

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

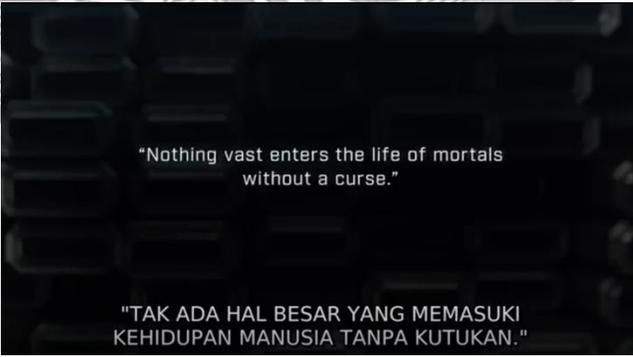
5.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil data dari 10 adegan film “The Social Dilemma” yang telah dianalisis menggunakan metode semiotika Roland Barthes. 10 adegan film ini akan menjelaskan sub-bab yang membahas penggambaran ketergantungan media sosial pada film “The Social Dilemma”.

5.1.1 Adegan Pembuka Film The Social Dilemma

Pertama peneliti melakukan analisis terhadap adegan pembuka pada film The Social Dilemma. Film ini dibuka dengan adegan yang sangat simple dan mudah diingat yaitu layar hitam dengan kutipan tulisan di tengah (*time stamp 00.24-00.26*).

Tabel V.1 Analisis Adegan Pembuka Film

Tanda	Tanda visual	
--------------	---------------------	--

	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<i>Nothing vast enters the life of mortals without a curse.</i>
Penanda		<ul style="list-style-type: none"> - Layar berwarna hitam. - Kutipan dalam bahasa Inggris yang menyatakan awal dari film.
Petanda		<ul style="list-style-type: none"> - Film “The Social Dilemma” yang dibuka dengan kutipan yang menyatakan suatu hal besar yang merubah kehidupan manusia pasti membawa kutukan.
Makna denotasi		<p>Adegan pertama ini menunjukkan premis dari film yang berusaha untuk mengingatkan penonton bahwa hal – hal besar yang merubah kehidupan manusia pasti membawa dampak negatif.</p>
Makna konotasi		<p>Jika dilihat secara lebih dalam, film ini menceritakan mengenai teknologi yang merubah kehidupan manusia. Maka makna mendalam dari adegan ini adalah ingin mengingatkan penonton bahwa teknologi terutama media</p>

	sosial adalah hal yang pasti membawa kutukan selain membawa perubahan bagi kehidupan manusia.
--	---

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan pembuka dalam film “The Social Dilemma” ini, makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini adalah premis dari film yang berusaha untuk mengingatkan penonton bahwa hal – hal besar yang merubah kehidupan manusia pasti membawa dampak negatif. Untuk makna konotasi, peneliti menarik analisis yang lebih mendalam. Media sosial termasuk teknologi yang sangat merubah kehidupan manusia, maka makna konotasi dari adegan ini adalah ingin mengingatkan penonton bahwa teknologi terutama media sosial adalah hal yang pasti membawa kutukan selain membawa perubahan bagi kehidupan manusia.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh di awal film untuk betul – betul mengingatkan penonton bahwa media sosial adalah kutukan bagi kehidupan manusia. Hal ini karena adegan yang sangat kuat ini di taruh pada awal film dimana fokus penonton masih sangat bagus dan masih sangat memperhatikan film. Sehingga setiap penonton bisa memahami apa yang ingin diceritakan oleh film ini bahkan dari awal film sekalipun. Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat penggunaan kata *curse* atau kutukan sebagai kata yang sangat kuat. Kata kutukan berupa hal yang sangat ditakuti. Hal ini menunjukkan film “The Social Dilemma” ingin menunjukkan bahwa media sosial adalah hal yang memang merubah kehidupan manusia secara besar namun perlu ditakuti dampaknya.

5.1.2 Adegan Wawancara Dengan Pekerja di Dunia Media Sosial

Kedua peneliti melakukan analisis terhadap adegan wawancara pertama dengan para pekerja awal di dunia media sosial pada film *The Social Dilemma*. Adegan wawancara ini dimulai dengan adegan pengenalan yang sangat simple dan menunjukkan siapa saja pekerja yang diwawancara (*time stamp 02.02-02.13*).

Tabel V.2 Analisis Adegan Wawancara Dengan Pekerja di Dunia Media Sosial

<p>Tanda</p>	<p>Tanda visual</p>	
<p>Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)</p>	<p>Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)</p>	<p><i>When I was there, I always felt like fundamentally it (media social) was for good.</i></p> <p><i>... I left Google at June 2017 due to ethical issue.</i></p>

Penanda	<ul style="list-style-type: none"> - Pria pertama sebagai pekerja di Facebook berbicara dengan <i>medium shoot</i>. - Pria kedua sebagai pekerja di Google berbicara dengan <i>full shoot</i>.
Petanda	<ul style="list-style-type: none"> - Film “The Social Dilemma” melakukan wawancara dengan pekerja Facebook dan Google yang telah mengundurkan diri.
Makna denotasi	<p>Adegan kedua ini menunjukkan kredibilitas dari film yang mewawancarai pekerja – pekerja yang telah mengundurkan diri dari media – media sosial besar di dunia seperti Facebook dan juga Google.</p>
Makna konotasi	<p>Jika dilihat secara lebih dalam, adegan kedua selain ingin menunjukkan kredibilitas dari film (bahwa film mewawancarai pekerja dari media sosial besar), namun peneliti menemukan dua hal. Pertama film ini menyatakan alasan dan ketidaknyamanan para pekerja dari kata – kata dan juga dari gerak tubuhnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adegan kedua ini ingin menunjukkan bahwa membicarakan pengalaman para pekerja di dunia media sosial sangat tidak nyaman bagi mereka.</p>

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan kedua dalam film “The Social Dilemma” ini, makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini kredibilitas dari film yang mewawancarai pekerja – pekerja yang telah mengundurkan diri dari media – media sosial besar di dunia seperti Facebook dan juga Google. Untuk makna konotasi, jika dilihat secara lebih dalam adegan kedua selain ingin menunjukkan kredibilitas dari film, adegan ini bertujuan untuk menunjukkan pada penonton bahwa menurut para pekerja awal di media sosial besar seperti Facebook dan Google media sosial memang awalnya diciptakan untuk hal positif, namun pada kenyataannya saat ini sangat berbeda jauh dari tujuan awal diciptakannya. Bahkan ada salah satu pekerja awal di media sosial yang keluar karena merasa media sosial melanggar masalah etika. Ketidaknyamanan pekerja juga terlihat ketika mereka membicarakan kilas balik pekerjaan mereka pada awal pembuatan media sosial.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan awal pertama film (yang bertujuan mengingatkan penonton bahwa media sosial adalah kutukan bagi kehidupan manusia) bertujuan untuk menunjukkan bahwa media sosial awalnya memang ditujukan untuk hal baik, namun pada nyatanya sekarang para pekerja di media sosial merasa banyak masalah yang ditimbulkan oleh media sosial contohnya masalah etika. Hal ini karena adegan ini sangat menekankan pada alasan para pekerja ini keluar dan ditempatkan setelah adegan pengingat bahwa segala hal yang besar dapat membawa kutukan.

Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat penggunaan kata “*When I was there, I always felt like fundamentally it (media social) was for good.*” Berusaha untuk

menunjukkan bahwa awalnya media sosial memang diciptakan untuk kebaikan seperti yang selama ini selalu dinyatakan bahwa media sosial membawa kebaikan besar karena bisa mendekatkan banyak orang. Kemudian terdapat kalimat kedua yang menyatakan “ ... *I left Google at June 2017 due to ethical issue.*” Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah melenceng jauh dari tujuan pembuatannya yang untuk kebaikan menjadi membawa banyak masalah (menguatkan adegan pembuka film).

5.1.3 Adegan Penjelasan Media Sosial Mencari Keuntungan

Adegan ketiga yang peneliti analisis adalah adegan wawancara yang menyatakan bagaimana cara media sosial mencari keuntungan (*time stamp 12.20 – 13.44*) pada film *The Social Dilemma*.

Tabel V.3 Analisis Penjelasan Media Sosial Mencari Keuntungan

Tanda	Tanda visual	

	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<p><i>For the last ten years, biggest company in Silicon Valley do the business with selling the uses.</i></p> <p><i>Advertisers pay for the product that we use, advertisers are the customers. We're the one that being sold.</i></p> <p><i>Business model for social media like this is to make people engaged to the screen.</i></p>
Penanda	<ul style="list-style-type: none"> - Pria ketiga sebagai investor di bidang teknologi berbicara dengan <i>medium shoot</i>. - Layar hitam dengan kalimat “<i>if you're not paying for the product, then you are the product</i>”. - Kalimat “<i>you are the product</i>” ditekankan dengan warna berbeda 	
Petanda	<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial bukanlah produk, melainkan pengguna media sosial adalah produk yang dijual kepada pengiklan. 	
Makna denotasi	<p>Adegan ketiga ini menunjukkan bahwa media sosial adalah cara perusahaan untuk mendapat keuntungan melalui menjual penggunaanya.</p>	
Makna konotasi	<p>Jika dilihat secara lebih dalam, adegan ketiga ingin memberikan informasi dan penekananan kepada banyak orang secara berkali – kali, seperti melalui informasi yang</p>	

	<p>disampaikan oleh investor di bidang teknologi, dan juga tulisan dengan latar hitam. Bahwa media sosial tidaklah gratis. Pengguna membayar penggunaan media sosial dengan memberikan dirinya. Hal ini karena media sosial adalah alat yang digunakan oleh perusahaan teknologi untuk mendapatkan keuntungan dari menjual penggunaanya kepada pengiklan. Hal inilah yang menjadi awal cerita mengapa media sosial di buat untuk membuat penggunaanya selalu kecanduan untuk menggunakan media sosial.</p>
--	--

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan ketiga dalam film “The Social Dilemma” ini, makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini media sosial adalah cara perusahaan untuk mendapat keuntungan melalui menjual penggunaanya. Untuk makna konotasi, media sosial adalah alat yang digunakan oleh perusahaan teknologi untuk mendapatkan keuntungan dari menjual penggunaanya kepada pengiklan. Hal inilah yang menjadi awal cerita mengapa media sosial di buat untuk membuat penggunaanya selalu kecanduan untuk menggunakan media sosial. Hal ini terlihat dari bagaimana film menggunakan investor yang tujuannya mencari keuntungan berbicara topik mengenai hal ini.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan awal pertama film (yang bertujuan mengingatkan penonton bahwa media sosial adalah

kutukan bagi kehidupan manusia) dan adegan kedua (yang menunjukkan bahwa media sosial awalnya dibuat untuk tujuan baik namun saat ini membawa berbagai masalah) bertujuan untuk menunjukkan bahwa media sosial membawa berbagai dampak yang menjadi masalah bagi masyarakat karena media sosial bertujuan untuk mencari keuntungan dari menjual pengguna. Hal ini karena adegan ini sangat menekankan pada pernyataan bahwa pengguna media sosial adalah produknya. Bukan media sosial yang sebuah produk. Sehingga untuk bisa mendapat banyak keuntungan media sosial perlu banyak produk (banyak pengguna).

Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat penggunaan kalimat *“Advertisers pay for the product that we use, advertisers are the customers. We’re the one that being sold”*. Berusaha untuk menunjukkan bahwa sebagai pengguna media sosial sebetulnya kita tidak memiliki kontrol terhadap media sosial. Karena sebagai produk tentu saja produk adalah hal yang dikontrol dan dijual. Film ini berusaha untuk mengingatkan begitu kita terbiasa menggunakan media sosial maka kita adalah produk yang tidak memiliki kekuatan di depan media sosial.

5.1.4 Adegan Ilustrasi Media Sosial Memantau Kehidupan Pengguna

Adegan keempat yang peneliti analisis adalah adegan buatan dari film *The Social Dilemma* yang menunjukkan ilustrasi bagaimana cara media sosial memantau kehidupan penggunanya secara nyata setiap harinya. Media sosial bahkan dikatakan lebih mengetahui informasi mengenai diri penggunanya dibandingkan penggunanya itu sendiri (*time stamp 16.52 – 17.21*).

Tabel V.4 Analisis Ilustrasi Media Sosial Memantau Kehidupan Pengguna

Tanda	Tanda visual	 <p>Mereka punya lebih banyak informasi soal kita</p>
	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<p><i>They know entire of thing.</i></p> <p><i>They have more information about us, that has ever imagined in human history.</i></p>
Penanda		<ul style="list-style-type: none"> - Layar yang terus bergerak memperlihatkan berbagai kegiatan manusia di Internet dan analisis dari kegiatan tersebut.
Petanda		<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial memiliki sistem yang sangat canggih untuk dapat menganalisis informasi penggunanya.
Makna denotasi		<p>Adegan keempat menunjukkan segala sesuatu hal yang dilakukan manusia di media sosial akan direkam sebagai sebuah data yang digunakan oleh perusahaan media sosial untuk melakukan analisis.</p>

Makna konotasi	<p>Jika dilihat secara lebih dalam, adegan keempat ingin menunjukkan betapa menakutkannya kemampuan media sosial untuk menyimpan seluruh informasi mengenai penggunanya. Hal yang menurut pengguna privasi seperti konten apa yang mereka lihat atau orang seperti apa mereka. Bisa didapatkan dan dicatat oleh media sosial dengan mudah sebagai sebuah data yang digunakan untuk melakukan analisis iklan apa dan konten apa yang cocok ditunjukkan kepada pengguna tersebut.</p>
-----------------------	---

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan keempat dalam film “The Social Dilemma” ini, makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, semua hal yang dilakukan manusia di media sosial akan direkam sebagai sebuah data untuk dijual dalam berbagai bentuk. Untuk makna konotasi, betapa menakutkannya kemampuan media sosial untuk menyimpan seluruh informasi mengenai penggunanya. Hal yang menurut pengguna privasi seperti konten apa yang mereka lihat atau orang seperti apa mereka. Bisa didapatkan dan dicatat oleh media sosial dengan mudah sebagai sebuah data yang digunakan untuk melakukan analisis iklan apa dan konten apa yang cocok ditunjukkan kepada pengguna tersebut.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan ketiga (yang menunjukkan penjelasan bahwa manusia adalah produk yang dijual oleh media sosial kepada pengiklan) bertujuan untuk memberikan informasi kepada

pengguna bahwa maksud dari manusia sebagai produk adalah data kita sebagai pengguna media sosial dapat digunakan untuk membuat prediksi, prediksi seperti konten apa yang cocok dengan kita, iklan apa yang cocok, dan segala hal dicatat di media sosial. Adegan keempat ini bertujuan untuk semakin menyadarkan penonton fakta menakutkan dari media sosial.

Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat penggunaan kalimat *“They know entire of thing”* ingin menunjukkan kemampuan media sosial untuk mengetahui data siapapun penggunanya. Mungkin data tersebut telah susah payah disembunyikan namun media sosial tetap dapat merekam data tersebut. Sementara *“They have more information about us, that has ever imagined in human history”* Berusaha untuk menyadarkan pengguna bahwa jumlah informasi yang diambil oleh perusahaan media sosial dari kita adalah seluruh data kita. Bahkan hingga berapa lama kita melihat suatu konten, hal ini menunjukkan bahwa media sosial akan menghapuskan privasi kita karena kita sebagai pengguna tidak menyadari bahwa media sosial memiliki data yang sangat banyak mengenai diri kita sebagai pemakai media sosial.

5.1.5 Adegan Ilustrasi Algoritma

Adegan kelima yang peneliti analisis adalah adegan yang menunjukkan ilustrasi mengenai algoritma, yaitu tentang bagaimana media sosial memanfaatkan data yang didapat dari memantau kehidupan penggunanya. Algoritma ini yang akan menentukan konten apa yang sesuai, iklan apa yang sesuai, dan sebagainya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. (*time stamp 19.00 – 20.04*).

Tabel V.5 Analisis Ilustrasi Algoritma

<p>Tanda</p>	<p>Tanda visual</p>	
	<p>Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)</p>	<p><i>There's three main goals in this technology company, the engagement goal to keep your usage so you keep scrolling. There's the growth goal that keep you coming back and inviting as many friends ... and there's an advertising goal to make sure company make money as much as possible from advertising. Each of this goal powered by algorithm.</i></p>
<p>Penanda</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Layar yang terus bergerak memperlihatkan berbagai kegiatan manusia di Internet dan analisis dari kegiatan tersebut. - Terdapat tiga pria yang mengendalikan kejadian selanjutnya.

Petanda	- Media sosial memiliki tiga tujuan dan tujuan ini bisa dicapai dengan mengendalikan pengguna melalui algoritma.
Makna denotasi	Adegan kelima menunjukkan ilustrasi bahwa pengguna di media sosial akan dikendalikan oleh algoritma yang dibuat oleh perusahaan media sosial.
Makna konotasi	Jika dilihat secara lebih dalam, ketiga pria yang mengendalikan layar besar (yang sebetulnya simbol dari pengguna media sosial di dunia nyata) adalah ketiga tujuan perusahaan. Hal ini bertujuan menggambarkan bahwa tiga tujuan perusahaan teknologi yaitu meningkatkan waktu pengguna di layar media sosial, membuat pengguna terus menggunakan media sosial, serta mendapatkan keuntungan sebesar – besarnya dari iklan yang akan mengendalikan algoritma yang mempengaruhi pengguna media sosial.

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan kelima dalam film “The Social Dilemma” ini maka makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, pengguna di media sosial akan dikendalikan oleh algoritma yang dibuat oleh perusahaan media sosial. Untuk makna konotasi, ketiga pria yang sedang mengendalikan orang pada

layar besar adalah simbol dari ketiga tujuan perusahaan. Adegan ini ingin menggambarkan bahwa tiga tujuan perusahaan teknologi yaitu meningkatkan waktu pengguna di layar media sosial, membuat pengguna terus menggunakan media sosial, serta mendapatkan keuntungan sebesar – besarnya dari iklan yang akan mengendalikan algoritma yang mempengaruhi pengguna media sosial.

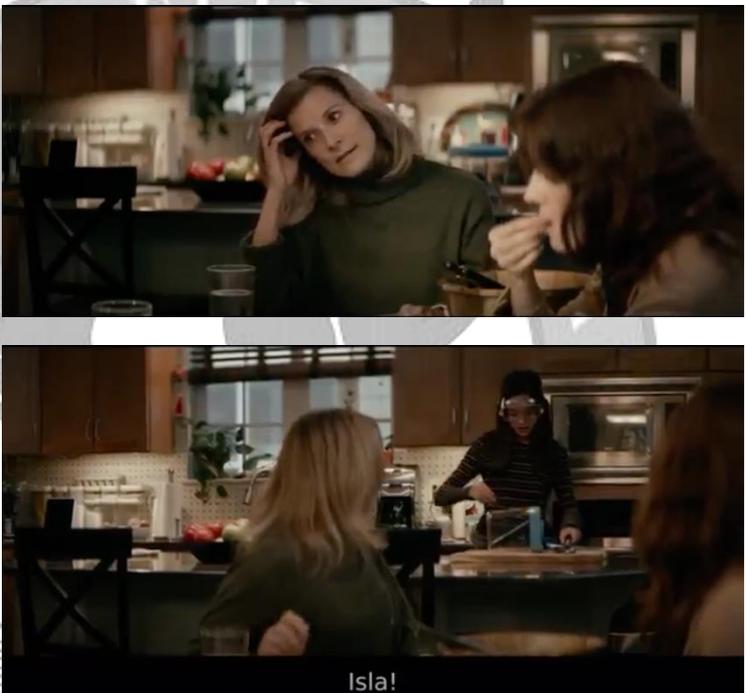
Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan keempat (yang menunjukkan penjelasan bahwa media sosial mencatat seluruh data mengenai kehidupan kita di dunia online) bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengguna bahwa data yang telah disimpan dan dicatat oleh media sosial akan digunakan sebagai bahan pengetahuan algoritma mengambil keputusan konten apa yang akan ditunjukkan kepada pengguna untuk meningkatkan tiga tujuan perusahaan (meningkatkan durasi penggunaan media sosial, meningkatkan jumlah pemain media sosial, meningkatkan pendapatan perusahaan dari iklan).

Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat penggunaan kalimat “*Each of this goal powered by algorithm*” ingin menunjukkan bahwa kemampuan media sosial untuk tidak hanya mencatat data pengguna, namun membuat prediksi perilaku pengguna dan hal apa yang bisa mempengaruhi pengguna di media Internet. Hal ini semakin menunjukkan bahwa manusia tidak memiliki kontrol terhadap dirinya di dalam dunia Internet , karena bahkan media sosial bisa membuat algoritma yang bisa berpikir seperti pengguna dan dapat memprediksi keputusan pengguna kedepannya sehingga perusahaan media sosial bisa mempengaruhi keputusan – keputusan pengguna terutama di media sosial.

5.1.6 Adegan Kecanduan Media Sosial

Adegan keenam yang peneliti analisis adalah adegan yang menunjukkan penggambaran mengenai bagaimana dampak kecanduan media sosial di kehidupan nyata (*time stamp 34.42 – 35.30*).

Tabel V.6 Analisis Adegan Kecanduan Media Sosial

<p>Tanda</p>	<p>Tanda visual</p>	
	<p>Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)</p>	<p>Suara helaan nafas dan kesunyian canggung.</p>

<p>Penanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sekeluarga yang sedang makan malam. - Ibu dari Keluarga menyita seluruh telepon genggam keluarga tersebut selama satu jam. - Anak terkecil keluarga yang baru berusia 11 tahun memecahkan kotak kaca yang berisi telepon genggam menggunakan tang setelah mendengar bunyi notifikasi di telepon genggam.
<p>Petanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sang ibu berusaha agar seluruh keluarga bisa berinteraksi secara langsung saat makan malam namun anak dari keluarga tersebut sudah kecanduan telepon genggam dan media sosial.
<p>Makna denotasi</p>	<p>Media sosial membuat orang tidak bisa lepas dari telepon genggam, ketika orang tidak bisa mengakses media sosial maka orang yang telah kecanduan akan mengalami perubahan sikap.</p>

Makna konotasi	Media sosial dapat membuat perubahan sifat yang signifikan, dalam adegan tersebut digambarkan ketika telepon genggam semua orang diambil mereka mulai canggung dan tidak tenang. Bahkan ketika seorang anak mengetahui terdapat notifikasi dan anak tersebut tidak bisa mengakses media sosialnya, dia sampai bertindak agresif dengan memecahkan kotak kaca yang menyimpan telepon genggam untuk dapat mengakses media sosial.
-----------------------	---

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan keenam dalam film “The Social Dilemma” ini maka makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, media sosial membuat orang tidak bisa lepas dari telepon genggam dan akan membuat pengguna mengalami perubahan sikap. Untuk makna konotasi, Media sosial dapat membuat perubahan sifat yang signifikan, bahkan ketika seorang anak mengetahui terdapat notifikasi dan anak tersebut tidak bisa mengakses media sosialnya, dia sampai bertindak agresif dengan memecahkan kotak kaca yang menyimpan telepon genggam untuk dapat mengakses media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi perilaku secara spontan hingga menimbulkan sifat agresif dan kecanduan yang sangat besar.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan kelima (yang menunjukkan penjelasan bahwa di media sosial terdapat algoritma yang dapat membuat orang kecanduan) bertujuan untuk memberikan contoh nyata kepada penonton bahwa kecanduan media sosial adalah hal yang sangat mungkin terjadi dan dapat membawa dampak serius seperti sifat agresif pada anak berusia muda. Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat pada adegan ini sangat sedikit kata – kata dan seluruh keluarga terlihat canggung tanpa media sosial. Ketidakhadiran kata – kata inilah yang semakin menunjukkan media sosial seolah telah menjadi hal yang mengisi kekosongan dan hal ini yang membuat kecanduan.

5.1.7 Dampak Media Sosial Bagi Kesehatan Mental

Adegan ketujuh yang peneliti analisis adalah adegan yang menunjukkan penggambaran mengenai bagaimana dampak kecanduan media sosial bagi kesehatan mental (*time stamp 41.04 – 41.45*).

Tabel V.7 Analisis Adegan Dampak Media Sosial Bagi Kesehatan Mental

Tanda	Tanda visual	 <p>The graph displays two data series: 'Girls Age 15-19' (purple line) and 'Girls Age 10-14' (pink line). The y-axis represents 'Deaths Per 1,000,000 Girls' ranging from 0 to 60. The x-axis shows years from 1999 to 2017. A vertical line at 2007 indicates the availability of social media on mobile devices. The rate for the 15-19 age group increases from approximately 35 in 1999 to 60 in 2017, a 70% increase. The rate for the 10-14 age group increases from approximately 10 in 1999 to 25 in 2017, a 151% increase. The text 'Generasi Z, anak-anak yang lahir usai tahun 1996' is written below the x-axis.</p>
-------	--------------	---

	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<i>Gen Z - Children that born after 1996, those kids are the first generation in history that got social media in middle school. This whole generation is more anxious, more fragile, more depressed.</i>
Penanda	<ul style="list-style-type: none"> - Grafik yang menunjukkan jumlah bunuh diri untuk anak perempuan di usia 15 – 19 tahun. - Grafik yang menunjukkan jumlah bunuh diri untuk anak perempuan di usia 10 – 14 tahun. - Keterangan tahun 2009 media sosial bisa digunakan di telepon genggam. - Keterangan jumlah angka bunuh diri meningkat. 	
Petanda	<ul style="list-style-type: none"> - Semenjak ada media sosial di tahun 2009, angka bunuh diri untuk anak perempuan di US meningkat drastis. 	
Makna denotasi	<p>Semenjak ada media sosial di tahun 2009, angka bunuh diri untuk anak perempuan di US meningkat drastis. Untuk anak perempuan usia 15-19 tahun meningkat sebesar 70% untuk anak perempuan usia 10-14 tahun meningkat sebesar 151%.</p>	

Makna konotasi	Media sosial mempengaruhi kesehatan mental, terutama bagi anak – anak yang masih sangat muda. Hal ini ditunjukkan melalui persentase bunuh diri anak – anak dengan usia yang masih sangat muda (10-14) di US meningkat jauh dibandingkan usia remaja (15-19).
-----------------------	---

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan ketujuh dalam film “The Social Dilemma” ini maka makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, semenjak ada media sosial di tahun 2009 angka bunuh diri untuk anak perempuan di US meningkat dratis. Untuk anak perempuan usia 15-19 tahun meningkat sebesar 70% untuk anak perempuan usia 10-14 tahun meningkat sebesar 151%. Untuk makna konotasi, kecanduan media sedia sosial mempengaruhi kesehatan mental, terutama bagi anak – anak yang masih sangat muda. Media sosial membuat generasi yang masih sangat muda lebih rapuh, tertekan, dan mudah cemas.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan keenam (yang menunjukkan kecanduan media sosial bagi generasi muda dapat membawa sifat agresif) bertujuan untuk mengingatkan kepada penonton bahwa selain

meningkatkan sifat agresif terhadap dampak yang lebih mengerikan bagi generasi muda yang kecanduan terhadap media sosial yaitu kesehatan mental yang terancam. Bahkan kesehatan mental yang terancam ini bisa menimbulkan bunuh diri.

Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat kalimat “*This whole generation is more anxious, more fragile, more depressed*”. Bertujuan untuk merelasikan kecanduan media sosial dengan dampak terhadap kesehatan mental yang sangat jelas. Kecanduan media sosial membuat generasi muda lebih cemas, rapuh, dan juga mudah depresi.

5.1.8 Dampak Media Sosial atas Penyebaran Berita Bohong

Adegan kedelapan yang peneliti analisis adalah adegan yang menunjukkan penggambaran mengenai bagaimana media sosial dengan mudahnya membawa berita bohong atau *hoax* (*time stamp 59.06 – 60.33*).

Tabel V.8 Analisis Adegan Dampak Media atas Penyebaran Berita Bohong

<p>Tanda</p>	<p>Tanda visual</p>	
---------------------	----------------------------	--

	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<i>I will miss the news in this Facebook Page.</i> <i>The things that you're watching online not always the news ... It's just propaganda.</i>
Penanda		- Pria yang sedang menonton video dengan serius di layar teleponnya.
Petanda		- Seorang pria yang kecanduan menonton video tentang berita sampai mengira seluruh video yang di tonton di Facebook adalah berita.
Makna denotasi		Dengan adanya media sosial, orang menjadi mudah percaya terhadap informasi apapun yang menyebar secara <i>online</i> .
Makna konotasi		Media sosial membuat orang menjadi semakin bingung mana informasi yang betul – betul informasi nyata (berita) atau hanya berita bohong dan propaganda yang dimanfaatkan untuk menarik perhatian penonton.

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan kedelapan dalam film “The Social Dilemma” ini maka makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, semenjak adanya media sosial orang menjadi mudah percaya terhadap informasi

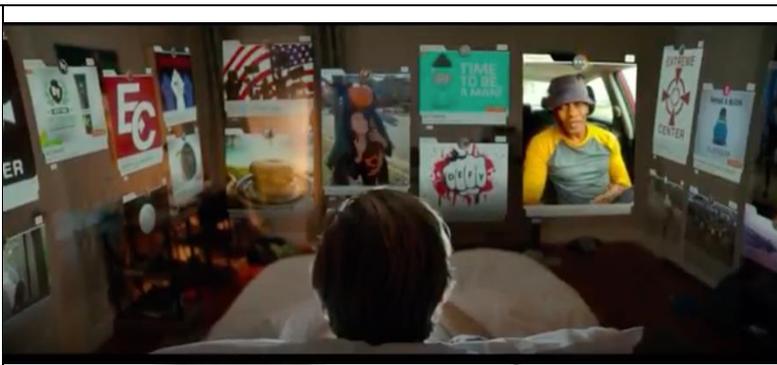
apapun yang menyebar secara *online*. Untuk makna konotasi, media sosial membuat orang menjadi semakin bingung mana informasi yang betul – betul informasi nyata (berita) atau hanya berita bohong dan propaganda yang dimanfaatkan untuk menarik perhatian penonton hal ini karena informasi menyebar sangat mudah di media sosial dan media sosial bukan menayangkan konten yang betul tapi konten yang mungkin kita sukai. Jadi jika kita sudah pernah menonton konten berita *hoax* maka media sosial cenderung akan terus menampilkan konten – konten sejenis berita *hoax*.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan ketujuh (yang menunjukkan kecanduan media sosial merusak kesehatan mental) adegan ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa media sosial juga penuh dengan berita – berita bohong sehingga kita tidak bisa langsung mempercayai berita di media sosial. Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat kata “*propaganda*” menunjukkan bahwa informasi tidak betul di media sosial bisa digunakan untuk menguntungkan satu pihak (seperti tujuan *propaganda*).

5.1.9 Media Sosial Sebagai Alat Propaganda

Adegan kesembilan yang peneliti analisis adalah adegan yang menunjukkan penggambaran mengenai bagaimana media sosial dengan mudahnya menjadi alat propaganda (*time stamp 66.23 – 69.34*).

Tabel V.9 Analisis Adegan Media Sosial Sebagai Alat Propaganda

Tanda	Tanda visual	
	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<p><i>So they can keep the power and they can control everything.</i></p>
Penanda		<ul style="list-style-type: none"> - Pria yang sedang menonton video dengan serius di layar teleponnya. - Terdapat berbagai macam video yang membahas mengenai pemerintah yang berbohong kepada rakyat. - Ajakan melakukan demo di layar.
Petanda		<ul style="list-style-type: none"> - Seorang pria yang kecanduan menonton video propaganda sampai mempercayai seluruh isi propaganda.

Makna denotasi	Propaganda melawan pemerintah dengan mudah tersebar di media sosial dalam bentuk berbagai konten video menarik.
Makna konotasi	Media sosial sebagai alat persuasif merupakan alat yang sangat sering digunakan untuk menjalankan propaganda. Dengan adanya algoritma yang menunjukkan konten apa yang pengguna sukai atau tonton sebelumnya maka propaganda ini akan semakin mudah berjalan.

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan kesembilan dalam film “The Social Dilemma” ini maka makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, propaganda melawan pemerintah dengan mudah tersebar di media sosial dalam bentuk berbagai konten video menarik. Untuk makna konotasi, Media sosial sebagai alat persuasif merupakan alat yang sangat sering digunakan untuk menjalankan propaganda. Dengan adanya algoritma yang menunjukkan konten apa yang pengguna sukai atau tonton sebelumnya maka propaganda ini akan semakin mudah berjalan.

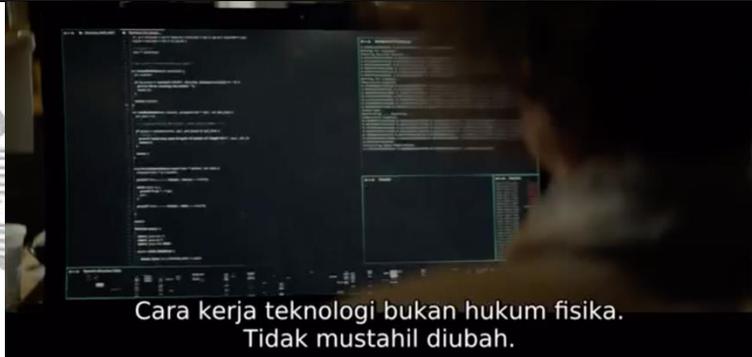
Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan ini di taruh setelah adegan kedelapan (yang menunjukkan mudahnya berita *hoax* menyebar) adegan ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa berita bohong dapat mempengaruhi para pengguna media sosial hingga menjadi mempercayai berita bohong tersebut dan ada pihak yang diuntungkan di balik berita bohong. Media sosial sebagai kendaraan propaganda

semakin berhasil meyakinkan orang – orang karena adanya fitur algoritma. Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat kalimat “*So they can keep the power and they can control everything*” menunjukkan bahwa informasi propaganda yang paling sering muncul di media sosial adalah mengenai pemerintah dan bagaimana pemerintah di suatu negara melakukan hal yang tidak seharusnya dilakukan untuk memiliki kekuasaan.

5.1.10 Adegan Penutup Film

Adegan kesepuluh yang peneliti analisis adalah adegan yang menunjukkan penutup film mengenai bagaimana media sosial yang dibuat oleh manusia seharusnya masih bisa diubah oleh manusia (*time stamp 86.42 – 87.24*).

Tabel V.10 Analisis Adegan Penutup Film

Tanda	Tanda visual	

	Tanda audio dan musik (verbal dan nonverbal)	<i>The way technology work is not a law of physics, it's possible to change it.</i>
Penanda		- Sekelompok orang yang sedang melakukan proses coding.
Petanda		- Sekelompok orang yang adalah penemu media sosial sedang melakukan proses struktur media sosial.
Makna denotasi		Media sosial adalah hal yang dibuat oleh manusia sehingga seharusnya bisa diatur dan diubah oleh manusia.
Makna konotasi		Selama ini media sosial berjalan berdasarkan sistem ingin mendapatkan keuntungan, namun media sosial masih dapat diubah sehingga sistem seperti algoritma bisa dihindari dan manusia bisa mendapatkan dampak positif dari media sosial.

Berdasarkan analisis peneliti terhadap adegan kesepuluh dalam film “The Social Dilemma” ini maka makna denotasi yang ingin disampaikan pada adegan ini, Media sosial adalah hal yang dibuat oleh manusia sehingga seharusnya bisa diatur dan

diubah oleh manusia. Untuk makna konotasi, Selama ini media sosial berjalan berdasarkan sistem ingin mendapatkan keuntungan, namun media sosial masih dapat diubah sehingga sistem seperti algoritma bisa dihindari dan manusia bisa mendapatkan dampak positif dari media sosial.

Untuk analisis Sintagmatik, menurut peneliti adegan sebagai adegan penutup untuk menekankan bahwa jika perusahaan media sosial mengubah sudut pandangnya untuk tidak hanya menggunakan media sosial untuk mendapat keuntungan maka media sosial dapat berperan positif bagi masyarakat. Untuk analisis pragmatik, peneliti melihat kalimat *“The way technology work is not a law of physics, it’s possible to change it”* menunjukkan sekali lagi bahwa media sosial bukanlah hukum fisika atau hukum alam yang tidak bisa dirubah. Media sosial sangat terbuka terhadap perubahan yang ada di masyarakat.

5.2 Mitos dalam Film “The Social Dilemma”

Berdasarkan berbagai kutipan dan berbagai penelitian, contohnya dalam buku yang ditulis oleh Green (2010, h.12) yang menyatakan bahwa *“At the level of an object – where an object is as inert as a sculpture with no sense of what it was made for or how it is used – technology might be seen as neutral”*. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa sebagai suatu objek, teknologi, medium, dan media sosial sebagai bagian dari teknologi dilihat sebagai objek yang netral.

Pandangan bahwa media sosial merupakan objek yang netral juga banyak digunakan oleh orang – orang. Ketika media sosial membawa dampak negatif

(contohnya pencurian data, penipuan, *hoax*, dan sebagainya) orang – orang menyatakan bahwa media sosial adalah medium netral, yang salah adalah orang yang bergerak di belakang media sosial tersebut. Berdasarkan film “The Social Dilemma” kita bisa melihat bahwa film ini menolak ideologi tersebut. “The Social Dilemma” berusaha untuk menyampaikan bahwa media sosial bukanlah media yang netral atau bebas nilai. Media sosial memiliki fitur seperti algoritma yang menguntungkan bagi perusahaan atau kapitalisme. Sehingga tidak bisa dikatakan bahwa media sosial adalah hal yang netral karena sudah ada kepentingan satu pihak yang diutamakan yaitu perusahaan pembuat media sosial.

Sehingga dalam film ini mitos yang ingin dipatahkan adalah bahwa **memiliki media sosial adalah keharusan**. Karena film ini berusaha untuk menyampaikan bahwa pengelolaan media sosial berlandaskan pada keuntungan perusahaan. Terdapat algoritma yang membuat media sosial menjadi hal negatif. Sehingga pandangan di masyarakat bahwa memiliki media sosial adalah keharusan berusaha dibantah oleh film ini. Hal ini terlihat dari *scene* yang menunjukkan tiga dampak negatif dari media sosial yaitu mempengaruhi kesehatan mental, propaganda, dan penyebaran *hoax*. Sehingga pandangan memiliki media sosial adalah keharusan adalah sebuah mitos karena terdapat dampak negatif dari media sosial dan manusia harus memiliki kebebasan untuk memilih apakah dia lebih baik menggunakan media sosial atau tidak.