaan media sosial yang diceritakan dalam film *The Social Dilemma*, sebagai berikut:

1. Media sosial menumbuhkan kebiasaan *Phubbing* (00:04:22 - 00:04:30).

Tabel 4. 2 Analisis kebiasaan *phubbing*

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Pada adegan ini Ibu Isla sedang meminta pertolongan kepada Isla dengan berkata: “Hei, Isla bisa tolong siapkan meja. Namun, permintaan tersebut tidak ditanggapi oleh Isla. Sehingga Ibu Isla mengulang permohonannya tersebut: “Isla, bisa tolong siapkan mejanya?””. Isla tetap tidak memberikan respon dikarenakan ia sedang sibuk bermain media sosial.
<i>Signified</i> (petanda)	
Fleksibilitas merupakan salah satu keuntungan yang ditawarkan oleh media sosial dikarenakan dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Serta menawarkan pengalaman baru kepada para penggunanya yaitu kemudahan untuk memperoleh informasi tanpa adanya hambatan jarak dan waktu. Para pengguna dapat tetap menjaga silaturahmi dengan berkomunikasi secara <i>real time</i> bersama keluarga, kerabat ataupun teman tanpa harus bertemu secara tatap	

muka. Namun, berkaca pada kasus ini kenyataannya penggunaan media sosial menimbulkan masalah yang baru, minat untuk melakukan interaksi sosial secara tatap muka mengalami penurunan dikarenakan kebanyakan orang cenderung lebih memilih untuk menjelajah informasi melalui dunia virtual. Adegan ini memperlihatkan adanya degradasi dalam kebersamaan, gangguan terhadap interaksi sosial serta fenomena terasing di dalam lingkungan keluarga yang disebabkan oleh kecanduan terhadap akses ke media sosial. Isla digambarkan sebagai generasi muda yang lebih mengutamakan berinteraksi melalui dunia virtual dibandingkan dengan keluarga terdekatnya.

Fenomena *phone snubbing* yang kemudian disingkat menjadi *phubbing* merupakan suatu bentuk tindakan seseorang yang lebih memprioritaskan aktivitas yang melibatkan penggunaan gawai atau *smartphone* dibandingkan dengan melakukan interaksi sosial secara fisik dengan orang-orang di sekitarnya.⁵ Istilah *phubbing* pertama kali diperkenalkan pada tahun 2012 oleh Direktur biro iklan di Australia McCann Group, Adrian Mills, yang bekerja sama dengan David Astle. Istilah ini kemudian dipopulerkan oleh *Macquire Dictionary* melalui kampanye, “*Stop Phubbing*”.⁶

Terdapat dua tipe dari *phubbing*, yaitu tipe *reactive phubbing* dan tipe *proactive phubbing*. Tipe *reactive phubbing* merupakan tingkah laku seseorang

⁵ Rafinitia Aditia, “Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial”, *KELUWUH: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 2, NO.1, (April 2021): 10, <https://media.neliti.com/media/publications/496529-none-89db1836.pdf>.

⁶ Ayu Rifka Sitoresmi, “*Phubbing* adalah Perilaku yang Lebih Fokus ke Gawai Daripada Sekitar, Ini Dampaknya”, *Liputan 6*, 09 Mei 2022, <https://www.liputan6.com/hot/read/4958436/phubbing-adalah-perilaku-yang-lebih-fokus-ke-gawai-daripada-sekitar-ini-dampaknya?page=2>.

yang memberikan perhatian dan respon terhadap *smartphone* tepat saat setelah memperoleh pemberitahuan dari *smartphone*. Sedangkan, tipe *proactive phubbing* adalah tingkah laku seseorang yang secara aktif memberikan perhatian terhadap *smartphone* tanpa adanya rangsangan berupa pemberitahuan.⁷ Contoh tipe *proactive phubbing* ini, seperti yang dilakukan oleh Isla pada adegan di atas, di mana penonton diperlihatkan Isla yang lebih memilih bermain media sosial dibandingkan membantu Ibunya menyiapkan meja untuk makan malam. Tanpa adanya kontrol yang bijak terhadap penggunaan gawai, maka tidak dapat dimungkiri orang-orang cenderung malas atau bahkan enggan untuk melakukan interaksi sosial secara langsung.

⁷ J. Knausenberger, A. Giesen-Leuchter, G.Echterhoff, "Feeling Ostracized by Others' Smartphone Use: The Effect of Phubbing on Fundamental Needs, Mood, and Trust," *Frontiers in psychology*, Vol. 13, No. 883901, (Juli 2022): 3, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.883901>.

2. Media sosial merupakan pintu gerbang menuju era disinformasi (00:05:31).

Tabel 4. 3 Analisis tentang era disinformasi

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Sebuah potongan klip berita yang menampilkan Presenter berita berkata: “Kita telah berubah dari era informasi menjadi era disinformasi”.
<i>Signified</i> (petanda)	
Pernyataan yang disampaikan oleh presenter ini merujuk kepada salah satu pengaruh yang dapat diciptakan oleh media sosial. Lahirnya era informasi disebabkan oleh kemudahan akses dan masifnya persebaran informasi melalui teknologi digital dan internet termasuk media sosial. Efek samping dari derasnya arus informasi ini memiliki potensi untuk menjebak seseorang atau suatu kelompok kedalam suatu kondisi yang dinamakan <i>information overload</i> (banjir informasi). <i>information overload</i> merupakan suatu situasi ketika seseorang tidak dapat memproses dan menerima suatu informasi dikarenakan percepatan persebaran informasi yang tidak dapat dibendung sehingga dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan.⁸	

⁸ Shafa Dinda Tsabitah, Diah Priharsari, Satrio Hadi Wijoyo, “Analisis Kualitatif Implikasi Information Overload pada Pengguna Social Networking Sites (SNS),” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* Vol. 6, No. 2 (Februari 2022): 804, <http://j-ptiik.ub.ac.id>.

Kerentanan yang disebabkan oleh fenomena *information overload*, ini kemudian dapat dimanfaatkan oleh berbagai oknum yang memiliki kepentingan tertentu untuk menebar informasi dan berita yang tidak sesuai dengan realita atau bahkan hingga memutar balikkan fakta yang terjadi di lapangan. Sehingga era informasi bertransformasi menjadi era disinformasi. Disinformasi merupakan informasi keliru yang disebarkan dengan sengaja oleh oknum tertentu yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan tertentu, menyesatkan atau memanipulasi opini publik.⁹ Selain disinformasi terdapat juga jenis informasi lain yang dapat menyesatkan opini publik yaitu misinformasi dan malinformasi. Misinformasi merupakan informasi palsu yang beredar tetapi informasi tersebut diyakini benar oleh pihak yang menyebarkannya. Sedangkan malinformasi adalah informasi yang berdasarkan pada kenyataan tetapi disebarkan untuk mecelekai seseorang, organisasi, atau bahkan negara.¹⁰

Pernyataan “Kita telah berubah dari era informasi menjadi era disinformasi,” menyorot kepada adanya transisi masa dari informasi faktual dan valid yang menjadi tulang punggung masyarakat menuju masa dominasi informasi palsu dalam membangun opini publik. Hal ini merupakan kritik terhadap kecenderungan media sosial menyebarkan informasi yang dapat

⁹ Cheriyn Ireton, Posetti Julie, *Journalism, Fake News & Disinformation*, (Paris: UNESCO, 2018). h. 46.

¹⁰ Cheriyn Ireton, Posetti Julie, *Journalism, Fake News & Disinformation*, (Paris: UNESCO, 2018). h. 45-46.

mengguncang sensasi dan emosi serta ketertarikan para pengguna tanpa adanya verifikasi benar atau salahnya informasi tersebut.¹¹

Adegan ini juga memberikan gambaran tentang adanya keresahan terhadap siapa yang memegang kendali atas alur informasi. Bukan lagi institusi media konvensional yang umumnya mematuhi kode etik jurnalistik tetapi perusahaan teknologi yang didorong oleh kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik. Hal ini dapat mengakibatkan merosotnya kepercayaan masyarakat terhadap institusi (media, sains, pemerintah).¹²

Komdigi mengidentifikasi konten hoaks yang beredar di Indonesia sepanjang tahun 2024 mencapai angka 1923. Secara keseluruhan konten-konten tersebut meliputi beberapa kategori. Kategori politik dengan 237 konten, pemerintahan dengan 214 konten, kesehatan dengan 163 konten, bencana dengan 145 konten, lain-lain dengan 84 konten. Sedangkan, konten hoaks kategori internasional dengan serta pencemaran nama baik dengan mencapai angka 50 konten, perdagangan dengan 35 konten, kejahatan dengan 33 konten, keagamaan dan pendidikan dengan 8 konten serta mitos sebanyak 6 konten.¹³

Data yang dipaparkan oleh Komdigi tersebut menjadi bukti bahwa keberadaan media sosial menjadi salah satu pemicu utama banyaknya informasi hoaks yang berseliweran di tengah lingkungan masyarakat.

¹¹ Melati Kusuma Wardani, "Etika dan Representasi dalam Film Dokumenter: Tantangan Dokumentaris di Era Post Truth Tahun 2024," :9 <https://journal.sae.ac.id/index.php/ProFilm/article/download/67/64/210>

¹² Melati Kusuma Wardani, "Etika dan Representasi dalam Film Dokumenter: Tantangan Dokumentaris di Era Post Truth Tahun 2024," :9 <https://journal.sae.ac.id/index.php/ProFilm/article/download/67/64/210>

¹³ Komdigi, "Komdigi Identifikasi 1923 Konten Hoaks Sepanjang Tahun 2024," 8 Januari 2025. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>

3. Media sosial mengumpulkan dan memperjualbelikan data pribadi pengguna (00:13:16 - 00:13:21).

Tabel 4. 4 Analisis sistem kapitalisme pengawasan

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Pada adegan ini Aza Raskin berkata: “Karena kita tidak membayar produk yang kita gunakan, pengiklan membayar produk yang kita gunakan. Pengiklan adalah pelanggannya kitalah yang dijual.” Adegan kemudian beralih kepada Tristan Harris yang berkata: “Jika kamu tidak membayar produknya, berarti kamu adalah produknya.”
<i>Signified</i> (petanda)	
Media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lain-lain yang diketahui oleh masyarakat umum tersedia secara gratis dan bebas untuk digunakan sepuasnya. Namun, kenyatannya dalam dunia bisnis segala sesuatu memiliki harga yang harus dibayar. Dalam kasus ini, industri media sosial menerapkan suatu sistem yang bekerja tanpa disadari oleh para penggunanya. Sistem ini tidak hanya berlaku pada industri media sosial, pasalnya <i>search</i>	

engine (mesin pencari) seperti Google, Bing dan sejenisnya juga memperoleh keuntungan dengan menerapkan sistem yang serupa.

Surveillance Capitalism (kapitalisme pengawasan) merupakan sistem ekonomi mutakhir yang memanfaatkan pengalaman pengguna untuk dikonversi menjadi data yang digunakan untuk membuat prediksi serta mendikte perilaku pengguna demi memperoleh keuntungan bagi perusahaan.¹⁴ Sistem inilah yang diaplikasikan oleh industri-industri media sosial untuk memperoleh keuntungan. Dari balik layar tanpa disadari oleh para penggunanya, media sosial bekerja sebagai platform yang mengumpulkan data pribadi pengguna. Data pribadi pengguna yang dikumpulkan dapat berupa nama, lokasi, daftar pertemanan juga termasuk segala bentuk aktivitas yang dilakukan di media sosial mulai dari postingan yang diunggah, postingan yang disukai, dikomentari atau dibagikan maupun interaksi lainnya. Dan pada akhirnya data pribadi pengguna dieksploitasi dan menjadi komoditas yang diperjualbelikan oleh pihak penyedia layanan kepada pengiklan atau oknum tertentu untuk mendapatkan keuntungan dan memperoleh kekayaan.

Salah satu kasus yang disebabkan oleh sistem kapitalisme pengawasan ialah skandal perusahaan konsultasi politik asal Inggris *Cambridge Analytica* pada tahun 2018 diketahui memperoleh dan memanfaatkan data pribadi jutaan pengguna Facebook tanpa izin untuk kepentingan politik. Kasus ini terjadi pada tahun 2016 dimana *Cambridge Analytica* memanfaatkan data tersebut sebagai

¹⁴ Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, (New York: PublicAffairs, 2019)

acuan untuk melakukan *targeting ads* atau pengiriman pesan iklan yang disesuaikan/dipersonalisasi dengan minat pemilih sebagai alat untuk mempengaruhi pandangan politik dan pilihan pemilih. Pada saat itu *Cambridge Analytica* sangat membantu Donald Trump untuk memenangkan pemilihan presiden Amerika Serikat.¹⁵ Salah satu contohnya jika ada orang yang peduli dengan kesehatan maka pemilih tersebut akan diperlihatkan program Trump soal kesehatan.

Berdasarkan skandal *Cambridge Analytica* tersebut dapat diketahui bahwa penerapan sistem kapitalisme pengawasan pada media sosial memiliki dampak yang merugikan para pengguna pada level individu maupun kelompok tertentu. Hal ini dikarenakan sistem kapitalisme pengawasan dapat mengakibatkan pelanggaran hak privasi atas data pribadi, meningkatkan potensi penyalahgunaan data pribadi pengguna, hingga menciptakan polarisasi antar kelompok masyarakat. Selain itu, dengan mengumpulkan dan mengolah data yang sangat detail dari tiap pengguna pihak ketiga dapat mempersonalisasikan serta menampilkan konten yang dapat mempengaruhi tingkah laku, perasaan, cara berpikir hingga opini pada tiap pengguna. Singkatnya semakin banyak data yang dikumpulkan maka semakin akurat prediksi yang dapat ditampilkan.

¹⁵ Shiona McCallum, "Meta Settles Cambridge Analytica Scandal Case for \$725m," BBC, 23 Desember 2022. <https://www.bbc.com/news/technology-64075067>.

4. Kecanduan beraktivitas melalui media sosial sama dengan kecanduan terhadap narkoba (00:33:17).

Tabel 4. 5 Analisis tentang kecanduan media sosial

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Pada adegan ini Dr. Anna Lambke berkata: “Jadi, ini masalahnya Media Sosial adalah narkoba.”
<i>Signified</i> (petanda)	
Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh Dr. Anna Lambke dapat diketahui bahwa ternyata ketergantungan terhadap penggunaan media sosial memiliki kesamaan dengan kecanduan terhadap konsumsi narkoba. Media sosial adalah narkoba modern yang mengakibatkan efek ketergantungan serta memiliki potensi untuk mengacaukan kesehatan mental dan sosial penggunanya. Pernyataan ini berdasarkan pada hasil penelitiannya yang menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dapat mendorong pelepasan dopamin (hormon yang berperan sebagai penyebab adanya perasaan senang, kepuasan, serta termotivasi dalam diri seseorang) secara instan melalui jalur penghargaan otak, hal ini sama persis dengan apa yang terjadi ketika seseorang mengonsumsi obat-obatan yang bersifat adiktif. Dopamin ini kemudian memberikan sensasi “high”	

yang mengakibatkan penggunaanya untuk terus memperoleh pengalaman yang serupa, hasilnya tumbulah rasa kecanduan.¹⁶

Eksistensi media sosial sebagai teknologi tidak hanya memberikan pengaruh terhadap interaksi sosial tetapi juga mampu mengendalikan dan memanipulasi tingkah laku para penggunaanya. Hal ini dikarenakan media sosial juga memiliki karakteristik adiktif seperti narkoba yang dapat menjebak para penggunaanya untuk menggunakannya secara terus-menerus melalui manipulasi psikologis yang menciptakan ketergantungan pada dopamin. Jika dibiarkan terjebak pada siklus ini secara terus-menerus dampak yang bisa didapatkan ialah perasaan depresi dan kecemasan ketika terjadi kondisi defisit dopamin dan ketidakmampuan untuk meninggalkan aktivitas di dunia maya meski mengetahui efek negatifnya.¹⁷ Terciptanya siklus ketergantungan terlihat ketika pengguna selalu berusaha melakukan lebih banyak aktivitas melalui media sosial karena sudah terbiasa memenuhi kebutuhan dopamin dengan cara yang sangat mudah.

¹⁶ Bruce Goldman, "Addictive Potential Of Social Media, Explained," Stanford Medicine, 29 Oktober 2021, <https://med.stanford.edu/news/insights/2021/10/addictive-potential-of-social-media-explained.html>

¹⁷ "The Science Behind Social Media Addiction and How to Break Free," Freedom, 7 Maret 2024, <https://freedom.to/blog/the-science-behind-social-media-addiction-and-how-to-break-free/>

5. Media sosial mengakibatkan potensi perbuatan *Cyberbullying* meningkat (00:38:54 – 00:39:15).

Tabel 4. 6 Analisis perbuatan *Cyberbullying*

<i>Signifier</i> (penanda)

Terlihat Isla sedang merasa gelisah setelah membaca salah satu komentar dari teman-temannya terhadap swafoto yang telah ia unggah pada salah satu platform media sosial. Pada adegan ini diperlihatkan terdapat tiga temannya yang memberikan komentar, dan berikut bunyi dari komentar-komentar tersebut: Sophia : “Astaga, sangat cantik.”. Olivia : “Kamu sungguh luar biasa.” Ava : ”Bisakah kamu membesarkan telinga kamu???. haha,” (disertai emotikon telinga dan emotikon gajah yang dimaksudkan untuk mengejek fisik Isla).
<i>Signified</i> (petanda)

Kekuatan utama media sosial selain fleksibilitas dan efisiensi dalam distribusi informasi juga terletak pada fitur-fitur interaktif yang menjamin keterlibatan para penggunanya. Salah satu fitur interaktif tersebut ialah komentar terhadap konten yang diunggah oleh pengguna. Keberadaan fitur ini memudahkan serta menjamin kebebasan pengguna untuk saling berinteraksi dengan menyampaikan pendapat atau saling bertukar ide dan gagasan. Namun, kebebasan untuk berekspresi tersebut memiliki sisi negatif yang salah satu contohnya dapat dilihat pada adegan diatas di mana swafoto yang diunggah oleh Isla pada platform media sosial mendapatkan komentar yang bermaksud mengejek Isla. Komentar tersebut kemudian mempengaruhi kepercayaan diri yang dimiliki oleh Isla. Kejadian seperti inilah yang dikenal dengan istilah *Cyberbullying*.

Cyberbullying adalah segala bentuk penindasan atau perundungan yang dilakukan melalui internet seperti platform game online, media sosial dan perangkat digital lainnya.¹⁸ Penindasan model ini memiliki beberapa bentuk seperti pesan yang berisi ancaman, pelecehan secara online, mengunggah informasi yang bersifat privat dan rahasia, komentar yang menghina serta menghujat, termasuk membajak akun orang lain untuk keuntungan pribadi dan masih banyak lagi.

Apabila tindakan *Cyberbullying* dibiarkan secara terus-menerus, akibatnya dapat berpengaruh pada mental dan emosional korban. Pengaruh

¹⁸ “Cyberbullying: Apa Itu dan Bagaimana Menghentikannya,” UNICEF, 2020, <https://www.unicef.org/indonesia/id/child-protection/apa-itu-cyberbullying>.

pada emosional korban dapat menimbulkan perasaan terhina, malu, cemas, khawatir, serta merasa dikucilkan sehingga menghindari interaksi dengan orang lain. Kemudian dampak bagi kesehatan mental, korban dapat merasa kehilangan rasa percaya diri serta harga dirinya sehingga dapat memicu depresi dan stres. Paling parah berujung pada *self-harm* (perbuatan menyakiti diri sendiri) dan percobaan bunuh diri.¹⁹ Adegan diatas juga secara langsung memperlihatkan kepada penonton akibat dari *Cyberbullying*. Di mana penonton diperlihatkan adanya perubahan ekspresi dari wajah Isla, ketika ia mendapatkan komentar positif dan pujian Isla terlihat sangat senang. Dan sebaliknya ketika Isla memperoleh komentar negatif ekspresinya berubah menjadi murung dan gelisah.

¹⁹ “Ketahui Dampak Cyberbullying dan Cara Mengatasinya,” Alodokter, 26 Desember 2024, <https://www.alodokter.com/seputar-cyberbullying-yang-penting-untuk-diketahui>.

6. Fenomena *Fear of Missing Out* atau *FOMO* (00:45:44).Tabel 4. 7 Analisis fenomena *FOMO*

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Ben dengan mimik wajah murungnya berdiri di sebelah potret kera yang dipajang di dalam museum.
<i>Signified</i> (petanda)	
Kera biasanya diinterpretasikan dengan era primitif atau ketidaktahuan dan keteringgalan. Dalam adegan ini terdapat hubungan antara ekspresi wajah dari Ben dengan potret kera yang ada disampingnya. Ekspresi dari Ben tersebut disebabkan karena ia sedang berusaha untuk memenuhi perjanjian yang telah disepakati bersama Ibunya. Di mana Ibunya akan membelikan <i>smartphone</i> yang baru untuk Ben apabila ia tidak menyentuh <i>smartphone</i> lamanya selama tujuh hari. Namun, ketika Ben tidak dapat mengakses media sosial melalui <i>smartphone</i>, ia merasakan keteringgalan dikarenakan ia tidak dapat memantau situasi yang terjadi serta mengetahui informasi mengenai isu-isu terkini di masyarakat maupun kabar dari keluarga dan teman-temannya di media sosial. Oleh karena itu, penempatan potret kera pada adegan ini dimaksudkan sebagai penanda atas ketidaktahuan dan	

ketertinggalan yang dirasakan oleh Ben di mana Kera biasa diibaratkan sebagai makhluk yang hidup dalam ketidaktahuan dan ketertinggalan.²⁰ Apa yang dirasakan oleh Ben ini dikenal dengan istilah *FOMO*.

Fear of Missing Out disingkat *FOMO* adalah fenomena psikologis yang menunjukkan adanya perasaan takut atau cemas dikarenakan merasa tertinggal dari pengalaman, informasi, atau kesempatan yang dimiliki oleh orang lain.²¹ Eksistensi dari media sosial dapat menciptakan dan menumbuhkan fenomena ini kepada para penggunanya. Hal ini dikarenakan fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial didesain dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi penggunanya. Partisipasi pengguna tersebut dapat berupa konten yang diunggah dan memiliki muatan yang beragam. Hal ini kemudian dapat mendorong penggunanya untuk selalu memantau dan *up to date* tentang informasi terbaru hingga ikut memeriahkan tren yang sedang populer atau viral dengan tujuan untuk mendapatkan validasi dan perhatian dari orang lain.

Kehadiran media sosial utamanya bagi kaum muda dapat menyebabkan timbulnya perasaan *FOMO*. Media sosial menampilkan konten yang telah terkurasi dan idealisasi kehidupan orang lain yang dapat membuat pengguna merasa mengalami ketertinggalan pengalaman penting, sehingga cenderung memunculkan perasaan takut tertinggal atau terasingkan. Selain mengakses media sosial terus-menerus dikarenakan takut tertinggal informasi

²⁰ Siti Ashfiasari, and Mariati Tirta Wiyata. "Analisis Semiotika Film The Social Dilemma." *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan* 2.1 (2021): 52. <https://core.ac.uk/download/pdf/478968788.pdf>

²¹ Nur Rachmi Latifa, "FoMO sebagai Pemicu Kecenderungan Klik Tautan di Media Sosial," *SiberMate*, 28 Januari 2025, <https://sibermate.com/hrmi/fomo-sebagai-pemicu-kecenderungan-klik-tautan-di-media-sosial>.

atau tren yang sedang hangat dibahas, *FOMO* juga ditandai dengan sikap boros dikarenakan adanya kemauan untuk mengikuti gaya serta standar hidup orang lain dengan membeli barang tertentu yang belum tentu dibutuhkan. Dan juga kecenderungan untuk sulit menolak ajakan yang bertujuan mengikuti suatu tren hanya karena keinginan untuk memenuhi ego dan kepo.²² Salah satu contohnya di tahun 2024 yang lalu seorang idola K-Pop yang mengunggah sebuah postingan memamerkan boneka Labubu yang secara tiba-tiba membuat boneka tersebut menjadi barang langka dan harganya melonjak serta diperbincangkan di berbagai negara.²³ Popularitas boneka Labubu yang sangat instan tersebut menjadi bukti nyata bahwa eksisnya media sosial menjadi pemicu timbulnya fenomena *FOMO* terutama di kalangan kaum muda.

²² Kumparan, "5 Contoh Fomo (Fear of Missing Out) dalam Kehidupan Sehari-hari," 28 Juni 2023. <https://kumparan.com/info-psikologi/5-contoh-fomo-fear-of-missing-out-dalam-kehidupan-sehari-hari-20geACAvz6F>

²³ Chella Defa Anjelina, Mahardini Nur Afifah, "Apa Itu Boneka Labubu dan Mengapa Bisa Viral? Simak Penjelasan Berikut," Kompas, 15 September 2024. <https://www.kompas.com/tren/read/2024/09/15/093000065/apa-itu-boneka-labubu-dan-mengapa-bisa-viral-simak-penjelasan-berikut>

7. Media sosial penyebab meningkatnya polarisasi di masyarakat (00:58:45).

Tabel 4. 8 Analisis tentang media sosial penyebab melonjaknya polarisasi di masyarakat

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Pada adegan ini Guillaume Chaslot berkata : “Aku khawatir algoritma yang kukerjakan sebenarnya meningkatkan polarisasi di masyarakat.”
<i>Signified</i> (petanda)	
Pernyataan dari Guillaume Chaslot merupakan ungkapan keresahannya terhadap sistem algoritma yang didesain dan diterapkan oleh media sosial. Industri media sosial berinovasi dengan menciptakan sebuah algoritma yang dapat memudahkan penggunanya untuk mendapatkan informasi sesuai dengan selera dan referensi mereka. Algoritma media sosial merupakan sistem yang diterapkan oleh media sosial untuk menganalisis data dan minat pengguna pada konten yang tersedia di media sosial, kemudian data tersebut diproses untuk menampilkan rekomendasi konten yang berdasarkan preferensi pengguna. Algoritma dari tiap media sosial pada dasarnya memiliki sistem kerja yang sama yaitu ditentukan oleh aktivitas yang dilakukan pengguna (suka, komentar dan bagikan), topik yang sedang hangat dibicarakan, riwayat pencarian dan akun-akun yang diikuti. Sehingga pola konsumsi konten pengguna cenderung bersifat	

monoton karena tiap konten yang dinikmati didasarkan pada preferensi pengguna.²⁴

Eli Pariser menyebut efek dari kinerja algoritma yang bekerja pada media sosial ini dengan sebutan *Filter bubble* (gelembung filter) yang merupakan dunia informasi milik setiap pengguna, yang unik dan hanya berisi informasi yang relevan dengan aktivitas pengguna tersebut di internet.²⁵ Kemudian *Filter Bubble* ini dapat menyebabkan fenomena *Echo chamber* (ruang bergema), adalah sebuah lingkungan di mana seseorang hanya mendapatkan informasi atau pendapat yang serupa dan memperkuat pendapat mereka sendiri.²⁶ Sederhananya, *Filter bubble* merupakan ruang informasi pribadi sedangkan *Echo chamber* merupakan ruang informasi yang terdiri dari kelompok yang memiliki preferensi yang seragam.

Jika dilihat secara sekilas antara fenomena *Filter bubble* dan *Echo chamber* tampaknya tidak memberikan ancaman yang berarti bagi tatanan hidup masyarakat, ini justru lebih memudahkan pengguna untuk memperoleh informasi berdasarkan minat mereka. Namun pada dasarnya algoritma hanya bekerja dengan mengutamakan profit dan efisiensi tanpa mempertimbangkan adanya dampak sosial. *Filter bubble* dan *Echo chamber* dapat memicu bias kognitif (prasangka yang mempengaruhi penilaian ataupun tindakan) dan mempersempit cara pandang terhadap suatu topik, karena sistem ini hanya mempertemukan

²⁴ Amelia Tri Andini, Yahfizham, "Analisis Algoritma Pemrograman dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten," *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika*, Vol. 2 No.1, (Februari 2024): 295, <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i1.526>

²⁵ Eli Pariser, "Beware online 'filter bubbles.'" USA: Youtube TED, (2011). <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWFX525s>.

²⁶ GCFLearn. Digital Media Literacy: What is an Echo Chamber?, (2019). <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-medialiteracy/what-is-an-echo-chamber/1/>

orang-orang yang memiliki preferensi yang serupa.²⁷ Kemudian karena kecenderungannya menempatkan masyarakat berada di lingkungan yang memiliki sudut pandang yang seragam, kedua fenomena ini dapat memperkuat polarisasi (perpecahan antar kelompok masyarakat dikarenakan adanya perbedaan keyakinan, keyakinan tersebut dapat berupa adanya perbedaan agama, suku, ras, ataupun pandangan politik). Masyarakat terbiasa menerima informasi yang repetitif sehingga cenderung menolak untuk berpikir terbuka terhadap adanya perbedaan sudut pandang. Hasilnya kelompok masyarakat terpecah dengan tetap teguh pada pendirian masing-masing.

Salah satu contoh polarisasi yang menguat diakibatkan oleh media sosial ialah pada masa pandemi Covid-19, hadirnya kelompok anti-vaksin Covid-19 yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan narasi anti-vaksin secara besar-besaran. Terdapat lebih dari 59 juta pengguna di Facebook, Youtube, Twitter, dan Instagram berperan sebagai aktivis anti-vaksin. Munculnya kelompok ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kesuksesan program vaksinasi. Dan akhirnya fenomena ini memperkuat polarisasi karena adanya perbedaan opini yang mengundang perdebatan antara kelompok pro dan anti-vaksin.²⁸

²⁷ Virani Wulandari, Gema Rullyana, Ardiansah. "Pengaruh Algoritma Filter Bubble dan Echo Chamber terhadap Perilaku Penggunaan Internet," *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 17 No. 1, (1 Juni 2021): 100. <https://journal.ugm.ac.id/v3/BIP>

²⁸ Shiddiq Sugiono, "Polarisasi Sebagai Dampak Menguatnya Kelompok Anti-Vaksin Covid-19 di Media Sosial (Perspektif Echo Chamber)," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 25 No. 2, (Desember 2021): 177. [https://jkd.komdigi.go.id/index.php/jpkop/article/view/4194/1660#:~:text=Kelompok%20Anti%20DVaksin%20di%20Media%20Sosial,-Pergerakan%20kelompok%20anti&text=Pergerakan%20tersebut%20diperkuat%20dengan%20ditebitkannya,et%20al.%2C%201998\).](https://jkd.komdigi.go.id/index.php/jpkop/article/view/4194/1660#:~:text=Kelompok%20Anti%20DVaksin%20di%20Media%20Sosial,-Pergerakan%20kelompok%20anti&text=Pergerakan%20tersebut%20diperkuat%20dengan%20ditebitkannya,et%20al.%2C%201998).)

Polarisasi berawal dari sistem rekomendasi algoritma pada media sosial yang cenderung menampilkan konten-konten yang bersifat monoton. Kemudian, masyarakat cenderung menerima secara mentah informasi yang mereka peroleh sehingga semakin sering memperoleh informasi yang senada maka semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat terhadap informasi tersebut. Hasilnya lahirlah sikap fanatisme yang memperlebar jurang polarisasi.

8. Kebiasaan *Zombie Scrolling* dan *Doomscrolling* (01:05:35 – 01:05:48).

Tabel 4. 9 Analisis kebiasaan *Zombie Scrolling* dan *Doomscrolling*

<i>Signifier</i> (penanda)	
	Ben mengisi waktu istirahatnya dengan bermain media sosial. Juga diperlihatkan beberapa tampilan visual dari konten yang dia lihat.
<i>Signified</i> (petanda)	
Keberadaan fitur beranda pada platform-platform media sosial bertujuan untuk menampilkan konten dan informasi yang dibagikan oleh pengguna lain. Desain beranda pada media sosial tersebut dirancang seolah-	

olah tanpa memiliki ujung sehingga konten yang dapat dinikmati oleh para pengguna pun boleh dikatakan tidak ada habisnya. Model beranda yang di desain sedemikian rupa tersebut tentunya mampu mendorong rasa keingintahuan pengguna terhadap segala sesuatu yang sedang terjadi di sekelilingnya. Rasa penasaran ini kemudian menjebak pengguna untuk menghabiskan waktunya dengan menggulir-gulirkan beranda media sosial melalui *smartphone*.

Terdapat dua jenis kebiasaan yang banyak dialami oleh pengguna media sosial terkait dengan kebiasaan menggulir-gulir layar, yaitu *zombie Scrolling* dan *doomscrolling*. *Zombie scrolling* adalah rutinitas menggulir-gulir layar ponsel secara terus-menerus yang dilakukan tanpa adanya tujuan, arah dan manfaat yang jelas serta seringkali dilakukan tanpa sadar, layaknya gerakan zombie yang tidak terfokus.²⁹ Sedangkan, *doomscrolling* yang merupakan rutinitas yang dilakukan secara berulang dengan menggulir-gulir monitor *smartphone* yang bertujuan untuk mencari dan membaca informasi yang bermuatan negatif.³⁰ Perbedaan utama dari dua kebiasaan ini terletak pada jenis konten apa yang dikonsumsi. Pada *zombie scrolling* konten yang dinikmati cenderung konten yang bersifat *random* dan menghibur. Sedangkan pada kebiasaan *doomscrolling* cenderung kepada konten yang bermuatan berita buruk seperti bencana alam, konflik politik ataupun kejadian tragis.

²⁹ Zahra Nurul Auliyah, "Brain Rot dan Zombie Scrolling: Ancaman Kognitif Generasi Muda," Genta Andalas, 3 Juni 2025, <https://www.gentaandalas.com/2025/06/03/brain-rot-dan-zombie-scrolling-ancaman-kognitif-generasi-muda/>

³⁰ Maureen Salomon, "Doomscrolling dangers," Harvard Health Publishing, 1 September 2024, <https://www.health.harvard.edu/mind-and-mood/doomscrolling-dangers>

9. Media sosial dapat mengancam tatanan demokrasi suatu negara (01:10:43).

Tabel 4. 10 Analisis tentang media sosial sebagai alat perentas sistem demokrasi

<i>Signifier</i> (penanda)	
 	Menampilkan potongan berita yang menampilkan aksi demonstrasi dan disertai pernyataan dari narator: “Demokrasi mengahapi krisis kepercayaan,”. Adegan kemudian beralih ke Renee Diresta yang berkata: “Apa yang kita lihat adalah serangan global terhadap demokrasi.”
<i>Signified</i> (petanda)	
Media sosial juga mempunyai dampak positif bagi negara yang menganut sistem demokrasi seperti: Meningkatkan partisipasi politik, mempermudah akses informasi, dan menciptakan ruang dialog publik.³¹ Media sosial dapat dimanfaatkan oleh oknum tertentu untuk memberikan penetrasi terhadap sistem demokrasi suatu negara melalui propaganda serta penyebaran	

³¹ Salma Azzahra, “Peran Media Sosial dan Dampak Demokrasi,” Kumparan, 21 November 2024, <https://kumparan.com/salma-azzahra-1731422776117721896/peran-media-sosial-dan-dampak-demokrasi-23xQtDAILYp>

disinformasi secara besar-besaran. Dalam kasus ini kemunculan para *Buzzers* politik utamanya pada masa pemilu menjadi kunci utama untuk memanipulasi tingkah laku dan opini publik. *Buzzer* politik bekerja dengan memainkan berbagai macam narasi sebagai taktik untuk mempromosikan kandidat atau pihak koalisinya dengan menarik simpati serta kepercayaan publik dan juga dijadikan senjata untuk menjatuhkan lawan politik dan memenangkan partai politik yang ia bela.³²

Aksi *buzzer* ini tentunya dapat menghadirkan ancaman yang nyata terhadap sistem demokrasi yang dianut oleh suatu negara. Distribusi isu-isu hoax, manipulasi informasi, propaganda serta tindakan-tindakan provokatif melalui media sosial merupakan metode yang ditempuh untuk membangun citra positif bagi partai maupun kandidat yang mereka bela. Metode yang sama juga di praktikkan untuk mecoreng *image* positif lawan politik mereka.³³ Ditambah keberadaan *filter bubble* dan *echo chamber* yang dapat memperlebar gap antar kubu. Sehingga demokrasi menghasilkan persaingan yang tidak sehat antar kubu yang saling berseberangan. Kekacauan dan pertikaian antar kelompok politik mencuat ke permukaan dikarenakan polarisasi yang kian mengakar.

Ancaman terhadap sistem demokrasi melalui media sosial ini pernah terjadi di Indonesia. Hal ini berdasarkan pada laporan dari Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia (Bawaslu RI) yang mengklaim telah

³² Bambang Arianto, "Salah Kaprah Ihwal Buzzer, Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial," *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Vol. 5 No. 1 (2020), 3. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jiip/article/view/7287>

³³ Ratna Dian Utami Putri, "Dinamika Diskusi Politik Dalam Fenomena Buzzer Serta Implikasinya Terhadap Demokrasi," *Sovereignty : Jurnal Demokrasi dan Ketahanan Nasional*, Vol. 3, No. 2, (2024), 80. <https://journal.uns.ac.id/index.php/sovereignty/article/view/1461>.

menemukan sebanyak 355 pelanggaran konten internet selama tahapan kampanye Pemilu 2024 (28 November 2023 hingga 10 Februari 2024). Temuan ini dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu persoalan ujaran kebencian sebanyak 340 konten, politisasi antar golongan masyarakat sebanyak 10 konten, dan informasi hoaks sebanyak 5 konten. Kemudian dari keseluruhan konten tersebut terdapat 342 konten yang menargetkan seluruh pasangan calon presiden dan wakil presiden, dan 13 konten lainnya menyasar penyelenggara pemilu, yaitu Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Bawaslu. Adapun platform media sosial yang digunakan untuk menyebarkan konten-konten tersebut terbanyak melalui Facebook dengan 118 konten, Instagram 106 konten, Twitter/X dengan 101 konten, Tiktok 28 konten dan Youtube dengan 2 konten.³⁴ Maraknya konten yang memuat pelanggaran tersebut menjadi ancaman di negara-negara demokrasi dikarenakan dapat menjadi pemicu timbulnya konflik antar kelompok politik. Puncaknya lawan politik tidak dianggap lagi sebagai lawan melainkan dipandang sebagai musuh yang harus dijatuhkan.

³⁴ Antara, "Temukan Ratusan Pelanggaran Konten Internet, Bawaslu: Terbanyak Ujaran Kebencian," Tempo, 13 Februari 2024, <https://www.tempo.co/pemilu/temukan-ratusan-pelanggaran-konten-internet-bawaslu-terbanyak-ujaran-kebencian-87823>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dengan memanfaatkan teori analisis semiotika dari Ferdinand de Saussure dan fokus penelitian pada realitas media sosial dalam film *The Social Dilemma* dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial tanpa terkontrol dalam kehidupan sehari-hari pada kenyataannya dapat menimbulkan efek negatif. Efek negatif tersebut dapat berupa: hadirnya kebiasaan *Phone Snubbing*, lahirnya era disinformasi, penyalagunaan data pribadi pengguna, kecanduan digital, *Cyberbullying*, fenomena *FOMO*, kebiasaan *Doomscrolling* dan *Zombie Scrolling*, polarisasi antar kelompok masyarakat serta dapat memberikan ancaman terhadap negara yang menganut sistem demokrasi.

Adapun implikasi dari penelitian ini yaitu memperkaya sumber informasi dan referensi tentang analisis semiotika, secara teoretis. Dan kemudian secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat umum perihal pentingnya bersikap bijak dan kritis dalam penggunaan media sosial. Serta bermanfaat dalam pembelajaran program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan dijadikan bahan pembelajaran pada mata kuliah Literasi Media di kampus.

B. Saran

Adapun rekomendasi dan saran untuk penelitian yang akan datang ialah: penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan

data hanya memanfaatkan teknik observasi non partisipan dan dokumentasi, sehingga penafsiran cenderung terbatas pada sudut pandang peneliti (*single interpretation*). Oleh karena itu, untuk penelitian relevan kedepannya disarankan agar mengaplikasikan metode penelitian campuran (*mixed methods*) dengan menambahkan kuesioner kuantitatif ataupun wawancara untuk memperoleh data yang lebih akurat dari sudut pandang pengguna secara langsung.

Kemudian, penelitian ini lebih berfokus untuk mengungkap fakta tentang sisi gelap dari penggunaan media sosial sebagai sebuah pesan peringatan dan edukasi kepada masyarakat umum tanpa memberitahukan strategi yang konkret untuk mengantisipasi ancaman tersebut. Sehingga, untuk penelitian selanjutnya peneliti diharapkan mampu merancang strategi untuk dapat mengantisipasi dampak negatif dari media sosial, misalnya edukasi literasi digital atau pengembangan regulasi tentang penggunaan media sosial.

Terakhir, penelitian ini hanya menerapkan teori semiotika Ferdinand de Saussure sehingga perspektif dan interpretasi makna tanda pada film *The Social Dilemma* lebih terbatas. Sehingga untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan atau membandingkan dengan analisis semiotika dari model yang lain atau melakukan analisis wacana untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhusna, Mahdalina Nanda. "Bermedia Sosial Perlu Kehati-Hatian: Petunjuk Al-Qur'an," Tanwir.id, 2023, <https://tanwir.id/bermedia-sosial-perlu-kehati-hatian-petunjuk-al-quran/>.
- Andini, Amelia Tri., dan Yahfizham. "Analisis Algoritma Pemrograman dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten," *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika*, Vol. 2 No.1, (Februari 2024): 286-296. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i1.526>.
- Anjelina, Chella Defa Mahardini Nur Afifah. "Apa Itu Boneka Labubu dan Mengapa Bisa Viral? Simak Penjelasan Berikut," 15 September 2024. <https://www.kompas.com/tren/read/2024/09/15/093000065/apa-itu-boneka-labubu-dan-mengapa-bisa-viral-simak-penjelasan-berikut>, diakses pada tanggal 2 November 2025
- Antara. "Temukan Ratusan Pelanggaran Konten Internet, Bawaslu: Terbanyak Ujaran Kebencian," 13 Februari 2024, <https://www.tempo.co/pemilu/temukan-ratusan-pelanggaran-konten-internet-bawaslu-terbanyak-ujaran-kebencian-87823>, diakses pada tanggal 4 November 2025
- Arianto, Bambang. "Salah Kaprah Ihwal Buzzer, Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial", *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Vol.5 No.1 (2020): 1-20. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jiip/article/view/7287>.
- Ashfiasari, Siti, and Mariati Tirta Wiyata. "Analisis Semiotika Film The Social Dilemma." *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan* Vol. 2, No.1 (2021): 44-54. <https://core.ac.uk/download/pdf/478968788.pdf>.
- Auliyah, Zahra Nurul. "Brain Rot dan Zombie Scrolling: Ancaman Kognitif Generasi Muda," Genta Andalas, 3 Juni 2025, <https://www.gentaandalas.com/2025/06/03/brain-rot-dan-zombie-scrolling-ancaman-kognitif-generasi-muda/>.
- Azzahra, Salma. "Peran Media Sosial dan Dampak Demokrasi," 21 November 2024, <https://kumparan.com/salma-azzahra-1731422776117721896/peran-media-sosial-dan-dampak-demokrasi-23xQtDAlLyP>, diakses pada tanggal 16 Oktober 2025
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Wasith (Yunus An-Naml) Jilid 2*, Jakarta: Gema Insani, 2013.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia." *Publiciana* Vol.9, No.1 (2016): 140-157. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=609944&val=8953&title=PENGARUH%20MEDIA%20SOSIAL%20TERHADAP%20>

OPERUBAHAN%20SOSIAL%20MASYARAKAT%20%20DI%20INDONESIA.

Dimas Prasetya, Ryan Marina. "Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online," *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 2 (Juli 2022): 5-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.35>.

Exposure Labs, <https://www.exposurelabs.com/about>, diakses pada tanggal 8 Juli 2025

Febrianto, Muhammad Farchan. "Representasi Penggunaan Media Sosial dalam Film *The Social Dilemma* (Kajian Semiotika John Fiske)", Skripsi thesis. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021. <https://repository.upnvj.ac.id/12353/>.

Freedom. "The Science Behind Social Media Addiction and How to Break Free," 7 Maret 2024, <https://freedom.to/blog/the-science-behind-social-media-addiction-and-how-to-break-free/>, diakses pada tanggal 3 November 2025

GCFLearn. "Digital Media Literacy: What is an Echo Chamber?," (2019). <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-medialiteracy/what-is-an-echo-chamber/1/>, diakses pada 27 Agustus 2025

Goldman, Bruce. "*Addictive Potential Of Social Media, Explained*," 29 Oktober 2021, <https://med.stanford.edu/news/insights/2021/10/addictive-potential-of-social-media-explained.html>, diakses pada 26 Agustus 2025

Hasan, Hanif, M. Ansyar Bora, Dini Afriani. *Metode Penelitian Kualitatif*. Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025.

Hoed, Benny H. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu, 2014.

Internet Movie Database, <https://www.imdb.com/title/tt11464826/awards/>, diakses pada tanggal 8 Juli 2025.

Ireton, Cheriyn., Posetti Julie. *Journalism, Fake News & Disinformation*. Paris: UNESCO, 2018.

Kasim, Rizal Dj. Zainuddin Soga, Alivia Heratika Mamoto. "Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure Terhadap Nilai-Nilai Da'wah Pada Film Nussa dan Rara," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* Vol. 12, No. 02 (20 Desember 2022). <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/download/3370/1335/>

Kemp, Simon. "Digital 2024: Indonesia," Datareportal, 21 Februari 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>.

- Knausenberger, J., Giesen-Leuchter, A., & Echterhoff, G. "Feeling Ostracized by Others' Smartphone Use: The Effect of Phubbing on Fundamental Needs, Mood, and Trust," *Frontiers in psychology*, Vol. 13, No. 883901, (Juli 2022): 1-18, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.883901>.
- Komdigi. "Komdigi Identifikasi 1923 Konten Hoaks Sepanjang Tahun 2024," 8 Januari 2025. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>, diakses pada tanggal 2 November 2025.
- Kumparan. "5 Contoh Fomo (Fear of Missing Out) dalam Kehidupan Sehari-hari," 28 Juni 2023. <https://kumparan.com/info-psikologi/5-contoh-fomo-fear-of-missing-out-dalam-kehidupan-sehari-hari-20geACAvz6F>, diakses pada tanggal 2 November 2025.
- Latifa, Nur Rachmi. "FoMO sebagai Pemicu Kecenderungan Klik Tautan di Media Sosial," 28 Januari 2025, <https://sibermate.com/hrmi/fomo-sebagai-pemicu-kecenderungan-klik-tautan-di-media-sosial>.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss dan John G. Oetzel. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Ma'rufi, Abdul. "Pengaruh Film The Social Dilemma (Efek Kognitif) terhadap Kecanduan Gadget Siswa Kelas XII SMAN 28 Tangerang Angkatan 2021," Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64046/1/ABDUL%20MA%27RUFIFDK.pdf>.
- Marzuki. *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Prasetya Widi Pratama, 2002.
- Maureen Salomon. "Doomscrolling dangers," Harvard Health Publishing, (1 September 2024), <https://www.health.harvard.edu/mind-and-mood/doomscrolling-dangers>.
- McCallum, Shiona. "Meta Settles Cambridge Analytica Scandal Case for \$725m," 23 Desember 2022. <https://www.bbc.com/news/technology-64075067>, diakses pada tanggal 2 November 2025.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Muzakky, Muhammad Sulthan Al., Sabda Mahardika Muggaran, Muhammad Gibran Rabbani. "Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure pada Film Srimulat: Hil yang Mustahil," *Jurnal Idiomatik* Vol. 6, No, 2, (Desember 2023): 145-156. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/idiomatik/article/download/2105/1204/10039>.

- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Edisi 1. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nursikuwagus, Agus., Erna Hikmawati, Untari Novita Wisesty, Wira Mungguna, dan Dimitri Mahayana. "Kajian Saintifik Fenomena Adiksi Gadget dan Media Sosial di Indonesia," *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*, (online), vol. 10, no. 1 (17 Februari 2020): 25-39. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jati/article/view/2589/1828>.
- Pariser, E. (2011). Beware Online "Filter Bubbles." USA: Youtube TED. <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s>.
- Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, Bandung: Jalasutra, 2003.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2019.
- Putri, Ratna Dian Utami. "Dinamika Diskusi Politik dalam Fenomena Buzzer Serta Implikasinya Terhadap Demokrasi," *Sovereignty : Jurnal Demokrasi dan Ketahanan Nasional*, Vol. 3, No. 2, (2024): 75-82. <https://journal.uns.ac.id/index.php/sovereignty/article/view/1461>.
- Qur'an Kemenag (Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan), 2019.
- Rafinitia Aditia. "Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial", *KELUWIH: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 2, NO.1, (April 2021): 8-14. <https://media.neliti.com/media/publications/496529-none-89db1836.pdf>.
- Rahmadani, Desy. "Algoritma Media Sosial dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*", Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021. https://digilib.uinsa.ac.id/52191/2/Desy%20Rahmadani_B75218047.pdf.
- Riyanto, Andi Dwi. "Hootsuite (*We are Social*): Data Digital Indonesia 2024," 21 Februari 2024, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.
- R. Raco, J. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Rochadi, Roichan. "Review Film *The Social Dilemma*," PSDK Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, 24 Desember 2021, <https://pembangunansosial.fisipol.ugm.ac.id/review-film-the-social-dilemma/>, diakses pada tanggal 6 Oktober 2025.
- Rokhmat, Nur. *Teknologi Internet*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024.

- Rotten Tomatoes, https://www.rottentomatoes.com/m/the_social_dilemma, diakses pada tanggal 8 Juli 2025.
- Sari, Rita Puspita. “Misinformasi vs Disinformasi: Perbedaan dan Dampaknya,” 15 Agustus 2025, <https://digitalcitizenship.id/pengetahuan-dasar/misinformasi-disinformasi>.
- Sitoresmi, Ayu Rifka. “Phubbing Adalah Perilaku yang Lebih Fokus ke Gawai Daripada Sekitar, Ini Dampaknya”, 09 Mei 2022, <https://www.liputan6.com/hot/read/4958436/phubbing-adalah-perilaku-yang-lebih-fokus-ke-gawai-daripada-sekitar-ini-dampaknya?page=2>, diakses pada tanggal 9 Oktober 2025.
- Sugiono, Shiddiq. “Polarisasi Sebagai Dampak Menguatnya Kelompok Anti-Vaksin Covid-19 di Media Sosial (Perspektif Echo Chamber),” *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 25 No. 2, (Desember 2021): 166-182.
https://www.researchgate.net/publication/365822080_POLARISASI_SEBAGAI_DAMPAK_MENGUATNYA_KELOMPOK_ANTI-VAKSIN_COVID_19_DI_MEDIA_SOSIAL_PERSPEKTIF_ECHO_CHAMBER
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, untuk Penelitian yang Bersifat Exploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2023.
- The Social Dilemma, Internet Movie Database, Desember 2021. <https://www.imdb.com/title/tt11464826/>, diakses pada tanggal 08 Juli 2025.
- Tsabitah, Shafa Dinda., Diah Priharsari, Satrio Hadi Wijoyo. “Analisis Kualitatif Implikasi *Information Overload* pada Pengguna *Social Networking Sites* (SNS),” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 6, No. 2, (Februari 2022): 802-808. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10607>
- Vera, Nawiro. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Wardhani, Melati Kusuma. “Etika dan Representasi dalam Film Dokumenter: Tantangan Dokumentaris di Era *Post Truth* Tahun 2024,” *Profil Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman dan Pertelevision* :1-18
<https://journal.sae.ac.id/index.php/ProFilm/article/download/67/64/210>

Wulandari, Virani., Gema Rullyana, Ardiansah. “Pengaruh Algoritma Filter Bubble dan Echo Chamber terhadap Perilaku Penggunaan Internet,” *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 17 No. 1, (1 Juni 2021): 98-111. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>.

Yonatan, Agnes Z. “10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024,” 11 Februari 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>.

Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs, 2019.



RIWAYAT HIDUP



Syahrul Ramadhana, lahir di Dusun Pararuk, Kelurahan Kalosi, Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang, pada tanggal 15 November 2001. Penulis merupakan anak terakhir dari delapan bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Patawari dan Ibu Hesti. Penulis saat ini tinggal di Jl. Datuk

Sulaiman No. 51, Kelurahan Pontap, Kecamatan Wara Timur. Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis selesai pada tahun 2013 di SDN 02 Kalosi, kemudian pada tahun yang sama menempuh pendidikan di MTs. Muhammadiyah Kalosi hingga tahun 2016. Selanjutnya di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di MA Muhammadiyah Kalosi sampai tahun 2019, lalu ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo yang sekarang beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Email: syahrulramadhana0043_mhs19@iainpalopo.ac.id