



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ALGORITMA MEDIA SOSIAL DALAM FILM DOKUMENTER *THE SOCIAL DILEMMA*

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Oleh:

Desy Rahmadani
NIM: B75218047

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2021

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy Rahmadani

NIM : B75218047

Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***Algoritma Media Sosial dalam Film Dokumenter The Social Dilemma*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 25 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



Desy Rahmadani

B75218047

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Desy Rahmadani
NIM : B75218047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Algoritma Media Sosial dalam Film
Dokumenter *The Social Dilemma*

Proposal skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 25 Desember 2021
Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Ali Nurdin, S.Ag.M.Si
NIP.197106021998031001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ALGORITMA MEDIA SOSIAL DALAM FILM DOKUMENTER *THE SOCIAL DILEMMA*

SKRIPSI

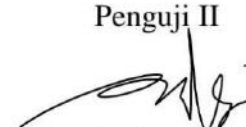
Disusun Oleh
Desy Rahmadani
B75218047

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu Pada tanggal 13 Januari 2022

Tim Penguji

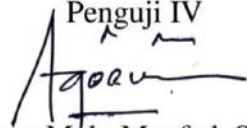
Penguji I

Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si
NIP.197106021998031001

Penguji II

Imam Maksum, M.Ag.
NIP.197306202006041001

Penguji III

Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP.197911242009121001

Penguji IV

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH., M.Si
NIP.197008252005011004

Surabaya, 13 Januari 2022
Dekan,




Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP.196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Desy Rahmadani
NIM : B75218047
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmunya Komunikasi
E-mail address : desyradani@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

.....
Algoritma Media Sosial dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*.
.....

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Februari 2022

Penulis

(Desy Rahmaadani)

ABSTRAK

Desy Rahmadani, NIM. B75218047, 2018. Algoritma Media Sosial dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan frame algoritma pada media sosial dalam film dokumenter *The Social Dilemma* dilihat dari analisis framing model William A. Gamson dan Andre Modigliani serta untuk mengetahui dan menjelaskan algoritma media sosial dibingkai dalam mendukung isu sosial yang direpresentasikan pada film dokumenter *The Social Dilemma*.

Peneliti menggunakan pendekatan *konstruktivisme* dengan jenis penelitian analisis *framing* model William A Gamson dan Andre Modigliani. Analisis ini membagi perangkat menjadi dua, yaitu perangkat framing dan perangkat penalaran. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *konstruktivisme* dan teori *agenda setting*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Pada perangkat *framing*, *metaphors* menyebutkan bahwa media sosial adalah narkoba. *Catchphrases* ditunjukkan pada kalimat berubahnya era informasi ke era disinformasi. *Exemplaar* berasal dari hasil wawancara dengan para mantan pegawai untuk memperjelas bingkai. *Depiction* melalui kalimat, pengguna media sosial merupakan kelinci percobaan. Dan *visual images* dari cuplikan film berupa gambar yang mampu mendukung bingkai. 2) Pada perangkat penalaran, *roots* menunjukkan bahwa pengguna adalah produk. *Appeals to principal* memberikan moral hilangnya interaksi keluarga karena sibuk dengan gawai. Dan *consequences* berupa ajakan untuk mematikan notifikasi. 3) Algoritma dibingkai mendukung isu sosial dari hasil wawancara hasil belajar dari para ahli yang kemudian divisualisasikan.

Kata Kunci: *Algoritma Media Sosial, Film Dokumenter, Analisis Framing.*

ABSTRACT

Desy Rahmadani, NIM. B75218047, 2018. Social Media Algorithm in the Documentary Film The Social Dilemma.

This study aims to identify and explain the algorithm frame on social media in the documentary film The Social Dilemma seen from the analysis of the framing model of William A. Gamson and Andre Modigliani as well as to identify and explain the social media algorithm framed in support of social issues represented in the documentary film The Social. Dilemma.

The researcher uses a constructivism approach with the type of research analysis framing model William A Gamson and Andre Modigliani. This analysis divides the device into two, namely the framing device and the reasoning device. The theory used in this research is constructivism theory and agenda setting theory.

The results of this study indicate that 1) In the framing device, metaphors mention that social media is a drug. Catchphrases are shown in the sentence changing the information age to the era of disinformation. Exemplaar comes from interviews with former employees to clarify the frame. Depiction through sentences, social media users are guinea pigs. And visual images from film footage in the form of images that are able to support the frame. 2) In the reasoning device, roots indicate that the user is the product. Appeals to principal gives the moral of the loss of family interaction due to being busy with gadgets. And the consequences are an invitation to turn off notifications. 3) The algorithm is framed to support social issues from the results of interviews, learning outcomes from experts are then visualized.

Keyword: *Social Media Algorithm, Documentary Film, Framing Analysis.*

نبذة مختصرة

ديزي رحيمداني ، نيم. B75218047، 2018. خوارزمية الإعلام الاجتماعي في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد وشرح إطار الخوارزمية على وسائل التواصل الاجتماعي في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية التي تظهر من تحليل نموذج التأطير لـ William A. القضايا الاجتماعية الممثلة في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية.

يستخدم الباحث المنهج البنائي بنوع تحليل البحث بنموذج تأطير William A Gamson و Andre Modigliani. يقسم هذا التحليل الجهاز إلى قسمين ، هما جهاز التأطير وجهاز التفكير. النظرية المستخدمة في هذا البحث هي النظرية البنائية ونظرية وضع جدول الأعمال.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (1) في جهاز التأطير ، تشير الاستعارات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي عقار. يتم عرض العبارات المبتدلة في الجملة التي تغير عصر المعلومات إلى عصر المعلومات المضللة. يأتي Exemplaar من مقابلات مع موظفين سابقين لتوضيح الإطار. التصوير من خلال الجمل ، مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي هم خنازير غينيا. وصور مرئية من لقطات فيلم على شكل صور قادرة على دعم الإطار. (2) في جهاز التفكير ، تشير الجنور إلى أن المستخدم هو المنتج. مناقشات المدير تعطي المعنوي لفقدان التفاعل الأسري بسبب الانشغال بالأدوات. والنتائج هي دعوة لإيقاف الإشعارات. (3) تم تأطير الخوارزمية لدعم القضايا الاجتماعية من نتائج المقابلات ، ثم يتم تصور نتائج التعلم من الخبراء.

الكلمات الرئيسية: خوارزميات الوسائط الاجتماعية ، والأفلام الوثائقية ، وتحليل الإطارات

DAFTAR ISI	
JUDUL PENELITIAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Konsep.....	8
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II	14
A. Kajian Pustaka.....	14
B. Kajian Teori	36
C. Kerangka Pikir Penelitian	38
D. Media Sosial Menurut Perspektif Islam.....	40
E. Penelitian Terdahulu	43
BAB III	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50

B. Unit Analisis	51
C. Jenis dan Sumber Data.....	52
D. Tahap-Tahap Penelitian	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
B. Penyajian Data	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran dan Rekomendasi.....	106
C. Keterbatasan Penelitian.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	114
BIOGRAFI PENULIS	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Poster Film <i>The Social Dilemma</i>	60
4.2 Logo Exposure Labs	61
4.3 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	63
4.4 Wawancara Tristan Haris	64
4.5 Wawancara Aza Raskin	64
4.6 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	65
4.7 Wawancara Justin Rosenstein	66
4.8 Wawancara Tristan Haris	68
4.9 Wawancara Tristan Haris	69
4.10 Wawancara Sandy Parakilas	70
4.11 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	72
4.12 Wawancara Sandy Parakilas	72
4.13 Wawancara Tristan Haris	73
4.14 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	74
4.15 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	75
4.16 Wawancara Jaron Lanier	76
4.17 Wawancara Justin Rosenstein	78
4.18 Dramatisasi Film <i>The Social Dilemma</i>	79
4.19 Dramatisasi Film <i>The Social Dilemma</i>	79
4.20 Wawancara Justin Rosenstein	80
4.21 Wawancara Sandy dan Azza	81
4.22 Wawancara Chyntia M. Wong	83
4.23 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	84
4.24 Cuplikan Film <i>The Social Dilemma</i>	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa saat ini memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat di era milenial. Dengan adanya media massa, masyarakat dengan mudah mendapatkan berbagai informasi dengan cepat secara global. Tidak heran apabila media massa mampu merubah sudut pandang suatu kelompok masyarakat. Kelebihan yang dimiliki media massa banyak dimanfaatkan oleh para pemilik media dan pemerintah untuk mempengaruhi opini publik dalam dunia politik. Banyak pelaku politik yang menggunakan media massa sebagai media kampanye agar mendapatkan dukungan dari masyarakat. Karena memiliki efek yang luar biasa bagi suatu negara, media massa mendapat julukan sebagai pilar keempat dari demokrasi dengan adanya dukungan kebebasan pers.² Selain digunakan untuk berkampanye, media massa juga dijadikan wadah aspirasi masyarakat dalam menyuarakan atau mengemukakan pendapatnya. Berbagai cara dapat dilakukan seperti menciptakan sebuah film yang dibuat dengan maksud untuk menyampaikan kritikan atau masalah sosial yang wajib diketahui oleh masyarakat, karena film merupakan media komunikasi yang mudah diterima dan cenderung mudah dipercaya oleh masyarakat luas.

Film merupakan media komunikasi yang unik dibandingkan media lainnya, karena memiliki sifat yang bebas serta memuat audio dan visual secara nyata. Dari film, kita dapat menyaksikan reorientasi pengalaman hidup

² Nyarwi, "Paradoks Media sebagai Pilar Keempat Demokrasi", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, (online), volume 12, nomor 2, diakses pada September 2021 dari <http://jurnal.ugm.ac.id>

seseorang, kisah inspirasi, dan ilmu pengetahuan baru seperti yang tidak pernah kita ketahui sebelumnya dengan dikemas secara menarik. Banyak alasan yang membuat seseorang menyukai film, salah satunya adalah sebagai sarana hiburan yang berguna untuk merileksasi pikiran. Popularitas film dapat diketahui sejak pertama kali adanya pembuatan film di Indonesia yang langsung disambut hangat oleh masyarakat walaupun film yang diproduksi merupakan “Film Bisu” yang hanya menampilkan gambar hidup tanpa adanya audio. Film yang pertama ditayangkan di Indonesia adalah film dokumenter yang menceritakan perkembangan pembangunan di Belanda dan Afrika Selatan.³

Visual merupakan unsur utama dalam berkomunikasi pada film. Film memiliki berbagai jenis variasi genre, jenis genre yang saat ini beredar adalah *action*, petualangan, komedi, drama, horor, *musical*, *science action*, dokumenter, dan lainnya. Film dokumenter adalah film yang diproduksi secara fakta sesuai dengan peristiwa yang terjadi di dunia.⁴ Saat ini, film dokumenter memiliki eksistensi tersendiri pada para pembuat film sebagai sarana berargumen terkait masalah sosial yang sedang terjadi saat ini. Dengan memanfaatkan internet, para pembuat film dapat dengan mudah mempublikasi karyanya agar dapat disaksikan masyarakat secara global, sehingga apa yang telah mereka ciptakan dapat menjadi hiburan sekaligus bahan edukasi.

Film dokumenter saat ini banyak mengangkat tema tentang lingkungan. Pada tahun 2012 rumah produksi *Blenheim Films* menciptakan film yang berjudul *Trashed* yang disutradarai oleh Candida Brady tentang fenomena sampah plastik yang dihasilkan oleh manusia. Film ini juga

³ Putri Sari Ramadhani, “Analisis *Framing* Citra Jokowi dalam Film Dokumenter *Sexy Killer*”, *Tesis*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2021, 4

⁴ Loc.cit

mengungkapkan bahwa bumi tidak hanya menguraikan sampah tetapi juga mengakumulasikannya. Sehingga, racun yang ada pada sampah plastik tidak benar-benar hilang, melainkan hanya berubah bentuk dan yang menjadi korban pertama adalah tumbuhan. Di tahun yang sama, film berjudul *Chasing Ice* karya rumah produksi *Exposure Labs* yang disutradarai Jeff Orlowski menceritakan tentang mencairnya gletser di kutub akibat pemanasan global. *Blenheim Films* kembali memproduksi film pada tahun 2015 yang berjudul *Urban & the Shed Crew* yang merupakan film drama diangkat berdasarkan kisah nyata. Berbeda dengan *Exposure Labs* yang tetap konsisten dengan membuat film dokumenter. *Exposure Labs* mulai menggarap film kedua yang berjudul *Chasing Coral* pada tahun 2017 silam. Tidak jauh berbeda dengan film pertama, *Chasing Coral* juga bercerita tentang kerusakan alam akibat pemanasan global. Terjadinya pemanasan global tidak hanya berakibat pada gletser di kutub mencair, melainkan juga menyebabkan terjadinya perubahan warna pada terumbu karang yang menjadi pucat sehingga berujung pada kematian. Film *Chasing Coral* juga berhasil memenangkan beberapa penghargaan seperti pada acara *Satellite Award* dengan kategori Film Dokumenter Terbaik.

Pada tahun 2020, *Exposure Labs* kembali melahirkan film ketiga dengan judul *The Social Dilemma*. Seperti keluar dari zona nyaman, Jeff Orlowski dan Tim *Exposure Labs* mengangkat film dokumenter yang menceritakan tentang perubahan teknologi. Meskipun memiliki sisi positif, ternyata kecanggihan teknologi khususnya media sosial dapat memberikan dampak negatif. Hal ini diungkap secara langsung oleh para mantan pegawai dari *Google*, *Facebook*, *Instagram*, *Pinterest*, dan sebagainya yang telah hadir untuk menjadi informan dalam film tersebut. Dalam proses wawancara, mereka mengungkap kekhawatiran dengan apa

yang telah mereka ciptakan sendiri karena dampak yang dihasilkan dari penggunaan media sosial dapat merugikan setiap individu bahkan kelompok sosial tertentu. Penyebaran berita hoax sampai dengan pencurian data pribadi merupakan kejahatan yang nyata ada dalam media sosial, maka dari itu sangat penting untuk berhati-hati dalam menggunakannya.

Media sosial telah didesain agar pengguna tidak bisa lepas darinya. Seperti sebuah adiksi, seseorang tidak dapat mengontrol dirinya sendiri dalam menggunakan media sosial dan menghabiskan waktu untuk menjelajahnya. Adiksi media sosial dapat dipicu dari fitur *likes*, *comment*, *share*, *retweets*, dan reaksi dari pemberian *emoticon*. Fenomena ini sama dengan reaksi kimia yang diakibatkan oleh minuman keras, narkoba, dan perjudian.⁵ Di dalam media sosial terdapat sebuah algoritma yang berperan penting dalam mengontrol para pengguna. Algoritma media sosial bergerak dari sebuah data yang dimasukkan ketika seseorang ingin mendaftarkan diri pada platform media sosial tertentu, lalu data tersebut akan disimpan dan dari situlah algoritma media sosial akan bekerja untuk mengawasi, memantau, dan mulai mengontrol pengguna.

Algoritma pada media sosial merekam segala aktivitas penggunaannya, sehingga data yang mereka peroleh dapat digunakan untuk para perusahaan yang ingin memasang iklan di media sosial. Perusahaan atau individu dapat menentukan siapa saja yang akan mengakses iklan mereka berdasarkan kategori usia, jenis kelamin, hobi, dan sebagainya. Selain itu, pemasang iklan juga dapat memantau siapa saja yang telah mengklik iklan mereka, berasal dari

⁵ A Nursikuwagus, E Hikmawati, U N Wisesty, W Munggan, D Mahayana, "Kajian Saintifik Fenomena Adiksi Gadget dan Media Sosial di Indonesia", *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*, (online), vol. 10, no. 1, diakses pada September 2021 dari <http://ojs.unikom.ac.id>

mana, kapan dan jam berapa iklan itu diakses, hingga iklan pesaing apa yang sedang diakses pengguna media sosial.⁶ Segudang data tersebut akan disimpan, sehingga algoritma media sosial dapat mengenali diri setiap individu di dunia dengan sangat baik. Kecanggihan teknologi memang terkadang membuat kagum, namun kecanggihan itu juga dapat menimbulkan rasa ketakutan.

Rumah produksi *Exposure Labs* telah mengkonstruksikan film *The Social Dilemma* sedemikian rupa. Diawali dengan kegiatan wawancara bersama mantan pegawai perusahaan *Google, Facebook, Twitter, Instagram*, dan *Pinterest* yang membahas tentang kehebatan teknologi saat ini sehingga informasi dapat diakses dengan mudah. Film ini kemudian menunjukkan realitas bahwa kecanggihan teknologi tidak seindah itu, bahkan teknologi dapat menjadikan manusia sebuah boneka. Jeff Orlowski berhasil mengemas film *The Social Dilemma* dengan sangat baik. Selain menampilkan adegan wawancara bersama para mantan pekerja media sosial, Jeff Orlowski juga memberikan dramatisasi reka ulang fiktional yang diperankan oleh beberapa aktor dan aktris untuk menggambarkan efek manipulasi teknologi pada sebuah keluarga dan kesehatan mental anak. Tidak hanya itu, gambar ilustrasi juga disuguhkan untuk mempermudah khalayak dalam menerima isi pesan yang ingin disampaikan.

Pada Januari 2021, populasi pengguna media sosial di Indonesia mencapai 53,6% dan mengalami peningkatan sebesar 13,2% dari tahun 2020.⁷ Data ini di dapat dari Hootsuite dengan menempatkan Indonesia pada posisi ketiga tertinggi di Dunia. Dari banyaknya pengguna media

⁶ Kang Arul, *Social Media Marketing Training*, Makalah disajikan dalam Telkom Professional Certification Center di Bandung, 21-23 Agustus 2017.

⁷ Simon Kemp, "*Digital 2021: Indonesia*", diakses pada tanggal 13 September 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

sosial, sedikit yang menyadari keseriusan yang terjadi apabila terlalu lama membuang waktu di media sosial. Rata-rata masyarakat Indonesia telah menggunakan 8 jam 52 menit untuk mengakses internet dan selama 3 jam 14 menit menghabiskan waktu perhari untuk bermain media sosial. Pada rentang usia 13-17 tahun, sebanyak 12,5% dari jumlah penduduk Indonesia telah aktif bermain media sosial.⁸ Hal ini dapat membahayakan apabila saat bermain media sosial tidak ada pengawasan orang tua, karena anak pada usia 13-17 tahun mengalami perkembangan secara psikologis sehingga terlalu sensitif terhadap masalah tertentu.

Kecanggihan teknologi dapat memberikan dampak tertentu hingga menjadi sebuah masalah sosial. Penelitian ini menarik untuk dikaji, karena beberapa fenomena yang tengah ramai di Indonesia seperti:

1. Terancamnya demokrasi dengan terpaan konten negatif.
2. Penyebaran berita hoaks.
3. Adiksi media sosial, sehingga masyarakat kurang mampu untuk bersosialisasi.
4. Cyberbullying yang terjadi kepada para remaja.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melihat konstruksi algoritma media sosial pada film *The Social Dilemma* yang digambarkan sebagai latar belakang terjadinya masalah sosial seperti yang telah peneliti sebutkan. Sehingga, diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk bahan edukasi bagi masyarakat Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis memfokuskan masalah pada:

⁸ Simon Kemp, “*Digital 2021: Indonesia*”, diakses pada tanggal 13 September 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

1. Bagaimana algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* dibingkai dengan *framing devices* (*metaphors, catchphrases, exempla, depiction* dan *visual image*)?
2. Bagaimana algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* dibingkai dengan *reasoning devices* (*roots, appeals to principle, dan consequences*)?
3. Bagaimana algoritma media sosial dibingkai dalam mendukung isu sosial pada film *The Social Dilemma*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* dibingkai dengan *framing devices* (*metaphors, catchphrases, exempla, depiction* dan *visual image*).
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* dibingkai dengan *reasoning devices* (*roots, appeals to principle, dan consequences*).
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan algoritma media sosial dibingkai dalam mendukung isu sosial pada film dokumenter *The Social Dilemma*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dibagi menjadi dua aspek, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Sebagai bahan masukan untuk pengembangan bidang keilmuan bagi pihak-pihak tertentu.
2. Manfaat Praktis

- a. Memahami dan mengetahui perihal kinerja dari algoritma media media yang secara tidak langsung mampu mempengaruhi perubahan pada diri kita, karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial dan hanya menjadikan media sosial sebagai hiburan tanpa mengetahui dampak yang akan mereka alami.
- b. Memahami dan mengetahui latar belakang penyebab terjadinya masalah sosial yang diakibatkan oleh media sosial.
- c. Memahami dan mengetahui betapa pentingnya data pribadi yang kita miliki, serta tidak bertindak sembarangan di media sosial karena rekam jejak digital sangat nyata dan sulit untuk dihapus.
- d. Memahami dan mengetahui agar tidak mudah menerima konten atau berita yang ada di media sosial, karena author tidak akan bertanggung jawab ketika kita terpengaruh atau teradu domba.

E. Definisi Konsep

1. Algoritma Media Sosial

Algoritma merupakan kata yang dikemukakan oleh ahli matematika yang bernama Abu Abdullah Muhammad Ibn Musa al-Khawarizmi. Algoritma memiliki definisi sebagai pemecah suatu masalah dengan menggunakan logika, metode, dan langkah-langkah yang terstruktur. Dalam dunia literatur barat, algoritma dikenal dengan sebutan Algorizm.⁹ Sehingga, algoritma dapat diartikan sebagai prosedur yang digunakan dalam menyelesaikan masalah. Algoritma bekerja dengan cara memasukkan data yang memiliki

⁹ Uma Utami dan Sukrisno. *10 Langkah Belajar Logika dan Algoritma Menggunakan Bahasa C dan C++ di GNU/Linux*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005), 19.

permasalahan, lalu masalah tersebut diproses oleh algoritma dan mendapatkan sebuah hasil akhir yang ideal sesuai dengan apa yang diinginkan.¹⁰ Cormen menyatakan bahwa algoritma adalah prosedur komputasi yang terdefinisi dengan baik yang mengambil beberapa nilai sebagai *input* dan mengumpulkan beberapa nilai sebagai *output*. Oleh karena itu, algoritma adalah serangkaian langkah komputasi yang mengubah *input* menjadi *output*.¹¹

Media sosial terbentuk dari dua kata, yaitu sosial dan media. Sosial memiliki arti bahwa setiap individu melakukan kegiatan yang memberikan kontribusi di dalam masyarakat, sedangkan media merupakan sebuah alat komunikasi. Dari kedua pengertian tersebut, dapat ditarik bahwa media sosial merupakan media yang menggunakan internet dengan memberikan fasilitas penggunaannya untuk berinteraksi sosial, serta menghadirkan unsur visual, audio, dan teks yang mampu menciptakan nilai dan budaya dalam kehidupan bermasyarakat pada dunia virtual ataupun nyata.¹² Secara sederhana, media sosial merupakan platform media yang dijadikan wadah bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan sosial secara virtual.

Platform media sosial bergantung pada algoritma untuk menentukan bagaimana berita dan konten

¹⁰ R. Fanry Siahaan, M.Kom. *Desain dan Analisis Algoritma*. (Klaten, IKAPI, 2020), 6.

¹¹ Carlos dan Cesar Bolano, "Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media", *International Review of Information Ethics*, (online), volume 26, diakses pada September 2021 dari <http://www.i-r-i-e.net>

¹² Irwanto dan Laurensia Hariatiningsih, "Meliterasi Warganet dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial yang Sehat", *Jurnal Komunikasi*, (online), volume 11, no.1, diakses pada Agustus 2021 dari <http://ejournal.bsi.ac.id>

disebarluaskan dan dikonsumsi oleh publik. Informasi yang disampaikan melalui umpan berita *Facebook*, pencarian *Google*, dan topik trending *Twitter* telah dipilih dan diprioritaskan oleh algoritma yang telah di kode untuk menyortir, memfilter, dan mengirimkan konten dengan cara yang telah dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan konten dan waktu yang dihabiskan di media sosial.¹³

Pada penelitian ini, algoritma media sosial merupakan sistem yang beroperasi dalam mengolah data dari *input* ke *output* yang bekerja di dalam media sosial untuk mengontrol informasi yang diberikan kepada pengguna berdasarkan dengan kriteria yang ditentukan. Algoritma mengajak manusia untuk lebih berinteraksi dengan perangkat lunak seperti *gadget* dan perangkat lunak tersebut yang akan menjadi mediasi antara manusia dengan media sosial. Data *input* yang dimiliki algoritma diambil dari interaksi pengguna dengan pengguna lain dan berita, iklan, atau konten yang muncul sebagai rekomendasi pada akun media sosial milik pengguna merupakan hasil dari *output*. Sehingga dampak yang diberikan oleh algoritma media sosial bermacam-macam, seperti adiksi media sosial yang dapat mempengaruhi kesehatan mental, terpaan konten negatif yang menyebar secara bebas ke publik tanpa adanya filterisasi dari pihak ketiga, berita hoax yang merajalela, *cyberbullying* pada para remaja, dan lain sebagainya karena algoritma pada film *The Social Dilemma* dirancang untuk menyortir konten agar pengguna terpancing untuk menghabiskan waktu di media sosial.

¹³ Samantha Bradshaw dan Phillip N. Howard. *Why does Junk News Spread so Quickly Across Social Media? Algorithms, Advertising, and Exposure in Public Life*. (Florida: Knight Foundation, 2018), 10.

2. Film Dokumenter

John Grierson mengungkapkan bahwa film dokumenter merupakan proses menciptakan karya kreatif dalam upaya untuk menyajikan kejadian secara realistis, seperti halnya film fiksi. Alur cerita dan elemen dramatik menjadi poin penting dalam membuat film.¹⁴ Sehingga dapat disimpulkan bahwa film dokumenter adalah sebuah hasil film yang didasari dengan fakta dan data. Hal yang membedakan film dokumenter dengan film lainnya adalah realitas. Film dokumenter tidak pernah lepas dari tujuan untuk menyebarkan informasi, pendidikan, dan propaganda. Intinya, film dokumenter berpijak pada sesuatu yang nyata.¹⁵

Film yang digunakan pada penelitian ini merupakan film dokumenter. Film tersebut menyajikan informasi yang dibungkus dengan menayangkan proses wawancara kepada pihak yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan media sosial. Hasil wawancara tersebut diaplikasikan pada ilustrasi dan reka adegan yang diperankan oleh beberapa aktor. Dengan begitu, publik dapat mencerna dengan mudah seperti apa yang telah dijelaskan oleh narasumber terkait.

3. Film *The Social Dilemma*

The Social Media merupakan film dokumenter karya rumah produksi *Exposure Labs* yang disutradarai oleh Jeff Orlowski. Film berdurasi 1 jam 34 menit ini dapat disaksikan melalui media *streaming* video di aplikasi

¹⁴ Syaiful Halim, “Dekonstruksi Mitos Film Dokumenter The Look of Silence (Senyap) Karya Joshua Oppenheimer”, *Ideology Journal*, (online), volume 2, diakses pada Agustus 2021 dari <http://www.researchgate.net>

¹⁵ Amos Arya T. Panjaitan, Dr. Prayanto W.H., dan Drs.MSn., Hen Dian Y., S.T., M.Ds., “Perancangan Film Dokumenter Kampung Peneleh Surabaya”, *Jurnal DKV Adiwarna*, (online), volume 1, no.4, diakses pada September 2021 dari <http://publication.petra.ac.id>

Netflix. Exposure Labs tertarik membuat film ini dilatarbelakangi oleh kesadarannya melihat paralel langsung antara ancaman industri dan ancaman platform teknologi, Tristan Harris menyebutkan bahwa ini merupakan perubahan iklim budaya. Kekuatan tak terlihat mampu menentukan bagaimana dunia memperoleh informasi dan membuat publik seolah memahami informasi itu secara benar.¹⁶

Film dokumenter *The Social Media* menyajikan video wawancara saat bersama dengan mantan pegawai teknologi. Selain itu film ini juga memberikan gambar ilustrasi tentang bagaimana algoritma mulai mengolah data dan menyebarkan sebuah informasi kepada publik. Tidak hanya itu, film *The Social Dilemma* memberikan dramatisasi reka adegan tentang sebuah keluarga yang terdampak dari penggunaan media sosial. Mulai dari kesehatan mental Isla, polarisasi politik Ben, dan ketidakmampuan keluarga untuk terhubung satu sama lain.¹⁷

F. Sistematika Pembahasan

Penulisan laporan ditulis secara sistematis agar dapat memberikan kemudahan bagi pembaca dalam memahami maksud dan tujuan peneliti. Sebelum memasuki bab pertama, peneliti mengawali dengan bagian awal yang memuat halaman judul, persetujuan dosen pembimbing, pengesahan tim penguji, motto dan persembahan, pernyataan otentisitas skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar grafik lainnya jika perlu.

¹⁶ *The Social Dilemma, FAQ*, diakses pada 22 September 2021 dari <https://www.thesocialdilemma.com/nl/faqs/>

¹⁷ *Ibid.*

Pada bab pertama, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Bab dua berisi tentang kerangka teoritik yang menjelaskan konseptual terkait tema penelitian, teori yang digunakan, dan penelitian berdasarkan perspektif Islam. Selain itu, bab dua juga berisi penelitian terdahulu yang relevan.

Bab tiga berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab empat berisi tentang gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, hasil penelitian berdasarkan perspektif teori dan perspektif Islam.

Bab lima yang merupakan bagian terakhir berisi tentang kesimpulan, rekomendasi, dan keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Algoritma Media Sosial

Algoritma Media Sosial terdiri dari dua pengertian, yaitu Algoritma dan Media Sosial. Algoritma merupakan proses urutan langkah yang dilakukan secara logis untuk dapat memecahkan suatu masalah.¹⁸ Kata algoritma dikemukakan oleh ahli matematika yang bernama Abu Abdullah Muhammad Ibn Musa al-Khwarizmi. Algoritma didefinisikan sebagai pemecah suatu masalah dengan menggunakan logika, metode, dan langkah-langkah yang terstruktur.¹⁹ Selain itu, algoritma dapat diartikan sebagai prosedur yang digunakan dalam menyelesaikan masalah. Proses ini dapat digambarkan secara sederhana dalam kehidupan nyata, seperti algoritma membuat mie goreng. Dalam mendefinisikan algoritma, terdapat tiga poin penting yang harus dijelaskan:²⁰

- a. Masalah, merupakan perkara yang harus diselesaikan oleh algoritma.
- b. Masukan, merupakan data yang menjadi suatu perkara.
- c. Keluaran, merupakan hasil akhir dari sebuah data yang telah algoritma proses. Keluaran menjadikan

¹⁸ Evi Lestari Pratiwi. *Konsep Dasar Algoritma Dan Pemrograman Dengan Bahasa Java*. (Banjarmasin: Poliban Press, 2020), 1.

¹⁹ Uma Utami dan Sukrisno. *10 Langkah Belajar Logika dan Algoritma Menggunakan Bahasa C dan C++ di GNU/Linux*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005), 19.

²⁰ R. Fanry Siahaan, M.Kom. *Desain dan Analisis Algoritma*. (Klaten, IKAPI, 2020), 6.

hasil yang sesuai dengan perkara yang ingin diselesaikan.

Menurut Cormen menyatakan bahwa algoritma adalah prosedur komputasi yang terdefinisi dengan baik yang mengambil beberapa nilai sebagai *input* dan mengumpulkan beberapa nilai sebagai *output*. Oleh karena itu, algoritma adalah serangkaian langkah komputasi yang mengubah *input* menjadi *output*.²¹

Media Sosial terbentuk dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan sebuah alat komunikasi, sedangkan sosial memiliki arti bahwa setiap individu melakukan kegiatan yang memberikan kontribusi di dalam masyarakat. Dari kedua pengertian tersebut, dapat ditarik bahwa media sosial merupakan media yang menggunakan internet dengan memberikan fasilitas penggunaanya untuk berinteraksi sosial, serta menghadirkan unsur visual, audio, dan teks yang mampu menciptakan nilai dan budaya dalam kehidupan bermasyarakat pada dunia virtual ataupun nyata.²² Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi idealis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan tercipta dan tertukarnya konten

²¹ Carlos dan Cesar Bolano, "Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media", *International Review of Information Ethics*, (online), volume 26, diakses pada September 2021 dari <http://www.i-r-i-e.net>

²² Irwanto dan Laurensia Hariatiningsih, "Meliterasi Warganet dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial yang Sehat", *Jurnal Komunikasi*, (online), volume 11, no.1, diakses pada Agustus 2021 dari <http://ejournal.bsi.ac.id>

yang dibuat oleh pengguna.²³ Secara sederhana, media sosial merupakan platform media yang dijadikan wadah bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan sosial secara virtual.

Nasrullah memecah karakteristik media sosial sebanyak enam karakter, yaitu: **Pertama**, berjejaring. Proses komunikasi melalui media sosial tidak dapat berjalan tanpa adanya jaringan, sehingga dibutuhkan komputer yang memiliki koneksi internet untuk berkomunikasi. **Kedua** adalah memberi informasi. Media sosial menjadi ladang untuk mendapatkan berbagai informasi, media sosial wadah untuk berbagi konten, dan menciptakan identitas secara virtual sesuai informasi yang dibagikan melalui media sosial. Karakteristik **ketiga**, media sosial sebagai arsip. Media sosial dapat menyimpan berbagai informasi, peristiwa, atau kejadian yang dapat diakses kapanpun ketika dibutuhkan. Tidak heran, jika suatu kejadian yang telah berlangsung beberapa tahun yang lalu bisa muncul kembali seperti sebuah informasi baru.

Karakteristik **keempat**, bersifat interaktif. Sifat interaktif pada media sosial membuat pengguna memiliki jangkauan yang luas dalam berinteraksi dengan antar pengguna ataupun antar pengikut pengguna. **Kelima**, bersifat *simulatif*. Dapat diartikan bahwa media sosial memiliki kemampuan dalam menggambarkan relasi tiruan antar pengguna secara virtual. Hal ini dapat bersifat lebih baik atau lebih buruk dari relasi yang sungguh-sungguh riil. Dan karakteristik **keenam** adalah konten diciptakan pengguna. dapat dikatakan bahwa

²³ Arum Wahyuni Purbohastuti, “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”, *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, (online), volume 12, diakses pada 4 November 2021 dari <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>

konten yang berada di media sosial berupa baik atau buruk informasi sangat bergantung pada pengguna. Sehingga media sosial tidak hanya memberikan kesempatan untuk pengguna berinteraksi, tetapi juga berpartisipasi.²⁴

Platform media sosial bergantung pada algoritma untuk menentukan bagaimana berita dan konten disebarluaskan dan dikonsumsi oleh publik. Informasi yang disampaikan melalui umpan berita *Facebook*, pencarian *Google*, dan topik trending *Twitter* telah dipilih dan diprioritaskan oleh algoritma yang telah di kode untuk menyortir, memfilter, dan mengirimkan konten dengan cara yang telah dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan konten dan waktu yang dihabiskan di media sosial.²⁵ Informasi yang muncul di halaman media sosial bukanlah keinginan secara sadar oleh para pengguna, melainkan apa yang hadir sebagai rekomendasi merupakan hasil dari pencarian di berbagai platform media sosial yang kemudian diolah oleh algoritma sebagai model pengolahan data.²⁶

Pada penelitian ini, algoritma media sosial merupakan sistem yang beroperasi dalam mengolah data dari *input* ke *output* yang bekerja di dalam media sosial untuk mengontrol informasi yang diberikan kepada pengguna berdasarkan dengan kriteria yang ditentukan.

²⁴ Fabianus Fensi, "Peran Media Sosial dalam Pembentukan Karakteristik Siswa SMA & SMK Bhinneka Tunggal Ika Jakarta", *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, (online), volume 4, no. 2, diakses pada November 2021 dari <https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dan-kewirausahaan/article/view/2325>

²⁵ Samantha Bradshaw dan Phillip N. Howard. *Why does Junk News Spread so Quickly Across Social Media? Algorithms, Advertising, and Exposure in Public Life*. (Florida: Knight Foundation, 2018), 10.

²⁶ Samantha Bradshaw dan Phillip N. Howard. *Why does Junk News...*

Algoritma mengajak manusia untuk lebih berinteraksi dengan perangkat lunak seperti *gadget*, yang kemudian perangkat lunak tersebut akan menjadi mediasi antara manusia dengan media sosial. Data *input* yang dimiliki algoritma diambil dari interaksi pengguna dengan pengguna lain dan berita, iklan, atau konten yang muncul sebagai rekomendasi pada akun media sosial milik pengguna merupakan hasil dari *output*.

2. Kinerja Algoritma Media Sosial

Sistem kerja algoritma media sosial dalam memberikan rekomendasi konten didasari oleh fakta tentang minat pengguna sesuai dengan data yang telah masuk yang kemudian direkomendasikan oleh sistem. Dengan kata lain, semakin banyak data yang masuk tentang minat pengguna, maka semakin tinggi kemungkinan pengguna akan menemukan rekomendasi konten yang menarik sesuai dengan yang mereka suka. Algoritma memberi rekomendasi berbasis konten dengan mengukur kesamaan antara jenis konten yang disuguhkan dengan informasi profil yang pengguna berikan.²⁷ Kinerja algoritma media sosial dapat dilihat sebagai berikut:

a. Moderasi dan Pemfilteran Konten

Ruang media sosial yang begitu luas memberikan dampak dari penyebaran konten atau berita dengan sangat mudah untuk tersebar luas tanpa tanpa memandang konten tersebut mengandung unsur kebaikan atau keburukan. Untuk mengatasi

²⁷ Cambridge University Press (Inggris) 2014. *Social Media Mining*. The Online Books Page, viewed August 2021, <https://www.cambridge.org/core/books/social-media-mining/D1050E05E04E082BF2AED1E8D4BB86>

dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh pengguna dalam membuat konten kepada masyarakat, maka diperlukan adanya moderasi.

Praktek moderasi dapat dipahami oleh berbagai tujuan, yang pada akhirnya dapat berhubungan dengan nilai-nilai sosial-politik atau keuntungan ekonomi. Misalnya, moderasi pada platform Wikipedia yang secara langsung terinspirasi oleh kebutuhan untuk memberikan ensiklopedia online yang berharga dan tidak memihak untuk memberikan pengetahuan pada semua orang. Sedangkan moderasi dalam platform *Google*, *Facebook*, atau *Twitter* juga dapat dipahami oleh nilai-nilai sosial seperti perlindungan dari penghinaan dan pelecehan, pertukaran pendapat secara bebas, produksi pengetahuan dan interaksi prososial, serta tujuan ekonomi untuk menarik pengguna dengan lingkungan yang sesuai dengan preferensi dan harapan mereka. Sehingga pengguna dapat ditargetkan dengan iklan yang telah disediakan (yang merupakan sumber utama keuntungan dari platform tersebut).²⁸

Kesimpulannya, moderasi diperlukan untuk mencegah atau mengurangi bahaya dan mendukung perilaku produktif dan prososial. Proses ini mungkin tetap terjadi bahkan ketika platform dan moderator pada akhirnya dimotivasi oleh tujuan ekonomi.

²⁸ Knight Foundation (Inggris) 2018. *Why Does Junk News Spread So Quickly Across Social Media? Algorithms, Advertising And Exposure In Public Life*. The Online Books Page, viewed August 2021, https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/142/original/Topos_KF_White-Paper_Howard_V1_ado.pdf

Namun, yang penting adalah bahwa tujuan ekonomi tersebut dicapai dengan menyediakan pengguna online untuk menghormati hukum dan sesuai dengan preferensi pengguna.

Pemfilteran dapat dipahami sebagai klasifikasi konten buatan pengguna untuk tujuan menentukan aksesibilitasnya: mengecualikannya dari semua pengguna (atau anggota komunitas tertentu), membuatnya tidak dapat diakses untuk kategori tertentu dari mereka (misalnya anak di bawah umur), meningkatkan atau menurunkan prioritasnya. Terdapat dua klasifikasi pemfilteran konten yang diterapkan, diantaranya:

- 1) Pemfilteran terpusat, yang diterapkan oleh unit moderasi pusat sesuai dengan kebijakan yang seragam, yang berlaku di seluruh platform media sosial.
- 2) Pemfilteran terdesentralisasi, yang melibatkan beberapa moderator terdistribusi, beroperasi dengan tingkat kemandirian, dan mungkin menerapkan kebijakan yang berbeda pada sub kelompok dalam platform media sosial.

Misalnya, platform berbagi konten yang luas seperti *YouTube* cenderung menerapkan kebijakannya secara global. Di sisi lain, *Reddit* menyediakan pedoman umum minimum, dan memungkinkan komunitas yang berbeda, masing-masing diatur oleh standar yang ditetapkan oleh moderatornya sendiri. Inisiatif pemfilteran konten dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- 1) Pemfilteran reaktif, yang terjadi setelah masalah dengan item telah ditandai oleh pengguna atau pihak ketiga.
- 2) Pemfilteran proaktif, yang terjadi atas inisiatif sistem moderasi, yang oleh karena itu memiliki tugas mengidentifikasi item konten yang akan ditindaklanjuti.

Pemfilteran reaktif terjadi ketika identifikasi konten yang akan dinilai untuk penyaringan dilakukan oleh pengguna, membuat keluhan atau menandai konten, sedangkan keputusan tentang konten apa yang dikecualikan diambil oleh moderator. Pemfilteran reaktif hingga saat ini menjadi satu-satunya pendekatan yang tersedia di komunitas online terbesar, di mana ukuran unggahan harian akan membuat analisis manusia dari semua posting menjadi tidak mungkin. Ini telah mengarah pada pengembangan mekanisme pemberitahuan dan penghapusan di banyak komunitas online. Di Amerika Serikat, prosedur pemberitahuan dan penghapusan disediakan oleh Undang-Undang Hak Cipta Milenium Digital 2000: konten diblokir saat pemegang hak yang diduga mengirimkan pemberitahuan, tetapi pihak yang diduga melanggar diberi tahu, dan konten tersebut dapat diakses kembali jika pihak yang diduga melanggar menolak dan pemegang hak tidak mengajukan gugatan.²⁹

²⁹ Cambridge University Press (Inggris) 2014. *Social Media Mining*. The Online Books Page, viewed August 2021, <https://www.cambridge.org/core/books/social-media-mining/D1050E05E04E082BF2AED1E8D4BB86>

Dalam melakukan pemfilteran konten, terdapat tiga klasifikasi tentang siapa yang dapat melakukan pemfilteran konten, yaitu:

- 1) Pemfilteran manual, dilakukan oleh manusia;
- 2) Pemfilteran otomatis, dilakukan oleh algoritma;
- 3) Filter *hybrid*, dilakukan oleh kombinasi antara manusia dan algoritma.

Pemfilteran konten memiliki peran yang penting dalam mengelola konten-konten yang akan diunggah pada platform media sosial, karena tidak semua konten dapat dikonsumsi oleh seluruh masyarakat secara luas. Namun dalam prosesnya, pemfilteran konten juga memerlukan persetujuan dari moderator pembuat konten untuk melakukan konfirmasi ketika konten yang akan diunggah harus ditangguhkan.

b. Algoritma Media Sosial dan Marketing

Aspek pemasaran yang berkembang di era media sosial saat ini adalah periklanan. Eksistensi media sosial dalam pemasaran di era digital saat ini dapat dilihat melalui dua aspek, yaitu terhadap sisi pengiklan dan sisi pengguna media sosial. Pada sisi pengiklan di media sosial, mereka menawarkan beragam konten berupa audio, visual, atau audio-visual. Dalam memproduksi iklan di media sosial cenderung membutuhkan biaya yang lebih kecil dan dapat menentukan target calon konsumen dengan mudah berdasarkan prosedur dari perangkat yang telah disediakan oleh media sosial.³⁰

³⁰ Kang Arul. *Social Media Marketing Training*. Makalah disajikan dalam Pelatihan Social Media Marketing di Gedung Telkom PCC, Gegerkalong, Bandung, 21-23 Agustus. 2017.

Perusahaan media sosial memberikan layanan kepada para pemasang iklan untuk dapat menentukan target pasar mereka berdasarkan kategori pengguna seperti jenis kelamin, usia, tempat tinggal, hobi, dan sebagainya. Selain itu, pemasang iklan juga dapat memantau perkembangan iklan mereka dengan mengamati siapa yang telah mengklik iklan, berasal dari daerah mana, berapa kali iklan tersebut diakses, kapan dan jam berapa, hingga iklan pesaing apa yang diakses oleh pengguna media sosial.³¹ Keadaan ini sangat menguntungkan oleh para pemasang iklan dibandingkan dengan memasang di media massa yang tidak dapat dipastikan berapa banyak kuantitas target calon konsumen yang berhasil dijangkau.

Media sosial dapat membaca data para pengguna yang kemudian disimpan untuk disajikan kepada pemasang iklan agar dapat menentukan target calon konsumen dengan benar. Dengan begitu, iklan yang ditayangkan langsung mengarah kepada pengguna berdasarkan kategori yang telah dipilih saat iklan tersebut akan diluncurkan. Hal ini dapat terjadi karena algoritma ada media sosial mengambil data dari melacak interaksi pengguna dengan pengguna lain dan perusahaan yang menjadi data input saat iklan atau konten akan direkomendasikan untuk pengguna, sehingga menghasilkan data output.³²

³¹ Kang Arul. *Social Media Marketing Training*. Makalah disajikan dalam Pelatihan Social Media Marketing di Gedung Telkom PCC, Gegerkalong, Bandung, 21-23 Agustus. 2017.

³² Carlos Figueiredo dan Cesar Bolano, “*Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media*”, *International*

3. Dampak Algoritma Media Sosial

Media sosial memiliki dampak tersendiri bagi para pengguna, algoritma media sosial yang bekerja untuk mengolah data mengakibatkan beberapa perkara yang banyak dijumpai pada kehidupan sehari-hari para pengguna media sosial. Berikut dampak yang sering ditemukan:

a. Media Sosial dan Demokrasi

Media sosial penting bagi demokrasi karena merupakan bagian integral dari kehidupan politik di abad ke-21. Semakin banyak orang menggunakan media sosial untuk menemukan dan mengonsumsi sebagian besar berita dan konten yang secara eksplisit merupakan bagian dari berita dan informasi politik. Media sosial juga telah mengubah cara pengguna berhubungan dengan berita dan konten politik dengan memberdayakan mereka untuk berkreasi dan berbagi. Ilmu komunikasi selalu menekankan peran penjaga gerbang yang kuat dalam produksi konten. Namun, para elit media biasa mendorong berita utama, untuk menarik konten yang relevan bagi pengguna. Konten internet dapat mengalir dengan bebas dari satu ujung dunia ke ujung lainnya. Siapa pun yang memiliki keyboard atau *smartphone* dapat menjadi penerbit, membuat dan berbagi konten atau informasi dengan pengguna terlepas dari jarak geografis. Microblogging dan jurnalisme warga, yang dimungkinkan oleh arus informasi yang bebas, memiliki dampak penting dan

positif pada kebebasan berbicara dan demokrasi, karena media tradisional dan organisasi penyiaran tidak lagi memonopoli berita dan informasi tentang politik.

Pendapat bahwa media sosial memiliki konsekuensi negatif bagi kehidupan publik dimulai dengan bukti bahwa sebagian besar konten yang dibagikan melalui media sosial jarang tentang politik, dan jika memang demikian, keterlibatan bersifat dangkal dan didorong secara emosional, bukannya substantif dan rasional. Dengan demikian, masyarakat jarang menggunakan media sosial untuk percakapan politik yang substantif, dan keterlibatan mereka dengan konten politik sering kali bersifat anemia, tidak beradab, atau terpolarisasi. Pada akhirnya, debat publik tentang media sosial mungkin tidak lebih dari mempromosikan keterlibatan sesaat tanpa menerjemahkan ke dampak politik offline.

Percakapan politik online juga relatif jarang, dibandingkan dengan hal-hal lain yang dilakukan orang di internet setiap hari. Ketika percakapan politik online benar-benar terjadi, seperti selama acara debat kandidat pemimpin, pengguna media sosial akan menggunakan platform digital untuk mempelajari serta berinteraksi dengan tokoh dan lingkungan politik. Namun, mereka cenderung mencari dan memperoleh data yang menguntungkan kandidat pilihan mereka. Ketika tindakan media sosial memiliki dampak offline, biasanya itu adalah jenis tindakan volume tinggi berkualitas rendah yang sama, seperti menandatangani petisi online, yang telah lama digunakan oleh kelompok advokasi dan

politik untuk mendapatkan ketenaran atau berita utama untuk organisasi mereka.

b. Penyebaran Berita Hoax

Teknologi Komunikasi dan Informasi mengalami perkembangan yang cukup pesat, mengakibatkan segala informasi atau berita dapat disebarkan melalui media *online* oleh siapapun para pengguna internet. Namun, tidak sedikit informasi atau berita yang disebarkan oleh individu atau kelompok tertentu dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Banyak pengguna internet yang menerima berita *hoax* setiap harinya dengan lebih dari satu informasi atau berita yang diterima.³³ Berita *hoax* banyak disebarkan melalui situs web, aplikasi *chatting*, dan melalui media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat.

Platform media sosial seperti *Facebook* mempunyai komposisi yang berbeda dengan media *mainstream*. Konten yang berada pada media sosial dapat disebarkan dengan mudah tanpa penyaringan pihak ketiga, pemeriksaan fakta, atau penilaian editorial, sehingga konten tersebut dapat langsung diakses oleh seluruh pengguna media sosial di seluruh dunia. Pengaruh terpaan informasi atau berita *hoax* bergantung pada seberapa besar efektivitas paparan yang diberikan pada konten

³³ Christiany Juditha, “Interaksi Komunikasi *Hoax* di Media Sosial serta Antisipasinya”, *Jurnal Pekommas*, (online), volume 3, no. 1, diakses pada November 2021 dari

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/2030104>

tersebut, sehingga dapat mengubah cara pandang seseorang dalam memilih atau bertindak.³⁴

c. Adiksi Media Sosial

Media sosial merupakan tempat berkomunikasi, berinteraksi, serta berbagai kegiatan oleh antar penggunanya. Media sosial saat ini telah menjadi sarana pergaulan sosial secara virtual di internet. Bentuk interaksi di media sosial telah diubah menjadi bentuk dialog yang berbasis interaksi digital. Contoh *platform* media sosial yang ramai digunakan oleh masyarakat adalah *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Whatsapp*, *Instagram*, dan masih banyak lagi. Dengan menawarkan fitur yang menarik dan memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, mengakibatkan banyak pengguna yang melupakan batasan terutama masalah waktu saat bermain media sosial sehingga membuat kecanduan dan sulit meninggalkan media sosial.

Media sosial sengaja dirancang untuk membuat para pengguna merasa kecanduan dan terus haus akan informasi atau konten yang ditampilkan. Kecanduan yang dialami oleh pengguna, memberikan keuntungan besar bagi perusahaan media karena semakin lama pengguna menjelajahi media sosial, maka semakin banyak iklan yang ditampilkan dan perusahaan media akan mendapatkan keuntungan dari iklan tersebut. Tidak

³⁴ Hunt Allcott dan Matthew Gentzkow, "Social Media and Fake News in the 2016 Election", *Journal of Economic Perspectives*, (online), volume 31, no. 2, diakses pada November 2021 dari <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>

heran apabila media sosial saat ini sedang berlomba-lomba untuk menyediakan fitur dan layanan yang menarik untuk mengambil perhatian para pengguna. Berikut beberapa penyebab terjadinya kecanduan pada pengguna:³⁵

1) Linimasa

Perusahaan media sosial selalu memantau segala aktivitas pengguna saat bermain media sosial, seperti menganalisa apa yang dilihat, ditonton, disukai, dan siapa yang menjadi teman dekat, bahkan mengetahui siapa politisi yang didukung. Sehingga dengan data tersebut, perusahaan mengetahui selera para pengguna. Kemudian, perusahaan media sosial akan memberikan linimasa tentang apa saja yang pengguna sukai setiap saat. Tidak memandang konten yang mereka tampilkan baik atau buruk, sebab tujuan utama pemilik perusahaan adalah dengan menyita lebih banyak waktu untuk dihabiskan di media sosial.

2) Dopamin

Dopamin merupakan zat yang dapat memberikan pengaruh rasa bahagia dan dihargai seperti ketika pengguna media sosial mendapatkan banyak *likes* atau *followers*. Sebuah pujian kerap kali dilontarkan oleh pengguna satu dengan pengguna lainnya, hal ini juga dapat memberi

³⁵ Hasanah Eka Lestari, *Kecanduan Pengguna, Keuntungan Aplikasi Media Sosial*, diakses pada tanggal 7 September 2021 dari <https://aptika.kominfo.go.id/2019/02/kecanduan-pengguna-keuntungan-aplikasi-media-sosial/>

dopamin yang maksimal supaya pengguna semakin merasa kecanduan dengan media sosial.

3) Notifikasi

Notifikasi diciptakan agar pengguna senantiasa membuka media sosial setiap kali ada pemberitahuan tentang *like*, *comment*, *message*, *follower*, bahkan notifikasi pemberitahuan tentang *update* terbaru dari teman yang diikuti. Hal ini dilakukan supaya pengguna kembali membuka media sosial lagi dan lagi.

d. Resiko Cyberbullying

Cyberbullying merupakan salah satu tindakan yang biasanya terjadi di dunia nyata, namun *cyberbullying* banyak dijumpai pada dunia maya.³⁶ *Cyberbullying* adalah bullying yang dilakukan melalui perangkat digital, seperti ponsel, komputer, ataupun tablet dengan melalui pesan teks, media sosial, forum diskusi online, dan game online. Tindakan mengirim, memposting, atau berbagi konten negatif merupakan kegiatan *cyberbullying*, termasuk ketika berbagi informasi pribadi tentang orang lain yang menyebabkan mereka dipermalukan. Tempat paling umum terjadinya *cyberbullying* adalah:³⁷

- 1) Media sosial, seperti Facebook, Instagram, Snapchat, dan Tik Tok;
- 2) Pesan teks di perangkat seluler atau tablet;

³⁶ El Chris Natalia, "Remaja. Media Sosial dan *Cyberbullying*", *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, (online), volume 5, no. 2 diakses pada November 2021 dari <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/991/944>

³⁷ Stop bullying, *What Is Cyberbullying*, diakses pada 25 November 2021 dari <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it>

- 3) Pesan instan, pesan langsung, dan obrolan web;
- 4) Forum internet, ruang obrolan, atau group komunitas online seperti Discord;
- 5) Game online.

Eksistensi media sosial membuat orang yang dikenal maupun tidak dikenal dapat melihat komentar, foto, postingan, dan konten pribadi maupun konten negatif, kejam, atau berbahaya, mampu memberikan penilaian publik secara permanen. Penilaian publik ini dapat merubah reputasi seseorang di internet yang dapat diakses oleh sekolah, universitas, perusahaan, dan siapa saja yang ingin mengetahui lebih dalam tentang seseorang pada masa sekarang atau di masa depan. *Cyberbullying* dapat merusak reputasi seseorang yang terlibat, tidak hanya orang yang dilecehkan, tetapi juga yang melecehkan atau berpartisipasi dalam pelecehan.³⁸

Media sosial saat ini memiliki peran yang begitu penting, namun tidak banyak masyarakat yang menggunakan media sosial teredukasi tentang bagaimana media sosial seharusnya digunakan. Selain sebagai sarana hiburan, media sosial mampu menjadi bumerang bagi pengguna apabila tidak memanfaatkannya dengan sangat baik, sebab jejak digital yang berapa di media sosial sulit untuk dihapuskan.

4. Film Dokumenter

Film dokumenter memiliki pengertian yang beragam, Naratama mengungkapkan bahwa film

³⁸ Stop bullying, *What Is Cyberbullying*, diakses pada 25 November 2021 dari <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it>

dokumenter merupakan film yang memiliki format non fiksi yang berarti dalam proses produksi melalui imajinasi kreatif dari realitas kehidupan tanpa menginterpretasi ulang.³⁹ Sedangkan, John Grierson menyebutkan bahwa film dokumenter merupakan proses menciptakan karya kreatif dalam upaya untuk menyajikan kejadian secara realistis, seperti halnya film fiksi. Alur cerita dan elemen dramatik menjadi poin penting dalam membuat film.⁴⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa film dokumenter adalah sebuah hasil film yang didasari dengan fakta dan data. Hal yang membedakan film dokumenter dengan film lainnya adalah realitas. Film dokumenter tidak pernah lepas dari tujuan untuk menyebarkan informasi, pendidikan, dan propaganda. Intinya, film dokumenter berpijak pada sesuatu yang nyata.⁴¹

Film dokumenter dibuat tidak lepas dari sebuah pertimbangan dalam mendirikan konflik penuturan untuk menarik perhatian penonton. Para pembuat film dokumenter dalam membangun keindahan dan konflik tidak sedikit memanipulasi data. Fakta bahwa film dokumenter tidak selalu memberikan informasi secara utuh seperti pada buku, tetapi mengarah pada kacamata beberapa perspektif kondisi kemanusiaan. Film dokumenter bisa menjadi pendapat dan informasi yang

³⁹ Riki Rikardo, "Film Dokumenter sebagai Sumber Belajar Siswa", *Jurnal Ekspresi Seni*, (online), volume 17, no. 1, diakses pada Oktober 2021 dari <http://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/Ekspresi/article/view/71>

⁴⁰ Syaiful Halim, "Dekonstruksi Mitos Film Dokumenter The Look of Silence (Senyap) Karya Joshua Oppenheimer", *Ideology Journal*, (online), volume 2, diakses pada Agustus 2021 dari <http://www.researchgate.net>

⁴¹ Amos Arya T. Panjaitan, Dr. Prayanto W.H., dan Drs.MSn., Hen Dian Y., S.T., M.Ds., "Perancangan Film Dokumenter Kampung Peneleh Surabaya", *Jurnal DKV Adiwarna*, (online), volume 1, no.4, diakses pada September 2021 dari <http://publication.petra.ac.id>

baru dalam beberapa segi kehidupan, karena ide dan topik dalam film dokumenter tidak terbatas, sehingga apa yang terlihat dan tidak terlihat dapat dijadikan sebagai ide dan topik baru.⁴²

a. Jenis-Jenis Film Dokumenter

Film dokumenter memiliki berbagai jenis, jenis film dokumenter dapat dilihat sebagai berikut:⁴³

1) Laporan Perjalanan

Pada awalnya, jenis dokumenter ini merupakan dokumenter antropologi dari para etnolog, namun berjalannya waktu semakin fleksibel dapat membahas hal paling penting hingga remeh sesuai dengan pesan yang dibuat. Istilah lain yang biasa digunakan adalah travel dokumenter.

2) Sejarah

Jenis film dokumenter sangat rekat terhadap aspek *referential meaning*, karena keakuratan data sangat dijaga dan tidak ada yang salah dari segi pemaparan data hingga penafsirannya. Jenis film ini biasa menceritakan tentang perjuangan suatu bangsa untuk dikenang. Terdapat tiga hal penting dalam dokumenter sejarah, yaitu waktu, lokasi, dan tokoh pelaku.

3) Biografi

Film dokumenter biografi lebih banyak menceritakan tentang sosok seseorang. Sosok yang diangkat sebagai film biasanya merupakan

⁴² Riki Rikardo, "Film Dokumenter..."

⁴³ Tamara Adys Riswati, "Teknik Penulisan Naskah Dalam Film Dokumenter Sampahku Mainanku", *Laporan Proyek Akhir*, Jurusan Penyiaran Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro, 2017.

orang yang terkenal di dunia atau masyarakat. Isi film pada umumnya lebih membahas ada sisi positif tokoh, seperti keberhasilannya atau kebaikan yang pernah dilakukan.

4) Rekonstruksi

Dokumenter rekonstruksi berusaha memberikan reka adegan ulang terhadap peristiwa yang pernah terjadi secara komplit. Terdapat kesulitan tersendiri dalam merepresentasi peristiwa untuk ditayangkan kepada penonton, maka dalam prosesnya perlu dibantu untuk merekonstruksi ulang peristiwa. Dalam melakukan rekonstruksi, dapat dilakukan dengan adegan *shoot live* atau dibantu dengan menggunakan animasi.

5) Investigasi

Investigasi merupakan film dokumenter yang banyak menonjolkan aspek visual. Kejadian yang diunggah merupakan kejadian yang ingin diketahui lebih mendalam oleh publik maupun tidak. Biasanya, dokumenter jenis investigasi memerlukan konstruksi untuk memperjelas alur kejadian.

6) Dokudrama

Film dokumenter jenis dokudrama merupakan penafsiran ulang dari peristiwa nyata yang meliputi seluruh aspek film seperti tokoh, ruang, dan waktu. Aspek tersebut cenderung direkonstruksi agar mirip dengan peristiwa aslinya dan memerlukan keotentikan yang tinggi.

b. Karakteristik Film Dokumenter

Cerita yang disajikan dalam film dokumenter bukanlah cerita fiktif, melainkan cerita yang

diangkat dari kejadian nyata dan berupa fakta-fakta. Terdapat empat kriteria yang membuktikan bahwa film dokumenter adalah film non-fiksi.⁴⁴

- 1) Adegan pada film dokumenter direkam berdasarkan kejadian nyata, tanpa kesan imajinatif seperti film fiksi.
- 2) Cerita yang disampaikan pada film dokumenter berdasarkan realita dan memiliki interpretasi kreatif bukan imajinatif.
- 3) Sutradara film dokumenter melakukan observasi terlebih dahulu pada suatu peristiwa yang terjadi, lalu melakukan perekaman gambar dengan apa adanya.
- 4) Struktur cerita berkonsentrasi pada kebenaran isi dan kreatifitas dalam mengolah isi tersebut.

Film yang digunakan pada penelitian ini merupakan film dokumenter jenis rekonstruksi. Film tersebut menyajikan informasi yang dibungkus dengan menayangkan proses wawancara kepada pihak yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan media sosial. Hasil wawancara diaplikasikan pada ilustrasi dan reka adegan yang diperankan oleh beberapa aktor. Dengan begitu, publik dapat mencerna dengan mudah seperti apa yang telah dijelaskan oleh narasumber terkait.

5. Film sebagai Konstruksi Realitas

Film merupakan karya seni yang dapat menampilkan realitas yang tumbuh dalam masyarakat dan kemudian diproyeksikan ke dalam layar lebar. Dalam konstruksi realitas, film dapat membentuk dan memunculkan

⁴⁴ Riki Rikardo, "Film Dokumenter..."

kembali realitas berdasarkan ideologi dan kebudayaannya.⁴⁵ Film sebagai media komunikasi dan konstruksi realitas sosial merupakan proses pemberian makna yang dilakukan oleh individu kepada lingkungan dan bagian di luar dirinya yang meliputi proses internalisasi, eksternalisasi, dan objektifikasi.⁴⁶ Internalisasi merupakan proses individu dalam mengidentifikasi diri di tengah lingkungan sosial, eksternalisasi merupakan cara menyesuaikan diri ke dalam dunia sosiokultural yang berperan sebagai produk manusia, sedangkan objektivitas merupakan interaksi pada dunia intersubjektif yang mengalami proses institusionalisasi.⁴⁷

Internalisasi dalam penelitian ini merupakan tahap riset yang dilakukan oleh tim produksi sebelum membuat film *The Social Dilemma*. Tahap riset yang dilakukan berupa observasi yang dilakukan oleh Jeff Orlowski dalam memperhatikan sebuah perubahan yang terjadi pada individu maupun kelompok terhadap pengaruh media sosial, yang kemudian diadaptasikan ke dalam naskah dan pengadeganan. Eksternalisasi menggambarkan bagaimana setiap tim produksi mengekspresikan pandangannya setelah melewati proses

⁴⁵ Yeka Syamilah, “Konstruksi Realitas Rasisme dalam Film *The Help*”, *Jurnal Fisip*, (online), volume 2, no. 1, diakses pada Oktober 2021 dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/5087/4967>

⁴⁶ Dian Tamara, “Komunikasi dan Konstruksi Realitas Sosial dalam Film *Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak*”, *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, 2018, 15.

⁴⁷ Ani Yuningsih, “Implementasi Teori Konstruksi Sosial dalam Penelitian Public Relations”, *Jurnal Mediator*, (online), volume 7, no. 1, diakses pada November 2021 dari <https://media.neliti.com/media/publications/153309-ID-implementasi-teori-konstruksi-sosial-dal.pdf>

internalisasi yang kemudian mereka tuangkan dalam bentuk karya, seperti pandangan penulis terkait algoritma media sosial yang dituangkan ke dalam naskah, pandangan sutradara yang kemudian mengarahkan aktor untuk mengekspresikan pengaruh dari media sosial, dan tim artistik yang bekerja untuk menyediakan properti yang mendukung dalam menyampaikan isi pesan yang akan disampaikan.

Objektivitas berkaitan dengan bagaimana akhir dari film yang telah diciptakan dan menghasilkan kritik dari masyarakat luar terkait hasil film tersebut dalam mengkonstruksi realitas kehidupan dari pemahaman pembuat film. Mulai dari bagaimana film tersebut dikemas, sehingga hasil akhir yang menjadi babak penentu dari kesepakatan seluruh tim produksi atas konstruksi pesan yang telah mereka bangun bersama dan menjadi hasil akhir tentang bagaimana khalayak memaknai film tersebut. Seperti akhir dari film *The Social Dilemma* yang mampu menumbuhkan berbagai macam penilaian dari penonton.

B. Kajian Teori

1. Teori Konstruktivisme

Konstruktivisme merupakan teori yang membebaskan manusia yang memiliki keinginan untuk belajar atau mencari kebutuhan dengan menggunakan kemampuannya untuk menemukan keinginan yang akan dituju.⁴⁸ Hill menyatakan bahwa, teori *Konstruktivisme* merupakan suatu tindakan untuk menciptakan makna

⁴⁸ Fatimah, “Penerapan Teori Konstruktivisme Dalam Pembelajaran”, *Jurnal Paedagogia*, (online), volume 8, no. 2, diakses pada Oktober 2021 dari <http://jurnalpaedagogia.com/index.php/pdg/article/view/46>

dari apa yang telah dipelajari. Dengan kata lain, bagaimana menghasilkan sesuatu dari apa yang telah dipelajari. Asumsi dasar *konstruktivisme* adalah manusia mengembangkan pengetahuan untuk diri mereka sendiri.⁴⁹ Sehingga dapat disimpulkan, bahwa *konstruktivisme* merupakan teori yang memberikan kebebasan berpikir dari informasi yang telah didapatkan.

Pada penelitian ini, teori *konstruktivisme* mengacu pada bagaimana pengguna digambarkan dalam film dokumenter *The Social Dilemma* dalam menyikapi segala informasi yang mereka dapatkan dari media sosial. Dari informasi yang didapat, masyarakat secara aktif dan kreatif memberi respon seperti mengirimkan komentar, menciptakan konten yang pro atau kontra terhadap informasi yang didapat, ikut andil dalam melakukan suatu kegiatan yang diinformasikan atau sekedar memberikan *stiker* yang mewakili suasana hatinya.

2. Teori Agenda Setting

Pada teori *Agenda Setting*, Bernard C.Cohen menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan dari kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mengirimkan dua elemen, yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan perhatiannya kepada isu yang dianggap penting oleh media massa.⁵⁰ Sehingga dapat diartikan, bahwa teori *Agenda Setting* memandang media massa

⁴⁹ Supardan, “Teori Konstruktivisme Dalam Pembelajaran”, *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, (online), volume 1, no. 2, diakses pada September 2021 dari <http://ehournal.stitpn.ac.id>

⁵⁰ Elfi Yanti Riotnga, “Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi”, *SIMBOLIKA*, (online), volume 4, no.3, diakses pada September 2021 dari <http://ojs.uma.ac.id>

sebagai pembentuk isu penting yang mampu mengontrol pikiran publik dengan mengalihkan perhatiannya kepada isu-isu tertentu. Teori *Agenda Setting* juga menjelaskan bahwa peran media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pendapat serta perilaku manusia dengan menentukan agenda terhadap permasalahan yang dianggap penting.⁵¹

Penelitian ini menggunakan teori *agenda setting* karena pada film dokumenter *The Social Dilemma* menceritakan bahwa algoritma dapat dengan mudah mengendalikan perhatian pengguna terhadap suatu isu yang dianggap mampu menghasilkan banyak respon serta aktivitas masyarakat di media sosial. Dari informasi atau konten yang menyebar luas di media sosial, tidak sedikit yang mempengaruhi pikiran individu sehingga memecah kelompok masyarakat menjadi kubu yang pro dan kontra. Algoritma bekerja untuk terus memompa isu yang layak dihadirkan masyarakat luas sehingga membuat mereka melupakan isu-isu lainnya yang terjadi saat itu juga.

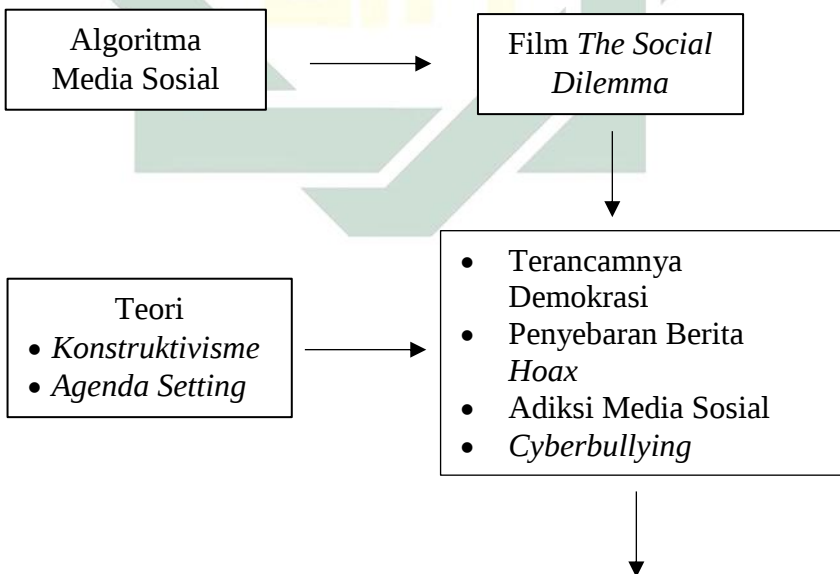
C. Kerangka Pikir Penelitian

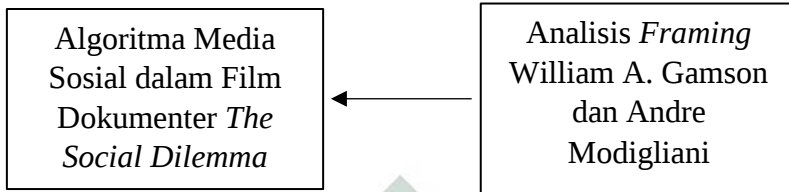
Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Konstruktivisme* dan teori *Agenda Setting* untuk membuktikan kinerja algoritma yang berada di dalam media sosial merupakan dalang dibalik terjadinya masalah sosial di lingkungan masyarakat. Di era digital saat ini, segala teknologi dirancang begitu canggih, seperti algoritma pada media sosial. Dalam film dokumenter berjudul *The Social Dilemma* menggambarkan bahwa algoritma yang berada di dalam media sosial dapat bekerja untuk mengontrol pengguna dengan terus memberikan rekomendasi terkait isu terkini yang menurut media sosial penting. Masyarakat yang

⁵¹ Elfi Yanti Riotnga, "Teori Agenda Setting dalam..."

menerima segala informasi seperti berita atau konten di media sosial dapat menghasilkan makna yang berbeda bagi setiap individu sesuai dengan apa yang telah mereka tangkap. Dengan begitu, dalam menyikapi suatu isu dapat menghasilkan bermacam pendapat sehingga dapat menimbulkan *pro-kontra* dalam masyarakat.

Algoritma media sosial mampu mengontrol pikiran publik dengan menyajikan isu-isu tertentu dengan tujuan untuk menutupi isu yang lain atau mengungkap isu yang baru. Fenomena seperti ini sangat tidak asing terutama di dunia politik dan *entertainment* dengan memanfaatkan media massa khususnya media sosial sebagai pengalihan isu. Dengan menggunakan teori *Konstruktivisme* dan teori *Agenda Setting*, peneliti ingin membongkar keakuratan kinerja algoritma sosial sesuai dengan apa yang telah disajikan oleh Jeff Orlowski seperti di dalam filmnya *The Social Dilemma* dengan mencocokkan pada teori *Konstruktivisme* dan teori *Agenda Setting*.





D. Media Sosial Menurut Perspektif Islam

Perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan bagi makhluk sosial untuk dapat melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi dengan cepat tanpa terhalang oleh jarak yang jauh. Media sosial merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang banyak diminati oleh masyarakat secara luas, mulai dari remaja hingga orang tua. Penggunaan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *twitter*, dan sebagainya telah menjadi kebutuhan hidup manusia. Setiap masing-masing individu sangat beragam dalam menggunakan media sosial, ada yang menggunakannya sebagai tempat mencari hiburan, mencari berita, menciptakan sebuah konten, berbisnis, sarana berdakwah, dan lainnya.

Manusia sebagai makhluk sosial pasti membutuhkan interaksi atau kegiatan bersosialisasi dengan sesama makhluk, terutama sebagai Muslim hendaknya santun dalam bersosialisasi dengan manusia, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Dalam berinteraksi atau bersosialisasi di media sosial, seorang muslim harus mengetahui mana yang baik untuk dilakukan atau mana yang buruk agar tidak dilakukan, seperti dalam menyampaikan sebuah berita hendaknya menghindari dalam menyebarkan berita *hoax*, tidak berdusta, mencela, menghina, mengadu domba, iri,

pamer atau sombong.⁵² Maka dari itu, media sosial seharusnya menjadi sarana komunikasi yang menyenangkan dan dapat membangun kedekatan sesama umat.

Islam merupakan agama yang selalu menuntun umatnya untuk melakukan kebaikan kepada siapapun dalam berbagai sisi kehidupan, sehingga Islam memiliki batasan bagi umatnya untuk bermain media sosial seperti tindakan menghina dan mengumbar kebencian. Islam menuntut agar seseorang selektif dalam menerima informasi serta tidak mudah mempercayai begitu berita. Hal ini ditegaskan dalam surah Al-Hujurat ayat ke-6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَلُصِّحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya.....” (Q.S. Al-Hujurat: 6).

Seorang Muslim hendaklah berhati-hati dan teliti dalam beraktivitas di media sosial, sebab banyak dijumpai para pengguna media sosial ikut berpartisipasi dalam menyebarkan kedustaan yang untuk menjatuhkan suatu individu atau kelompok tertentu tanpa mengetahui kebenaran dan perkara yang sebenarnya. Serangan untuk menghina atau menyebar kebencian banyak dijumpai di

⁵² Juminem, “Adab Bermedia Sosial Dalam Pandangan Islam”, *Genealogi PAI*, (online), volume 6, no. 1, diakses pada November 2021 dari <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/genealogi/article/view/1799>

media sosial yang dibungkus dengan gambar lucu atau video. Maka dari itu, sebagai seorang Muslim hendaknya mencari dahulu kebenarannya dan berpikir secara matang sebelum ikut membagikan atau berkomentar tentang suatu informasi yang berpotensi menjadi polemik.

Media sosial dapat memberikan efek ketergantungan bagi para penggunanya.⁵³ Sedangkan dalam agama Islam, segala sesuatu yang memiliki sifat ketergantungan atau berlebihan merupakan tindakan yang tidak baik.⁵⁴ Apalagi jika waktu yang dihabiskan tidak untuk melakukan kegiatan ibadah, melainkan bermain media sosial. Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* telah memperingatkan umatnya tentang baiknya keislaman seseorang adalah dengan menjauhkan diri dari hal-hal yang tidak ada manfaat bagi dirinya. Dari riwayat Abu Hurairah *radhiyallahu 'anhu*, dari Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda.⁵⁵

مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَنْفَعُهُ

Artinya: “Di antara (tanda) kebaikan Islam seseorang adalah (dia) meninggalkan hal-hal yang tidak bermanfaat.”⁵⁶ Apabila media sosial telah menjadi penyebab seseorang

⁵³ Hasanah Eka Lestari, *Kecanduan Pengguna, Keuntungan Aplikasi Media Sosial....*

⁵⁴ Lungit Marsudi Wening, *Pandangan Islam Tentang Teknologi Dan Pemanfaatan Media Sosial*, diakses pada tanggal 29 November 2021 dari <https://dppai.uui.ac.id/pandangan-islam-tentang-teknologi-dan-pemanfaatan-media-sosial/>

⁵⁵ Saifudin Hakim, *Memanfaatkan Waktu Luang untuk Hal-Hal yang Bermanfaat*, diakses pada tanggal 29 November 2021 dari <https://muslim.or.id/37903-memanfaatkan-waktu-luang-untuk-hal-hal-yang-bermanfaat.html>

⁵⁶ HR. Tirmidzi no. 2317; Ibnu Majah no. 3976. Dinilai shahih oleh Syaikh Al-Albani.

membuang waktu untuk hal yang tidak bermanfaat atau bahkan sampai lalai dalam beribadah, maka hal itu tidak diperbolehkan oleh Islam.

Ketika menggunakan media sosial, seorang Muslim harus mengetahui tujuan dan niat dalam menggunakan media sosial. Penting bagi mereka untuk mengetahui batasan dalam bermain media sosial sesuai anjuran agama Islam agar terhindar dari kegiatan atau tindakan yang membahayakan. Apabila seseorang dapat menggunakan media sosial secara bijak sesuai anjuran beragama, maka kemungkinan kecil orang tersebut terkena dampak negatif dari media sosial seperti adiksi media sosial dan *cyberbullying* yang banyak terjadi khususnya kepada para remaja.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan dan juga sebagai bahan pembandingan pada penelitian saat ini. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu:

Pertama, penelitian Gregorius Ragil Wibawa⁵⁷ menunjukkan bahwa film *The Social Dilemma* tidak hanya menyampaikan kritik terhadap kapitalisme digital dan kesejahteraan kaum muda saja, tetapi juga merepresentasikan narasi rasional waktu luang kerja pada kalangan kaum muda di era *post-Fordist* yang sifatnya eksploitatif. Era *post-Fordist* telah menciptakan transformasi waktu luang menjadi tenaga kerja, sehingga menghasilkan subjektivitas biner yang dipupuk oleh kekuatan biopolitik tenaga kerja immaterial melalui

⁵⁷ Gregorius Ragil Wibawa, “Kamu Muda dalam The Social Dilemma: Sebuah Refleksi Kritis tentang Narasi Kerja, Waktu Luang, dan Subjektivitas di Era Post-Fordist”, *Jurnal Studi Pemuda*, (online), volume 10, no.1, diakses pada Agustus 2021 dari <http://jurnal.ugm.ac.id>

infrastruktur digital masih yang berfungsi sebagai karakteristik utama masyarakat *pasca-Fordist*. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis multimodal (*Multimodal Critical Discourse Analysis*) atau MCDA.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas tentang film dokumenter *The Social Dilemma* yang memberikan pengaruh secara tidak langsung pada pengguna media sosial. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus pembahasan. Penelitian saat ini menggunakan fokus membahas tentang kinerja algoritma media sosial yang secara tidak langsung telah mengontrol dan memberikan perubahan pada diri penggunanya, sedangkan penelitian terdahulu fokus membahas bagaimana kaum muda digambarkan dalam menghadapi algoritma media sosial yang dibagi menjadi tiga narasi: 1) Kerja dan waktu luang, 2) Algoritma dan kuasa pendisiplinan, 3) Subjektivitas biner kaum muda.

Kedua, penelitian Siti Ashfiasari dan Mariati Tirta Wiyata⁵⁸ menunjukkan bahwa terdapat banyak tanda-tanda yang terkandung didalamnya. Setiap *scene* mampu menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya media pemenuhan kebutuhan informasi dan sarana komunikasi saja, melainkan juga terdapat dampak negatif apabila digunakan secara berlebihan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teori semiotika milik Charles Sanders Peirce. Film *The Social Dilemma* telah dikemas dengan baik,

⁵⁸ Siti Ashfiasari dan Mariati Tirta Wiyata, "Analisis Semiotika Film *The Social Dilemma*", *Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, (online), volume 1, no.2, diakses pada Agustus 2021 dari <http://e-journal.iaknambon.ac.id>

sehingga terlihat jelas maksud yang ingin disampaikan oleh sutradara dapat tersampaikan dari setiap unsur dalam film tersebut.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas tentang pengaruh yang ditimbulkan dari menggunakan media sosial pada film *The Social Dilemma*. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian saat ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis framing model William A Gamson dan Andre Modigliani, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Selain ini, pada penelitian saat ini memiliki fokus penelitian yaitu tentang kinerja algoritma pada media sosial yang mampu memberikan efek tidak langsung pada penggunaannya. Sedangkan penelitian terdahulu lebih tertuju pada tanda-tanda yang terdapat pada film *The Social Dilemma*.

Ketiga, penelitian Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri⁵⁹ dilihat dari kacamata psikologi sosial menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana baru bagi bidang politik, periklanan, dan pengajaran. Namun, media sosial juga menimbulkan efek berlebihan bagi pengguna hingga menimbulkan masalah serius untuk segera diatasi. Beberapa pengguna yang harus diperhatikan seperti, *selfie*, *cyberbullying*, belanja online, personalisasi pengguna, dan budaya bersama.

⁵⁹ Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan”, *Buletin Psikologi*, (online), volume 5, no.1, diakses pada Agustus 2021 dari <http://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas tentang media sosial yang dapat memberikan pengaruh pada penggunanya. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus pembahasannya. Pada penelitian saat ini, peneliti membahas kinerja algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* yang memberikan dampak atau pengaruh tidak langsung kepada para penggunanya dari berbagai segi. Sedangkan pada penelitian terdahulu memiliki fokus pembahasan terkait efek yang diberikan media sosial pada penggunanya dari perspektif psikologi sosial terapan.

Keempat, penelitian Retno Setyaningsih⁶⁰ menunjukkan bahwa eksploitasi seksual, *cyberbullying*, dan penyalahgunaan data adalah jenis risiko utama yang terjadi pada media sosial. Faktor yang memperbesar resiko kemunculan adalah sifat naif yang terlalu terbuka, lemahnya literasi pada dunia internet, dan kurangnya mediasi orang tua. Upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir risiko adalah dengan meningkatkan privasi dan kesadaran risiko, meningkatkan literasi dan pentingnya mediasi orang tua.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas risiko menggunakan media sosial. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah batasan pembahasan. Pada penelitian saat ini, peneliti menggali lebih dalam terkait algoritma media sosial yang dikonstruksi pada film *The Social Dilemma* sehingga menjadi sebab utama risiko penggunaan media sosial. Sedangkan pada penelitian terdahulu hanya sebatas

⁶⁰ Retno Setyaningsih, “Bahaya Berkomunikasi di Media Sosial”, *Jurnal Psikologi Proyeksi*, (online), volume 9, no.2, diakses pada Agustus 2021 dari <http://jurnal.unissula.ac.id>

membahas tentang risiko berkomunikasi di media sosial tanpa membongkar faktor dibalik risiko yang terjadi dibalik itu semua.

Kelima, penelitian Dr. Robi Augustine dan Sanju Xavier⁶¹ menunjukkan sebagian besar isu yang ditemukan dalam penelitian berupa model bisnis, pengawasan, penambangan data, manipulasi pikiran, lingkungan teknologi berbasis kecanduan-manipulasi, kesehatan mental, polarisasi politik, berita palsu, perusakan demokrasi, dan lain sebagainya adalah benar dan realistis. Seperti ketika seseorang tidak menyadari bahwa segala aktivitas mereka di media sosial sebenarnya sedang diawasi terus menerus.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas tentang film dokumenter *The Social Dilemma* sebagai objek penelitian. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah tujuan pembahasan. Penelitian saat ini, memiliki tujuan pembahasan untuk mengetahui dan menjelaskan konstruksi algoritma media sosial pada film *The Social Dilemma*. Sedangkan penelitian terdahulu memiliki tujuan: 1) Untuk menganalisis dampak negatif media sosial yang digambarkan oleh orang-orang yang diwawancarai dalam film *The Social Dilemma*, 2) Untuk melakukan pemeriksaan mendalam tentang masalah yang dibahas oleh orang yang diwawancarai, dan 3) Untuk menghubungkan berbagai aspek yang dibahas dalam film dan penerapannya di masa kini.

⁶¹ Dr. Robi Augustine dan Sanju Xavier, "A Critical Study on Netflix Docudrama", *International Journal of Research Culture Society*, (online), diakses pada Agustus 2021 dari <http://www.researchgate.net>

Keenam, penelitian Isaac Johnson, Connor McMahon, Johannes Schoning, dan Brent Hecht⁶² menunjukkan terdapat bias populasi yang substansial pada media sosial. Pada kasus algoritma inferensi geolokasi dan kinerjanya di seluruh spektrum perkotaan-pedesaan, algoritma memiliki kinerja yang lebih buruk terhadap populasi pengguna di pedesaan. Selain itu, beberapa bias yang terjadi dapat dikaitkan dengan desain algoritma itu sendiri daripada bias populasi dalam sumber data yang mendasari, hal ini terungkap ketika peneliti mencoba mengoreksi secara substansial bias populasi dengan melatih secara eksklusif pada data pedesaan.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas tentang algoritma media sosial. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus pembahasan. Penelitian saat ini berfokus untuk membahas konstruksi algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* yang digambarkan memiliki pengaruh yang besar pada perubahan individu maupun kelompok pengguna media sosial. Sedangkan pada penelitian terdahulu berfokus pada bias yang terjadi pada algoritma media sosial kepada pengguna di pedesaan.

Ketujuh, penelitian Jurnal Fan Yang, Jessica Wendorf Muhamad, dan Qinghua Yang⁶³ menunjukkan bahwa *Weibo*

⁶² Isaac Johnson, Connor McMahon, Johannes Schoning, dan Brent Hecht, "The Effect of Population and Structural Biases on Social Media-based Algorithms – A Case Study in Geolocation Inference Across the Urban-Rural Spectrum", *Uniqueness of Geographical Information*, (online), diakses pada Agustus 2021 dari <http://dl.acm.org>

⁶³ Fan Yang, Jessica Wendorf Muhamad, dan Qinghua Yang, "Exploring Environmental Health on Weibo: A Textual Analysis of Framing Haze-Related Stories on Chinese Social Media", *International Journal of*

memiliki peran yang besar dalam proses pencarian informasi terkait kabut asap daripada media tradisional di China. 407 postingan *Weibo* yang dianalisis, muncul lima kerangka utama yang membingkai media sosial China: 1) Perhatian pemerintah, 2) Opini publik dan manajemen masalah, 3) Faktor dan efek yang berkontribusi, 4) Sosialisasi berita terkait kabut asap, dan 5) Kabut asap eksternal. Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan analisis framing dan membahas terkait media sosial. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus penelitian dan batasan penelitian. Pada penelitian saat ini, peneliti menganalisis algoritma media sosial yang dikonstruksi pada film *The Social Dilemma* yang membahas hampir keseluruhan media sosial yang mayoritas ramai digunakan masyarakat di seluruh dunia. Sedangkan penelitian terdahulu fokus membahas tentang bagaimana masalah kesehatan lingkungan seperti kabut asap di bingkai dalam *Weibo* yang merupakan media sosial paling populer di China.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *konstruktivisme*. Realitas tidak diciptakan secara ilmiah merupakan asumsi dasar dari pendekatan konstruktivis. Namun juga tidak muncul secara alami, melainkan dibentuk dan dikonstruksikan. Dengan begitu, realitas yang sama dapat dimaknai, ditanggapi, ataupun dikonstruksi secara berbeda oleh setiap orang karena latar belakang yang dimiliki dapat mempengaruhi penafsiran realitas yang ada dengan konstruksinya masing-masing.⁶⁴ Secara sederhana, pendekatan *konstruktivisme* memandang bahwa realitas dapat muncul secara berbeda tergantung pada individu yang mengkonstruksi sesuai interpretasi dirinya.

Sementara itu, penelitian ini menggunakan jenis penelitian Analisis Teks Media dengan menggunakan teknik analisis *framing* model William A Gamson dan Andre Modigliani. Penulis memilih analisis *framing* model William A Gamson dan Andre Modigliani karena peneliti memiliki interpretasi yang sama, bahwa *frame* merupakan cara bercerita yang sistematis sehingga mampu menciptakan konstruksi makna sebuah peristiwa yang bersangkutan dengan suatu wacana.⁶⁵ Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk membedah ideologi media dalam mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, *framing* adalah cara pandang wartawan dalam menyeleksi isu dan

⁶⁴ Febry Ichwan Butsi, "Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis, dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, (online), volume 2, no.1, diakses pada September 2021 dari <https://ejurnal.stikpmedan.ac.id>

⁶⁵ Eriyanto. *Analisis Framing*. (Yogyakarta: LkiS Group, 2012), 260-261.

menulis berita.⁶⁶ Namun pada penelitian ini, peneliti berfokus pada konstruksi algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma*.

Film dokumenter *The Social Dilemma* menghadirkan sebuah cerita yang membicarakan tentang algoritma pada media sosial. *Exposure Labs* sebagai rumah produksi yang menciptakan film tersebut berhasil membingkai sebuah makna yang terkandung di dalam film *The Social Dilemma* tentang penyebab dibaliknya masalah sosial yang saat ini tengah ramai terjadi pada masyarakat seperti, *cyberbullying*, berita hoaks, kecanduan media sosial dan sebagainya. Peneliti membedah ideologi *Exposure Labs* dalam membingkai algoritma media sosial yang diaplikasikan dalam sebuah karya film dokumenter miliknya dengan menggunakan analisis *framing* model William A. Gamson dan Andre Modigliani.

B. Unit Analisis

Unit analisis adalah suatu hal yang berkaitan dengan komponen penelitian.⁶⁷ Unit analisis ditujukan untuk mengetahui bagaimana kinerja algoritma media sosial dan pengaruh yang diberikan. Terdapat tiga unit analisis pada penelitian ini, yaitu unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. Unit sampel yang dipilih oleh peneliti pada penelitian “Algoritma Media sosial dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*” adalah seluruh adegan dari film dokumenter *The Social Dilemma* yang menayangkan tentang kinerja algoritma pada media sosial dan dampak yang ditimbulkan kepada penggunaanya baik dari segi

⁶⁶ Alex Sobur. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 162.

⁶⁷ Imam Suprayogo dan Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 48.

gambar, dialog, dan teks. Unit pencatatan diambil dari adegan yang menggambarkan tentang algoritma bekerja dan memberikan dampak seperti penjelasan dari hasil wawancara bersama mantan pegawai media sosial, ilustrasi pengolahan data pribadi, terpaan konten negatif, penyebaran berita hoaks, perubahan mental remaja (adiksi media sosial), perubahan bersosialisasi, terjadinya *cyberbullying*, dan sebagainya. Unit konteks adalah konteks apa yang diberikan peneliti untuk memberikan arti pada hasil pencatatan.⁶⁸. Berdasarkan unit pencatatan yang telah disebutkan, maka penelitian ini termasuk dalam konteks sosial, budaya, politik, dan psikologi yang dimana kecanggihan teknologi dapat menjadi bumerang bagi masyarakat apabila tidak digunakan dengan bijak.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Peneliti mengambil data primer dengan cara mengamati film dokumenter *The Social Dilemma* yang menayangkan algoritma media sosial dan dampak yang diberikan kepada pengguna sebagai acuan dalam mengambil data sesuai dengan tema penelitian. Peneliti mengambil *audio* (dialog dan *background*), *visual* (gambar), dan teks untuk mengungkap sistematis algoritma sosial dalam bekerja sehingga dapat memberikan pengaruh kepada penggunanya seperti yang dikonstruksikan dalam film *The Social Dilemma*.

⁶⁸ Ali Nurdin, "Desain Proposal Penelitian", catatan perkuliahan di kelas mata kuliah *Metode Penelitian Komunikasi (Analisis Teks Media)*, Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Data primer berupa *audio* pada film dokumenter *The Social Dilemma* dapat diambil dari setiap dialog atau *backsound* yang menjelaskan terkait algoritma media sosial dan pengaruhnya. Data *visual* didapat dari setiap penayangan film yang menggambarkan proses kinerja algoritma pada media sosial, baik berupa gambar animasi ataupun gambar nyata. Selanjutnya, data berupa teks yang mampu memberikan penekanan atau penggambaran singkat yang ditampilkan di dalam film terkait algoritma media sosial.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dalam penelitian.⁶⁹ Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, dan artikel yang relevan terhadap penelitian ini. Buku yang digunakan merupakan *e-book* atau buku cetak yang membahas tentang algoritma, media sosial, analisis teks media, analisis framing, dan sebagainya. Jurnal pada penelitian ini merupakan *e-jurnal* yang dapat diakses oleh peneliti dan membahas mengenai penelitian yang relevan. Selanjutnya adalah artikel, data sekunder berupa artikel dipilih dari *website* yang kredibel seperti *website* resmi dari *Exposure Labs*.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari dua sumber data, yaitu sumber primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah film *The Social Dilemma* berdurasi 1 jam 34 menit yang dapat diakses secara pribadi melalui aplikasi *Netflix*. Sumber data primer hanya mengambil adegan tertentu seperti ketika

⁶⁹ Bungin, M. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. (Surabaya: Kencana, 2005), 132.

film tersebut menayangkan tentang bagaimana kinerja algoritma pada media sosial dan dampak yang terjadi pada penggunaannya. Sumber data primer juga dapat amati melalui *audio* (dialog dan *backsound*), *visual* (gambar), dan teks.

Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah materi dan informasi yang didapat dari buku, jurnal, dan artikel resmi yang membahas tentang algoritma media sosial maupun film *The Social Dilemma*. Buku yang dijadikan sumber data merupakan buku dan jurnal bereputasi dengan tema pembahasan yang relevan terhadap penelitian seperti algoritma, media sosial, digital marketing, analisis framing, dan sebagainya. Sedangkan artikel yang dipilih sebagai sumber data merupakan artikel yang dipublikasi oleh website yang terpercaya dengan sumber yang akurat.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa tahapan dalam menulis supaya mampu menghasilkan penelitian yang baik dan terstruktur. Berikut merupakan tahapan penelitiannya:

1. Menentukan Tema Penelitian

Tahap awal penelitian adalah menentukan tema. Sebelum menentukan tema, peneliti mengamati isu yang tengah ramai di kalangan masyarakat terutama remaja. Peneliti menyadari bahwa hampir semua remaja memiliki akun media sosial, hal ini membuat peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam, apa yang membuat masyarakat terutama remaja sangat betah menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial. Hingga akhirnya, peneliti menemukan sebuah film dokumenter dari *Netflix* dengan judul *The Social Dilemma*. Film ini berani membongkar sisi gelap dari media sosial, sehingga mampu menjawab pertanyaan

peneliti yang menjadi penyebab masyarakat tidak bisa lepas dari media sosial yaitu, algoritma media sosial. Peneliti tertarik mengangkat tema penelitian tentang algoritma media sosial, karena banyak masyarakat yang belum teredukasi terkait penggunaan media sosial.

2. Menyusun Kerangka Penelitian

Setelah judul dan proposal penelitian telah disetujui, maka langkah selanjutnya adalah menyusun kerangka pikir terkait konsep utama yang terdapat pada penelitian ini. Kerangka pikir sangat diperlukan dalam penelitian karena berguna sebagai panduan dalam mengumpulkan data yang benar-benar sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

3. Menyusun Perangkat Metodologi

Pada tahap ini, sesuai dengan metode penelitian kualitatif yang digunakan peneliti, maka peneliti merumuskan hal-hal berikut: 1) Pendekatan dan jenis penelitian, 2) unit analisis, 3) jenis dan sumber data, 4) tahapan penelitian, 5) teknik pengumpulan data, dan 6) teknik analisis data.

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan inti dari sebuah penelitian. Pada tahap pengumpulan data perlu disiapkan instrumen penelitian seperti film *The Social Dilemma* sebagai sumber data primer, buku, jurnal, dan artikel sebagai sumber data sekunder karena penelitian ini tidak dilakukan lapangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan peneliti untuk bisa mendapatkan sebuah hasil dari apa yang sedang diteliti. Data yang sudah dikumpulkan kemudian diteliti kembali agar tidak terjadi kekeliruan pada hasil penelitian. Terdapat dua

teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi dan observasi. Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang bersifat historis maupun tertulis, sehingga mampu menjelaskan maksud dari sebuah peristiwa yang menjadi bahan penelitian.⁷⁰ Pengumpulan data secara dokumentasi sangat penting dan termasuk data utama dalam penelitian ini, karena penelitian ini merupakan penelitian analisis tekstual. Sehingga, pengumpulan data dokumentasi pada penelitian ini adalah dengan menganalisis dokumen yang menjadi subjek dalam penelitian ini, yaitu film dokumenter *The Social Dilemma* yang didapat dari aplikasi *Netflix*. Peneliti juga menganalisis hasil wawancara yang dilakukan oleh Jeff Orlowski berkaitan dengan film karyanya *The Social Dilemma* yang telah didokumentasikan dalam sebuah video yang diunggah di *Youtube*.

Observasi digunakan peneliti untuk mengumpulkan data berupa pernyataan dari objek yang menarik atensi. Observasi dilakukan peneliti dengan cara mengamati data berupa gambar atau ilustrasi yang ditampilkan dalam film *The Social Dilemma*. Gambar atau ilustrasi yang diamati hanya *scene* yang menampilkan algoritma media sosial mulai dari kinerjanya hingga dampak yang diberikan. Data selanjutnya berupa *audio*, peneliti mengamati setiap dialog yang diucapkan para pemeran dalam film dan *backsound* yang dimunculkan. Data terakhir adalah teks yang ditampilkan dalam film dokumenter *The Social Dilemma* baik berupa slogan atau kalimat pendukung dalam menggambarkan situasi dalam film. Dari observasi diperoleh hasil yang lebih jelas, sehingga dapat menjadi petunjuk dalam menyelesaikan penelitian “Algoritma Media sosial dalam Film Dokumenter *The Social Dilemma*”.

⁷⁰ Wardi Bachtiar. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999), 77.

F. Teknik Analisis Data

Lexy J. Moleong mengungkapkan, bahwa analisis data merupakan proses pengorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar agar tema dapat ditemukan dan hipotesis kerja dapat dirumuskan sesuai dengan data yang disarankan.⁷¹ Secara sederhana, analisis data adalah proses dalam menyederhanakan data agar lebih mudah untuk diinterpretasikan.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* model William A. Gamson dan Andre Modigliani dengan menggunakan unit analisis seperti, unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. Peneliti menggunakan analisis *framing* model William A. Gamson dan Andre Modigliani karena model ini tepat apabila diaplikasikan dalam menganalisis konstruksi sebuah media terhadap suatu peristiwa.

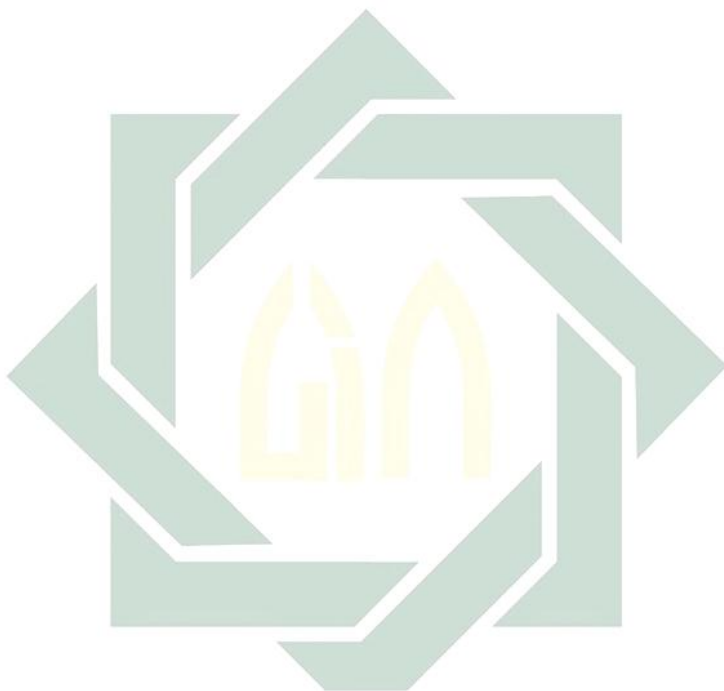
William A. Gamson dan Andre Modigliani menjelaskan bahwa terdapat dua ide sentral dalam menerjemahkan teks berita. Pertama, *framing device* (perangkat *framing*). Perangkat ini berkaitan langsung dengan bingkai yang ditonjolkan dalam teks berita, seperti pemakaian kata, kalimat, gambar, dan metafora. Kedua, *reasoning devices* (perangkat penalaran). Perangkat penalaran berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks yang merujuk pada gagasan tertentu.⁷²

Peneliti menganalisis isi dari film *The Social Dilemma* yang berdurasi 1 jam 34 menit dengan cara mengamati sumber data penelitian yang berasal dari sumber primer dan sekunder, kemudian dianalisis sesuai dengan unit analisis yang telah ditentukan. Data yang telah diperoleh dari film

⁷¹ Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 103.

⁷² Eriyanto, *Op.cit*, hal 263-264.

The Social Dilemma diintegrasikan dengan analisis *framing* model William A. Gamson dan Andre Modigliani sesuai dengan dua perangkat yang dikemukakan (perangkat *framing* dan perangkat penalaran), sehingga peneliti dapat merangkum point-point penting dari semua data yang kemudian dijabarkan pada hasil dan pembahasan penelitian.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sinopsis Film Dokumenter *The Social Dilemma*

Film dokumenter *The Social Dilemma* merupakan film yang bercerita tentang pentingnya peran media sosial saat ini, selain itu film ini juga membeberkan sisi gelap dari media sosial yang ditenagai oleh algoritma, sehingga membawa pada sebuah rasa dilema. Film *The Social Dilemma* mengupas beberapa dampak yang dihasilkan dari penggunaan media sosial, mulai dari pengawasan aktivitas pengguna secara diam-diam, merekam hingga memanipulasi tampilan *feed* sesuai dengan topik yang diminati agar pengguna tidak mudah lepas dari media sosial.

Film *The Social Dilemma* memberikan kesadaran kepada publik dalam menggunakan media sosial dengan bijak dan cerdas. Dalam film *The Social Dilemma* menampilkan adanya interaksi antar individu yang semakin menurun akibat menggunakan media sosial, terjadi perubahan pada kesehatan mental, beredarnya informasi yang kurang valid, hingga hal-hal yang terkait dengan kepentingan negara. Namun, disisi lain film *The Social Dilemma* juga menampilkan dampak positif dari menggunakan media sosial. Dengan menggunakan media sosial, informasi dapat dengan mudah tersampaikan secara cepat dan dapat dijangkau oleh siapa saja.

Film dokumenter ini menghadirkan sosok yang berhasil menyukseskan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Google*, dan platform media sosial

lainnya untuk melakukan wawancara mengenai proses kinerja media sosial. Selain itu, film ini juga memberikan cuplikan ilustrasi dan reka ulang adegan yang didramatisasi agar memudahkan penonton untuk menerima pesan yang ingin disampaikan dalam film tersebut.⁷³ Dengan mengikuti alur cerita keluarga yang digambarkan dalam film, penonton dapat melihat tentang berbagai cara platform media sosial membahayakan dunia nyata, dari perjuangan kesehatan Isla hingga polarisasi politik Ben dan ketidakmampuan keluarga mereka untuk terhubung satu sama lain.⁷⁴

2. Profil Film Dokumenter *The Social Dilemma*



Gambar 4.1 Poster Film *The Social Dilemma*

Judul : The Social Dilemma
Rilis : 9 September 2020
Durasi : 1 jam 34 menit
Sutradara : Jeff Orlowski
Produksi : Larissa Rhodes

⁷³ Netflix, *The Social Dilemma*, diakses pada 22 Oktober 2021 dari <https://www.netflix.com/title/81254224?s=a&trkid=13747225&t=cp&clip=81275293>

⁷⁴ "Hello, I'm Desy from Indonesia", info@exposurelabs.com. (6 Desember 2021).

Penulis : David Coombe, Vickie Curtis, Jeff Orlowski
Pemeran : Tristan Haris, Aza Raskin, Justin Rosenstein, Shoshana Zuboff, Jaron Lanier, Skyler Gisondo, Kara Hayward, Vincent Kartheiser, Anna Lembke.

Film *The Social Dilemma* dibuat pada tahun 2018-2019 dan direvisi pada tanggal 19 Maret 2020 dengan menambahkan materi tentang COVID-19. Film ini dibuat ketika Jeff Orlowski berbicara dengan Tristan Haris dan Humane Technology Center, bahwa mereka melihat paralel langsung antara ancaman yang ditimbulkan oleh industri bahan bakar fosil dan ancaman yang ditimbulkan oleh platform teknologi. Tristan menyebutnya “perubahan iklim budaya”, kekuatan yang tak terlihat membentuk cara dunia mendapatkan informasi dan memahami kebenaran.⁷⁵

3. Exposure Labs



Gambar 4.2 Logo Exposure Labs

Exposure Labs adalah perusahaan produksi yang telah berdiri sejak tahun 2009. Exposure Labs didirikan oleh Jeff Orlowski sebagai perusahaan produksi film ketika ia membuat film dokumenter pertamanya,

⁷⁵ “Hello, I’m Desy from Indonesia”, info@exposurelabs.com. (29 Juli 2021).

Chasing Ice.⁷⁶ Rumah produksi ini telah menciptakan tiga proyek film dokumenter, diantaranya Chasing Ice, Chasing Coral, dan The Social Dilemma. Lokasi Exposure Labs berada di Boulder, CO US dan saat ini memiliki 11-50 karyawan.⁷⁷ Jeff Orlowski mendirikan Exposure Labs untuk memaksimalkan dampak film dan menciptakan perusahaan yang didedikasikan untuk penceritaan kualitas dan kampanye yang kuat.⁷⁸

B. Penyajian Data

Penyajian data berisi tentang jawaban seputar rumusan masalah yang telah ditentukan pada bab pertama. Penulis menyajikan data sesuai dengan teknik analisis yang diusung yaitu analisis *framing* model William A Gamson dan Andre Modigliani. *Framing* model William A Gamson dan Andre Modigliani membagi subjek penelitian menjadi dua perangkat, yaitu perangkat *framing* (*metaphors, catchphrases, exemplar, depiction, dan visual images*) dan perangkat penalaran (*roots, appeals to principal, dan consequences*). Selain itu, penulis juga akan membedah algoritma media sosial yang dibingkai dalam mendukung isu sosial dalam film *The Social Dilemma*.

1. Algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* dibingkai dengan *Framing Devices*.

Framing Devices atau perangkat *framing* berhubungan langsung dengan bingkai berita yang akan ditentukan dalam film dokumenter *The Social Dilemma*.

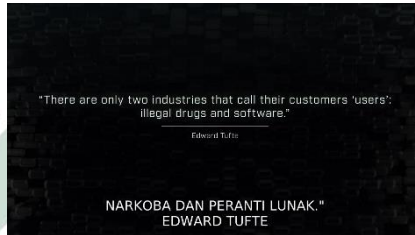
⁷⁶ “Hello, I’m Desy from Indonesia”, info@exposurelabs.com. (6 Desember 2021).

⁷⁷ Exposure Labs, “FAQ”, diakses pada 6 Desember 2021 pada <https://www.exposurelabs.com/our-team>

⁷⁸ Jeff Orlowski, “Biography”, diakses pada 17 Desember 2021 pada <http://www.jefforlowski.com/biography>

a. *Metaphors*

Metaphors atau perumpamaan dalam film ini digambarkan dengan kalimat bertulis *There are only two industries that call their customers 'users': illegal drugs and software.*⁷⁹



Gambar 4.3 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

Di dalam film *The Social Dilemma*, perusahaan teknologi memberikan sebutan pengguna bagi masyarakat yang menggunakan media sosial, sama seperti narkoba yang memberikan sebutan pengguna untuk penikmatnya. Perumpamaan ini memberikan persamaan bahwa media sosial juga memberikan rasa candu, seperti yang diungkapkan oleh Tristan Haris mantan Arsitek Desain Google dalam film *The Social Dilemma*, “*I might be addicted to email*”.⁸⁰



Gambar 4.4 Wawancara Tristan Haris

⁷⁹ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 30:50

⁸⁰ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 31:44

Sedangkan, Tim Kendall mantan Presiden *Pinterest* mengungkapkan, “*I still can't control my usage*”.⁸¹

Media sosial direpresentasikan seperti narkoba yang berhasil membuat pengguna sulit melepaskan diri darinya. Aza Raskin seorang mantan *Employee* di Firefox & Mozilla Labs melalui wawancara dalam film *The Social Dilemma*, mengungkapkan harus menciptakan perangkat lunak yang dapat menghapus rasa candunya dalam membaca Reddit. Lewat wawancaranya dia berkata, “*I even had to make software to get rid of my addiction of reading Reddit.*”⁸² Rasa candu yang dialami pengguna media sosial terjadi karena kontrol teknologi bernama algoritma. Karena algoritma mengetahui apa yang kita butuhkan, apa yang kita suka, dan apa yang menarik untuk kita tonton.



Gambar 4.5 Wawancara Aza Raskin

Ketika pengguna sedang menikmati waktunya untuk berselancar di media sosial, maka algoritma akan bekerja untuk mengamati gambar apa saja yang pengguna lihat dan berapa lama gambar tersebut dilihat. Dengan data tersebut, algoritma digambarkan akan mengolah yang kemudian

⁸¹ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 31:58

⁸² Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 31:38

menghasilkan sebuah konten rekomendasi untuk disajikan supaya pengguna tidak berhenti untuk terus *scroll* dan meninggalkan media sosial dalam durasi waktu yang singkat. Maka algoritma media sosial diceritakan tidak jauh berbeda dengan narkoba yang membuat penggunanya kecanduan dan sulit untuk mengontrol diri agar berhenti menggunakan media sosial.

Metaphors pada film *The Social Dilemma* juga diperkuat dengan kalimat, *any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic*.⁸³



Gambar 4.6 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

Kalimat tersebut menunjukkan bahwa kecanggihan teknologi saat ini tidak bisa dibedakan dengan sihir yang mampu memanipulasi manusia. Teknologi persuasif sengaja diterapkan secara ekstrem pada algoritma media sosial, agar dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Perusahaan media sosial dengan mudah memegang kendali atas perubahan yang terjadi pada lingkungan masyarakat, mereka mampu membuat sebuah skenario sesuai keinginan mulai dari unsur politik, ekonomi, hingga budaya.

⁸³ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 21:57

b. Catchphrases

Frase yang menarik, kontras, dan menonjol dalam film *The Social Dilemma* ditunjukkan pada ungkapan Justin Rosenstein mantan Insinyur Facebook yang mengatakan bahwa algoritma sebagiannya sederhana dan sebagian lagi algoritma sangat rumit hingga disebut kecerdasan.



Gambar 4.7 Wawancara Justin Rosenstein

Cara kerja algoritma dalam film *The Social Dilemma* digambarkan rumit dan hanya dimengerti oleh sedikit orang, bahkan pencipta algoritma tidak sepenuhnya mengerti tentang apa yang akan terjadi pada konten yang telah diolah olehnya. Manusia hampir kehilangan kendali terhadap konten dan informasi yang beredar di media sosial, karena algoritma dibingkai mampu mengendalikan segala informasi yang dilihat oleh pengguna.

Film *The Social Dilemma* menjelaskan tentang algoritma memiliki kecerdasan yang dapat mengendalikan seluruh manusia melebihi manusia mengendalikan algoritma, bahkan para mantan pegawai teknologi yang telah menciptakan sistem kerja algoritma merasa kesulitan menghadapi perkembangan pada algoritma dalam mengontrol sebuah informasi. Hal ini diperkuat dengan dialog dalam film, *we have changed from the information*

*age to the disinformation age.*⁸⁴ Yang memiliki arti, kita telah berubah dari era informasi menjadi era disinformasi.

Algoritma diceritakan bukan sebuah sistem yang objektif, melainkan sebuah alat yang lebih mudah untuk menyebarkan informasi palsu, karena informasi palsu lebih banyak diminati dari pada kebenaran yang membosankan. Tristan Haris mengungkapkan dalam film *The Social Dilemma*, bahwa berita palsu di Twitter menyebar enam kali lebih cepat daripada berita sebenarnya. Penyebaran berita palsu mampu memberikan perusahaan lebih banyak uang, karena meningkatnya ketertarikan masyarakat untuk berinteraksi pada informasi tersebut mampu menghasilkan iklan yang lebih banyak.

Tristan Haris menekankan melalui wawancaranya sebagai narasumber dalam film, “*social media is not a tool waiting to be used.*”⁸⁵



Gambar 4.8 Wawancara Tristan Haris

Yang memiliki arti, bahwa media sosial bukan alat yang menunggu untuk digunakan. Kalimat yang menarik bahwa media sosial memiliki cara tersendiri

⁸⁴ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 5:27

⁸⁵ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 30:36

untuk memikat pengguna dengan menggunakan berbagai fitur canggih yang dapat mempengaruhi stimulasi dopamin atau senyawa yang ada di dalam tubuh sehingga mampu meningkatkan rasa kebahagiaan.

Sebuah alasan yang cukup jelas, mengapa ketika seseorang menandai pada sebuah postingan foto, foto tersebut tidak muncul secara langsung. Jika seseorang memperoleh notifikasi yang menyebut dirinya pada sebuah postingan foto dari teman, maka hal ini bukan sesuatu yang dapat diabaikan begitu saja. Dengan begitu, pengguna harus membuka aplikasi terlebih dahulu untuk bisa melihat dan kemudian algoritma mulai bekerja untuk memancing pengguna dengan memberikan rekomendasi konten dan video yang sesuai dengan ketertarikan mereka. Begitulah cara kerja algoritma media sosial dalam menghasut psikologi pengguna.

c. *Exemplaar*

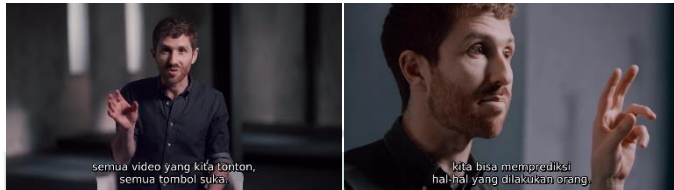
Exemplaar berisi tentang mengaitkan bingkai dengan contoh atau uraian yang memperjelas bingkai. Dalam film *The Social Dilemma*, Tristan Harris berkata bahwa:

*“Everything we do, all the clicks we make, all the videos we watch, all the like buttons. All of that is processed to build a more accurate model. Once the model is in place, we can predict the things people do.”*⁸⁶

Dengan arti, bahwa semua yang kita lakukan, semua klik yang kita buat, semua video yang kita tonton,

⁸⁶ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 18:18

semua tombol suka. Semua itu diolah untuk membangun model yang lebih akurat. Setelah modelnya ada, kita bisa memprediksi hal-hal yang dilakukan orang.



Gambar 4.9 Wawancara Tristan Harris

Film *The Social Dilemma* menjelaskan, bahwa algoritma bekerja dari data berupa aktivitas kegiatan pengguna di media sosial. Ketika data pengguna masuk, maka algoritma akan mengelompokkan hal-hal yang disukai pengguna dan memberikan rekomendasi konten yang kemungkinan mereka suka. Tidak heran, apabila pada media sosial setiap individu memiliki tampilan rekomendasi yang berbeda. Karena pada dasarnya semua pengguna media sosial tidak melihat informasi yang sama, algoritma seperti memecah pemahaman setiap individu dan tidak memberikan kebenaran, tetapi hanya menawarkan hal yang diminati.

Bingkai pada film dokumenter *The Social Dilemma* juga diperjelas oleh Sandy Parakilas seorang mantan Manajer Operasi di Facebook bahwa:

“So all the data that we provide all the time is fed into a system that is almost unsupervised by humans, which keeps

*making better and better predictions about what we will do and who we will be.*⁸⁷

Yang memiliki arti, bahwa semua data yang diberikan setiap saat dimasukkan ke sistem yang nyaris tak diawasi manusia, yang terus membuat prediksi makin membaik tentang apa yang akan kita lakukan dan siapa kita.



Gambar 4.10 Wawancara Sandy Parakilas

Ucapan Sandy menunjukkan bahwa algoritma akan terus berkembang dalam mengenali diri setiap individu pengguna yang bersumber dari sebuah data. Bukan lagi hal yang mengejutkan, jika algoritma media sosial lebih mengenali pribadi pengguna daripada pengguna itu sendiri.

Algoritma dikonstruksi seakan-akan mengetahui keadaan seseorang ketika sedang kesepian, depresi, bahagia, dan segala emosi yang terjadi. Film *The Social Dilemma* memperjelas melalui visualisasi dan dialognya, bahwa algoritma juga dapat mengetahui ketika seseorang melihat foto mantan pasangan, dengan siapa saat ini seseorang menjalin hubungan, apa yang dilakukan saat larut malam, seperti apa kepribadian seseorang, dan lain sebagainya. Algoritma menyimpan lebih banyak informasi

⁸⁷ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 17:18

tentang para pengguna. Banyak orang yang mengira bahwa data yang tersimpan pada algoritma akan diperjual belikan oleh perusahaan media sosial seperti Facebook, Google, Twitter, dan lainnya kepada pihak tak bertanggung jawab. Namun, memberikan data pribadi bukan minat bisnis utama dari media sosial.

Data yang telah tersimpan pada algoritma media sosial, kemudian dibuat menjadi model yang mampu memprediksi segala tindakan pengguna. Model tersebut diibaratkan didalam film seperti sebuah boneka voodoo yang menggambarkan aktivitas setiap pengguna. Kemana seseorang akan pergi, video apa yang akan ditonton, dan emosi apa yang dapat memicunya. Semua itu dapat diprediksi dengan baik oleh algoritma. Dengan begitu, para pemasang iklan di perusahaan media sosial dapat menemukan *audiens* atau para calon konsumen dengan tepat sesuai sasaran yang telah ditentukan.

Pada wawancara Justin Rosenstein dalam film *The Social Dilemma* dia berkata, “*when you go to Google and type in 'climate change is', you will see different results depending on where you live.*”⁸⁸ Dengan arti, saat kunjungi Google dan mengetik ‘perubahan iklim adalah’, kita akan melihat hasil yang berbeda tergantung tempat tinggal. Ketika seseorang sedang mencari informasi tentang perubahan iklim di Google, maka akan muncul isian kata otomatis berisi tulisan yang berbeda-beda tergantung dari tempat pengguna berada saat

⁸⁸ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 55:35

mencarinya di Google. Selain itu, kata isian otomatis juga muncul berdasarkan minat pengguna yang diketahui oleh algoritma milik Google.



Gambar 4.11 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

d. Depiction

Depiction atau penggambaran mengenai isu yang bersifat konotatif dalam film dokumenter *The Social Dilemma* terletak pada kalimat yang diucapkan Sandy Parakilas, “you are a guinea pig. We all do”.⁸⁹



Gambar 4.12 Wawancara Sandy Parakilas

Kelinci percobaan pada kalimat tersebut dimaksudkan bukan tentang kelinci percobaan untuk mengembangkan obat-obat kimia, melainkan sebuah percobaan yang menjadikan pengguna sebagai produk agar mendapat banyak perhatian para pemasang iklan. Film tersebut mengilustrasikan, bahwa ketika semakin aktif pengguna berselancar di media sosial, semakin banyak data yang masuk pada

⁸⁹ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 27:49

algoritma, maka algoritma dapat bekerja lebih optimal dalam mengidentifikasi pengguna agar sasaran iklan bisa tertuju pada target yang tepat tanpa harus menghabiskan banyak waktu untuk memilah.

Pada wawancara yang dilakukan Tristan Harris dalam film *The Social Dilemma*, dia mengatakan, “*How do we wake up from the matrix when we don't know it's in the matrix?*”⁹⁰ Yang berarti, bagaimana kita terbangun dari matriks saat kita tak tahu ada di matriks?



Gambar 4.13 Wawancara Tristan Harris

Manusia dijelaskan sebagai pengguna media sosial tidak dapat menyadari bahwa mereka selama ini sedang dimanipulasi oleh para pemilik perusahaan untuk mendapatkan daya tarik para pengiklan. Pada film *The Social Dilemma* mengungkapkan, bahwa banyak orang mengira algoritma media sosial dirancang untuk memberikan apa yang mereka ingin, namun kenyataannya tidak seperti itu. Algoritma yang tunjukkan melalui film tersebut mencoba mencari beberapa perangkat yang sangat kuat, hingga mampu menjerat seseorang dengan memberikan kontan dan informasi yang hanya diminati.

⁹⁰ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:21:11

e. **Visual Images**

Visual Images merupakan gambar, grafik, citra, yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Dalam film dokumenter *The Social Dilemma*, terdapat video animasi untuk memperjelas narasi yang ingin disampaikan pembuat film kepada khalayak.

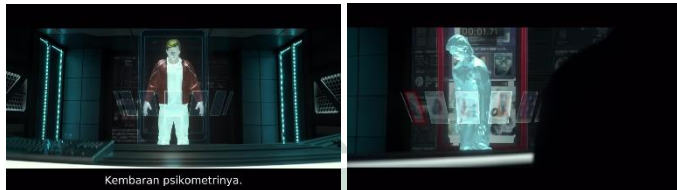


Gambar 4.14 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

Animasi dalam film *The Social Dilemma* menceritakan tentang adiktif yang dialami masyarakat saat berada di tempat umum. Mereka sibuk membaca berita yang sama dari berbagai sumber yang berbeda. Menerima notifikasi agar terus memainkan sosial media di manapun mereka berada. Dalam film tersebut, digambarkan pengguna seperti sedang dipermainkan oleh algoritma media sosial.

Perusahaan media sosial dijelaskan telah berhasil menciptakan desain yang menarik untuk mempengaruhi psikologi masyarakat. Tristan Harris mengungkapkan bahwa tidak ada orang di Google yang menciptakan sesuatu tanpa membuatnya begitu adiktif. Mulai dari pemilihan warna hingga bagaimana bentuk pesan itu dibuat. Selain didukung oleh algoritma agar masyarakat tetap menggunakan media sosial, perusahaan juga telah merancang desain sedemikian rupa untuk membuat individu tidak lepas darinya.

Visual Images juga ditampilkan dalam bentuk visualisasi kinerja dari algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* yang dibentuk seperti boneka voodoo menyerupai pengguna.



Gambar 4.15 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

Pengguna media sosial diibaratkan menjadi boneka voodoo yang dapat dikendalikan oleh algoritma media sosial. Setiap kegiatan yang dilakukan di media sosial tercatat menjadi sebuah data yang akan diproses pada sebuah rekomendasi konten dan disisipi iklan. Algoritma dapat membaca lokasi pengguna dan siapa saja orang disekitar mereka saat ini, sehingga mampu menciptakan skenario yang disengaja untuk membuat mereka berinteraksi di media sosial.

2. Algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* dibingkai dengan *Reasoning Devices*.

Reasoning Devices atau perangkat penalaran berhubungan langsung dengan kohesi dan koherens dari teks tersebut yang merujuk pada gagasan tertentu.

a. *Roots*

Roots merupakan analisis kausal atau sebab akibat. Dalam film dokumenter *The Social Dilemma* menggambarkan bahwa algoritma media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar dari berbagai bidang dalam merubah masyarakat. Algoritma media sosial menjadi dalang utama dibalik adiksi yang

dialami oleh pengguna. Karena proses kerja yang terjadi dari sebuah data saat pengguna bermain media sosial, maka algoritma akan menyimpan data tersebut dan menjadi lebih baik setiap harinya dalam memberikan rekomendasi kepada pengguna sehingga algoritma media sosial seperti alat ajaib yang mengerti segala keinginan pengguna.

Pernyataan ini diperkuat melalui wawancara yang dilakukan Jaron Lanier seorang *Founding Father of Virtual Reality Computer Scientist* pada film dokumenter *The Social Dilemma* bahwa:

“change our behavior, way of thinking, and our identity. the changes are slow and small. if you could go up to someone and say 'give me ten million dollars and I'll turn the world one percent the way you want'”.⁹¹

Jaron menjelaskan bahwa algoritma dapat dengan mudah mengontrol pengguna kearah yang mereka inginkan.



Gambar 4.16 Wawancara Jaron Lanier

Algoritma media sosial dirancang guna mengetahui segala hal tentang pengguna secara gratis. Seperti memata-matai seseorang tanpa mengutus orang lain untuk terjun kelapangan secara

⁹¹ Netflix. *The Social Dilemma*, menit ke 14:37

langsung dan mengikuti setiap gerak-gerik orang tersebut. Algoritma media sosial adalah alat yang paling efektif untuk memberikan pengaruh pada pikiran dan psikologis seseorang. Maka dari itu, perusahaan media sosial memiliki kendali penuh atas apa yang ingin mereka lakukan dan apa yang ingin mereka ubah. Dengan bergesernya kehidupan manusia kearah yang diinginkan, perusahaan media sosial seperti *Facebook*, *Google*, *Twitter* dan lain sebagainya akan memberikan daya tarik para pengiklan untuk memasang iklan pada platform mereka.

Model bisnis ini begitu ramai dan memberikan keuntungan yang sangat besar. Di mana pengguna dapat melakukan segala aktifitas berjejaring di media sosial secara gratis dan pemilik perusahaan tetap mendapatkan uang secara paralel. Banyak masyarakat yang menganggap bahwa layanan media sosial gratis, padahal semua itu telah dibayar oleh pengiklan. Seperti *lokapasar* yang telah memperdagangkan nilai saham manusia. Ketika seseorang tidak membayar atas penggunaan sebuah produk, maka merekalah produknya dan pengiklan adalah pelanggannya.

Justin Rosentein mengungkapkan, “*There are many internet services that we consider free. However, it is not free. All that is paid for by the advertiser.*”⁹² Artinya bahwa, layanan internet yang selama ini dianggap gratis, sebenarnya tidak gratis.

⁹² Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 14:04

Namun, pengiklan yang membayarnya untuk memasang iklan kepada pengguna.



Gambar 4.17 Wawancara Justin Rosenstein

Hal ini menjadikan algoritma media sosial sebagai permasalahan dalam film *The Social Dilemma*, bahwa manusia dipandang sebagai produk yang mampu dikontrol serta dipengaruhi oleh para pemilik perusahaan agar memikat para pengiklan.

b. Appeals to Principle

Premis dasar atau klaim-klaim moral dalam film dokumenter *The Social Dilemma* terjadi saat menggambarkan dramatisasi reka adegan yang terjadi pada perubahan kesehatan mental Isla yang mengalami *bullying* saat mengunggah foto berfilter di media sosial, polarisasi politik pada Ben yang terpengaruh oleh berita *hoax* tanpa mencari tahu terlebih dahulu kebenaran dari sebuah berita yang sedang tersebar di internet, dan ketidakmampuan keluarga untuk berkomunikasi satu sama lain karena sibuk bermain *gadget* masing-masing.

Algoritma media sosial tidak hanya memberikan pengaruh pada individu, namun pengaruh yang diberikan juga berdampak pada lingkungan keluarga yang mulai kurang interaktif. Dalam dramatisasi yang diberikan, nampak seorang ibu yang sedang

berusaha agar keluarganya dapat saling berkomunikasi saat sedang makan malam, tetapi usaha yang dilakukan gagal karena rasa candu bermain media sosial telah melekat pada anaknya.⁹³



Gambar 4.18 Dramatisasi Film *The Social Dilemma*

Secara tersirat, media sosial telah memberikan efek yang luar biasa pada sebuah kelompok kecil yaitu keluarga. Dengan memancing daya tarik pengguna menggunakan notifikasi yang muncul dari rekomendasi yang diberikan oleh algoritma, supaya pengguna tidak meninggalkan *gadget* dalam waktu yang lama. Hal ini digambarkan pada Ben yang menghabiskan waktunya seharian untuk *scroll* media sosial, hingga membuat dirinya lupa waktu dan terlambat untuk pergi ke sekolah.



Gambar 4.19 Dramatisasi Film *The Social Dilemma*

c. *Consequences*

Consequences merupakan efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai. Algoritma media sosial

⁹³ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 34:04

dibingkai dalam film tersebut dengan memberikan berbagai dampak bagi kehidupan manusia. Kinerja algoritma digambarkan begitu canggih dan jelas dengan visualisasi yang mendukung serta mudah dipahami, hal ini dapat membuat khalayak tenggelam dalam bingkai yang diciptakan terhadap algoritma pada media sosial yang kemudian menjadikan beberapa individu melakukan *uninstall* terhadap beberapa media sosial yang mereka miliki.

Rasa takut yang berlebihan dapat terjadi pada sebagian penonton karena merasa diri mereka sedang diawasi dan dikontrol oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Wajar jika rasa takut dan khawatir muncul setelah menonton film dokumenter *The Social Dilemma*, karena masyarakat tidak pernah mendapatkan edukasi dalam menggunakan media sosial. Seseorang dapat melakukan *uninstall* sebagian aplikasi, namun rasa takut yang terjadi tidak harus membuat mereka menjauhi teknologi yang saat ini berkembang. Tidak semua teknologi memiliki dampak yang buruk, sebab dengan kecanggihan teknologi saat ini, informasi dapat tersampaikan dengan cepat dan luas. Justin Rosenstein mengatakan,

*“I've deleted a lot of apps from my phone which I think is just a waste of my time. All social media apps and news. I also turn off notifications for anything that shakes my feet with information that is not timely and important to me right now.”*⁹⁴

⁹⁴ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:30:33

Yang berarti, bahwa dia telah menghapus semua aplikasi media sosial dan berita yang membuang-buang waktu. Justin juga mematikan notifikasi pada apapun yang memancing dirinya untuk memegang gawai.



Gambar 4.20 Wawancara Justin Rosenstien

Sandy Parakilas memberikan saran, “*reduce the number of notifications you get*”⁹⁵ Agar pengguna mematikan semua notifikasi. Begitu juga dengan Aza Raskin, dia menghimbau penonton untuk mematikan notifikasi, “*turn off notifications*”⁹⁶



Gambar 4.21 Wawancara Sandy dan Aza

Apabila seseorang merasa mampu untuk melepaskan diri dari media sosial, maka itu cukup baik untuk dilakukan. Namun, ketika media sosial itu masih dibutuhkan untuk kepentingan pekerjaan atau masalah individu yang belum mampu melepas diri dari media sosial, maka cukup bagi mereka

⁹⁵ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:30:52

⁹⁶ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:30:53

mengurangi intensitas penggunaan media sosial dengan cara menonaktifkan beberapa notifikasi yang dapat memancing keinginan membuka media sosial hanya untuk membuang-buang waktu.

3. Algoritma media sosial dibingkai dalam mendukung isu sosial pada film *The Social Dilemma*.

Exposure Labs selaku rumah produksi film dokumenter *The Social Dilemma* yang disutradarai oleh Jeff Orlowski menggambarkan algoritma pada media sosial memiliki peran yang penting dari berbagai aspek yang mampu merubah struktur masyarakat di seluruh dunia hanya dalam waktu yang cukup singkat. Film dokumenter yang diciptakan ini sangat ramai diperbincangkan karena mengangkat tema yang sensitif serta melibatkan beberapa nama perusahaan terkemuka untuk membongkar bagaimana kinerja perusahaan tersebut dibalik layar yang selama ini dinikmati oleh masyarakat secara gratis.

Di dalam film dokumenter *The Social Dilemma* menceritakan tentang kehadiran algoritma media sosial yang mampu memberikan pengaruh kepada dunia, sehingga menyebabkan permasalahan sosial muncul dan dapat merusak struktur sosial. Beberapa permasalahan sosial yang diangkat pada film dokumenter *The Social Dilemma* akibat dari algoritma adalah polarisasi politik, penyebaran berita hoax, hingga permasalahan kesehatan mental.

Cynthia M. Wong seorang mantan *senior internet researcher* mengatakan pada wawancaranya di film *The Social Dilemma*, “*some of the troubling implications of governments and other bad actors turning social media*

into a weapon are causing real-world harm”.⁹⁷ Dari pernyataan Cynthia menunjukkan bahwa terdapat peran pemerintah dan pelaku kejahatan lain dalam menjadikan media sosial sebagai senjata untuk menyebabkan bahaya di dunia nyata.



Gambar 4.22 Wawancara Cynthia M. Wong

Pada film *The Social Dilemma*, menceritakan kasus yang terjadi di Myanmar dalam menggunakan Facebook. Ketika seseorang membeli ponsel baru, pemilik toko akan memasangkan Facebook dan membuat akun. Sehingga, saat pertama kali seseorang memegang *gadget*, hal pertama yang mereka buka adalah Facebook tanpa mengetahui fungsi dan cara pemakaian yang benar. Melalui cuplikan sebuah berita, mengungkapkan “*Shocking new investigation reveals Facebook's growing difficulty in tackling hate speech in Myanmar.*”⁹⁸ Di Myanmar saat ini begitu sulit mengurangi ujaran kebencian yang dilontarkan di Facebook, terutama masalah agama Islam sehingga memicu kekerasan terhadap Muslim Rohingnya yang disebabkan oleh media sosial dengan memanipulasi opini publik.

⁹⁷ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:07:05

⁹⁸ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:07:41



Gambar 4.23 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

Jeff Orlowski dan tim Exposure Labs menulis naskah dalam film berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan bersama para mantan karyawan perusahaan teknologi yang kemudian dikembangkan dalam bentuk visualisasi di dalam film. Penggambaran kinerja algoritma bersandar dari apa yang dipelajari dari para ahli. Sehingga, pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh para penonton.⁹⁹

Pembingkaian pengguna yang digambarkan sebagai boneka voodoo dilatarbelakangi oleh permasalahan hak bebas memilih konten di media sosial, namun tidak adanya menu memilih dari mana pilihan ini muncul, siapa yang memilih dan bagaimana pengguna dilihat. *“They create models that predict our actions. Whoever has the best model will win. They seem to have models of voodoo dolls that look like us.”*¹⁰⁰



Gambar 4.24 Cuplikan Film *The Social Dilemma*

⁹⁹ Talks at Google, *Jeff Orlowski | The Social Dilemma | Talks at Google*, diakses pada Desember 2021 dari <https://youtu.be/NB9GcURoAZI>

¹⁰⁰ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 17:51

Pertanyaan ini menjadi landasan mengapa pengguna diperlakukan seperti boneka yang hanya mengikuti apa yang telah diberikan. Tidak ada penyaringan dan perspektif terbatas yang berpotensi datang dari hasil algoritma.¹⁰¹ Maka hal ini yang menjadikan terjadinya berbagai dampak yang dialami saat menggunakan media sosial.

Masalah sosial yang diceritakan dalam film dokumenter *The Social Dilemma* berasal dari media sosial yang ditunjang dengan adanya algoritma, sehingga mampu mengontrol informasi yang dapat memicu perpecahan tanpa adanya filternasi. Berdasarkan pengalaman bermedia yang dilakukan Jeff Orlowski, dia mengamati bahwa poliarisasi politik, penyebaran berita hoax, *cyberbullying* dan lain sebagainya sangat mudah berkembang di media sosial tanpa disadari oleh masyarakat. Seperti ada elemen lain yang bekerja dalam mengatur skenario tersebut dibalik media sosial.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Temuan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis framing model William A Gamson dan Andre Modigliani yang menjelaskan bahwa *frame* merupakan cara bercerita yang sistematis, sehingga mampu menciptakan konstruksi makna pada sebuah peristiwa yang bersangkutan dengan wacana.¹⁰² Berdasarkan data yang telah diperoleh dan dipaparkan pada bab sebelumnya, maka peneliti menganalisis pembingkai

¹⁰¹ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 17:51

¹⁰² Eriyanto. *Analisis Framing*. (Yogyakarta: LkiS Group, 2012), 260-261.

algoritma media sosial dalam film dokumenter *The Social Dilemma*.

a. Algoritma Media Sosial tentang Demokrasi.

Film dokumenter *The Social Dilemma* membingkai algoritma media sosial dalam memberikan efek yang besar dalam ancaman demokrasi suatu negara. Penggambaran algoritma media sosial yang dapat mengontrol informasi dan berita politik secara eksplisit membuat sudut pandang para pengguna bergeser ke arah bingkai yang dibuat oleh jurnalis untuk mempengaruhi masyarakat. Hal ini diperkuat dengan narasi pada film yang berbunyi, “demokrasi kita sedang diserang”.¹⁰³

Algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* digambarkan berhasil memperdaya pengguna dalam mengolah berita dan konten politik sesuai dengan yang diinginkan oleh para elit global. Secara murni, tidak ada kebebasan berpendapat dalam bersosial media. Pengguna telah dimanipulasi dalam sebuah berita dan konten politik. Keterlibatan konten politik sangat sedikit ditemukan di media sosial, terkecuali saat terjadinya acara debat kandidat calon presiden. Pengguna media sosial secara tidak langsung akan memanfaatkan media sosial untuk menggali informasi dengan lingkungan politik calon kandidat presiden. Namun, mereka mencari dan mendapatkan data yang hanya menguntungkan bagi kandidat pilihan mereka.

¹⁰³ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 5:33

Algoritma media sosial pada film tersebut seperti memecah belah struktur tatanan negara demi keuntungan perusahaan. Meskipun tidak memiliki maksud demikian, namun bagi mereka sesuatu yang dapat mendatangkan banyak pengiklan merupakan kesempatan emas. Mark Zuckerberg pendiri perusahaan Facebook mengungkapkan bahwa sulit bagi dirinya untuk mengatakan bahwa Facebook telah mempengaruhi hasil pemilu pada tahun 2016 karena itu semua dilatarbelakangi oleh berbagai faktor.¹⁰⁴

Roger McNamee seorang investor pertama di Facebook mengungkapkan dari hasil wawancara sebagai narasumber dalam film *The Social Dilemma* bahwa, “jika ingin mengendalikan populasi negaramu, tak pernah ada alat yang seefektif Facebook”.¹⁰⁵ Kalimat ini memiliki makna bahwa peran media sosial begitu besar pada sebuah negara. Memanfaatkan media sosial dalam memanipulasi masyarakat bukanlah peretasan. Seperti pada kasus Rusia yang tertuduh telah meretas Facebook, yang mereka lakukan hanyalah menggunakan Facebook dan memanfaatkan fitur yang telah diberikan untuk memasang iklan walaupun iklan yang mereka pasang memiliki tujuan kejahatan.¹⁰⁶

Di Indonesia, jelang pemilihan umum, media sosial sangat gencar digunakan untuk memberikan banyak informasi terkait calon kandidat. Informasi

¹⁰⁴ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:11:52

¹⁰⁵ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:06:54

¹⁰⁶ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:12:14

yang diberikan bukan hanya informasi secara fakta, melainkan juga *hoax* dan ujaran kebencian yang mampu memecah belah beberapa pihak serta pendukung yang bersangkutan. Peristiwa yang sempat ramai dibicarakan di media sosial adalah ketika terjadi kericuhan saat debat politik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat pada putaran kedua. Kericuhan yang terjadi diposting oleh salah satu oknum di media sosial dengan hanya menampilkan penggalan video yang menunjukkan kata provokatif.¹⁰⁷ Perang komentar antara pendukung terjadi dan tidak dapat dihindari. Situasi ini menjadikan demokrasi Indonesia mudah dipecah belah hanya karena informasi tidak lengkap yang diunggah di media sosial yang didukung dengan adanya algoritma untuk mempercepat penyebaran informasi tersebut. Sehingga, algoritma media sosial yang diilustrasikan dalam film *The Social Dilemma*, memiliki kemungkinan yang cukup tinggi apabila terjadi pada kehidupan nyata karena sesuai dengan apa yang terjadi dengan isi film.

b. Algoritma Media Sosial tentang Penyebaran Berita Hoax

Berita *hoax* menjadi pilar penting bagi perusahaan media sosial, karena dengan adanya berita *hoax* masyarakat secara luas akan lebih tertarik untuk berinteraksi di dalamnya. Algoritma media sosial dikonstruksikan sebagai alat yang diciptakan

¹⁰⁷ Ratna Pristiana Mulya, “Mewaspadai Dampak Media Sosial Di Tahun Politik 2018-2019 Guna Terjaganya Keamanan Yang Kondusif”, *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, (online), edisi 36, diakses pada Desember 2021 pada

sebagai sistem yang berprasangka terhadap informasi palsu. Bukan karena keinginan pengguna, tapi karena informasi palsu memberi perusahaan lebih banyak uang.

“Kebenaran itu membosankan”.¹⁰⁸ Kalimat pada film *The Social Dilemma* ini memberikan kejelasan, bahwa berita palsu atau *hoax* lebih menarik serta dapat dengan cepat memberi atensi pengguna. Di twitter, berita *hoax* lebih cepat menyebar dari berita sebenarnya. Seperti ketika pertama kali adanya pemberitaan terkait Covid-19 di Indonesia, bukan hanya informasi penyebaran terkait Covid-19 yang banyak dikemas dalam berita *hoax*, tetapi juga informasi palsu terkait virus itu sendiri dan cara-cara mencegahnya.

Pada media sosial, semua pengguna tidak melihat informasi pada sudut pandang yang sama, mereka hanya mengetahui permasalahan yang telah dikemas dengan cara yang berbeda-beda. Tristan Haris menyebutkan pada wawancaranya dalam film *The Social Dilemma*, “Ini model bisnis yang mencari profit dari disinformasi”. Perusahaan media sosial menghasilkan uang dengan membebaskan informasi tersebar secara tidak terkontrol. Dengan menjual perhatian dari pengguna untuk menarik lebih banyak iklan dan klik yang dihasilkan.

“Inilah jenis *lokapasar* baru saat ini, ini *lokapasar* yang belum pernah ada”.¹⁰⁹ Menggunakan data pengguna sebagai bisnis dapat merusak struktur

¹⁰⁸ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:03:00

¹⁰⁹ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 15:43

masyarakat, karena algoritma digambarkan sangat ahli dalam memicu perhatian pengguna. Mengemas berita *hoax* yang disebarluaskan kepada seluruh pengguna media sosial seakan-akan itu adalah kenyataan dan memberikan keyakinan tentang kebohongan itu sendiri. Algoritma dalam film *The Social Dilemma* dijelaskan telah ratusan juta kali merekomendasikan informasi terkait teori bumi datar, begitu banyak masyarakat yang dengan mudah meyakini teori tersebut. Begitu cerdasnya algoritma yang hari ini meyakinkan orang-orang bahwa bumi itu datar, dan esok harinya akan meyakinkan tentang hal keliru lainnya.

Algoritma pada media sosial memiliki kinerja yang unik. Informasi dapat tersebar dengan mudah tanpa penyaringan pihak ketiga, pemeriksaan fakta, atau penilaian editorial. Sehingga, membuat informasi yang tersebar dapat langsung diakses oleh para pengguna. Algoritma media sosial akan memberikan rekomendasi berdasarkan data dari pengguna tanpa melihat bahwa informasi itu berdasarkan fakta atau hanya kebohongan yang diciptakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, sama seperti yang ditampilkan dalam film dokumenter berjudul *The Social Dilemma*.

c. Algoritma Media Sosial tentang Adiksi Media Sosial.

Media sosial dalam film *The Social Dilemma* dijelaskan telah didesain secara persuasif untuk mendorong masyarakat agar tidak mudah lepas darinya dengan tujuan dapat mengubah perilaku dan mengajak untuk terus *scrolling* sehingga

mendapatkan informasi yang baru setiap waktunya. Studi terbaru mengungkapkan, bahwa terdapat korelasi antara penggunaan media sosial dengan kesehatan mental. Sebab, algoritma bekerja dengan memberikan rekomendasi konten berdasarkan hal-hal yang diminati oleh pengguna saja.

Terdapat tiga poin utama yang menyebabkan terjadinya adiksi media sosial yang diakibatkan oleh algoritma:

1) Linimasa

Algoritma digambarkan dalam film tersebut bekerja dengan menyimpan serta mengumpulkan data pengguna agar menjadikan algoritma bekerja lebih baik setiap harinya. Hal ini menjadikan algoritma dapat mengetahui segala sesuatu yang terjadi pada pengguna. Tentang apa yang disukai, apa yang sedang terjadi, di mana pengguna berada saat ini, dan sebagainya. Linimasa memberikan informasi yang selalu baru setiap waktu tanpa adanya penyaringan pihak ketiga tentang baik atau buruknya informasi tersebut untuk dikonsumsi. Algoritma hanya akan memberikan sesuatu berdasarkan minat pengguna, sehingga membuat pengguna merasa dimanjakan oleh konten dan informasi yang sesuai dengan yang mereka suka. Dengan begitu, adiksi media sosial dapat terjadi pada pengguna tanpa memandang usia.

2) Dopamin

Ketika menggunakan media sosial, pengguna akan terhubung antara satu dengan lainnya tanpa memandang jarak dan usia. Media sosial kerap

digunakan untuk mengunggah foto atau momen tertentu yang berharga bagi seseorang, banyak ditemui berbagai komentar serta pujian yang dilontarkan oleh sesama pengguna. Dengan memberikan pujian, maka seseorang dapat merasa lebih percaya diri. Hal ini tidak mudah didapatkan pada kehidupan nyata, terutama bagi seseorang yang senantiasa merasa kesepian.

Algoritma media sosial juga memberikan layanan fitur seperti *like* dan *follow*. Angka pada *like* dan *follow* banyak dijadikan sebagai patokan kepopuleran seseorang di media sosial. Maka ketika pengguna mendapatkan banyak suka pada postingannya atau mendapatkan pengikut baru, dia akan merasa senang dan bangga. Berbeda ketika jumlah angka suka menurun serta tidak mendapatkan pengikut baru. Beberapa pengguna dapat merasa gelisah hanya karena penurunan jumlah *like* dari postingan sebelumnya dan berusaha untuk mendapatkan *like* yang lebih banyak lagi. Begitulah cara algoritma media sosial dalam memberikan adiksi pada pengguna dalam film *The Social Dilemma*.

3) Notifikasi

Notifikasi merupakan sumbu terpenting dalam membangun adiksi media sosial kepada pengguna. Alasan notifikasi penanda foto tidak memunculkan langsung fotonya adalah agar memicu aktivitas pengguna supaya membuka media sosial. Fitur ini didesain semaksimal mungkin oleh media sosial karena sangat bagus untuk memunculkan aktivitas pengguna.

Notifikasi menjadi alat yang sangat ampuh untuk memberikan rasa candu, karena setiap notifikasi yang muncul pada layar *gadget* membuat pengguna tidak bisa mengabaikannya begitu saja. Dalam psikologi hal ini disebut dengan penguat intermiten positif, maka dari itu, dalam film *The Social Dilemma* dijelaskan bahwa perusahaan teknologi semakin gencar untuk mengembangkan notifikasi yang dengan mudah menarik perhatian pengguna termasuk dengan pemilihan nada yang menampilkan adanya notifikasi baru.

Ketika mendengar nada notifikasi baru yang masuk, pengguna akan langsung memeriksa telepon genggamnya, karena nada pada notifikasi akan membuat manusia dalam keadaan lebih siaga. Setiap kali terdapat pesan masuk, tubuh secara otomatis menjadi terburu-buru untuk memastikan ada yang terjadi. Notifikasi hadir seperti memberikan hadiah kepada para pengguna, yang membuat pengguna merasa lebih bersemangat dan penasaran untuk lebih cepat mengetahuinya.

d. Algoritma Media Sosial tentang Cyberbullying.

Cyberbullying bukanlah masalah yang asing di era digital 4.0. Berkembangnya teknologi juga memungkinkan terjadi perkembangan dalam kejahatan. Media sosial yang saat ini gencar digunakan para remaja sebagai sarana mencari hiburan, justru mampu menenggelamkan kepada keburukan, yaitu *cyberbullying*. Resiko *cyberbullying* rentan terjadi pada para remaja karena

memiliki emosi yang belum stabil, sehingga sangat mudah untuk terpancing dengan kata-kata yang mereka temui di media sosial.

Bullying di media sosial banyak ditemui melalui komentar yang diberikan oleh pengguna lain. Dalam film dokumenter *The Social Dilemma* memberikan contoh kasus *cyberbullying* yang dialami oleh Isla, gadis remaja yang baru memulai harinya memegang *gadget* dan mulai mencoba bermain media sosial. Isla yang sedang asik mencoba filter foto pada salah satu aplikasi media sosial dan mengunggahnya ke internet mendapatkan beberapa komentar miring terhadap fisiknya. Hal ini cukup banyak ditemui pada kehidupan nyata, bahwa anak remaja bahkan anak di bawah umur sering mendapatkan *bullying* di media sosial, karena kurangnya edukasi dari orang tua dalam menggunakan media sosial.

Cyberbullying tidak hanya berupa komentar yang dilontarkan pengguna lain pada postingan seseorang, melainkan juga ketika salah satu seorang teman yang sengaja memposting foto aib yang membuat individu merasa malu atau dipermalukan. Permasalahan ini sering dibungkus dengan kata bercanda, padahal korban yang foto aibnya disebar dapat merasa tersakiti.

Munculnya media sosial pada tahun 2009 diiringi dengan peningkatan jumlah angka bunuh diri di Amerika Serikat. Generasi Z merupakan generasi yang pertama kali terjun ke media sosial saat berada di bangku sekolah. Mereka menghabiskan waktu dengan cara memakai *gadget* saat pulang sekolah dan mencoba untuk *update* hampir setiap harinya

karena mereka merasakan hal baru yang asik untuk terus dijelajahi. Namun, rasa cemas dan tertekan juga dirasakan ketika mendapatkan respon yang buruk dari pengguna lain.

Kasus *cyberbullying* yang semakin ramai menjadikan standar kecantikan begitu tinggi bagi kaum wanita. Film *The Social Dilemma* mengungkapkan bahwa ahli bedah plastik menemui sindrom baru yang bernama Dismorfia Snapchat dengan pasien muda yang ingin operasi agar terlihat mirip dengan filter yang mereka gunakan saat berswafoto. Hal terjadi karena ketidakpercayaan diri yang dialami pengguna karena mendapat komentar miring terhadap fisik yang dimiliki.

Algoritma media sosial menghubungkan seluruh pengguna dari berbagai penjuru dunia, sehingga siapapun yang memiliki akun media sosial dapat melihat sesuatu yang diunggah. Namun, tidak semua hal yang diunggah mendapat dukungan atau komentar positif. Bagi anak yang belum menginjak dewasa atau yang belum siap menerima terpaan komentar negatif dapat merasa depresi dengan hal itu, sedangkan algoritma yang menghubungkan semua pengguna media sosial tidak bertanggung jawab atas segala hal yang dialami oleh pengguna.

Film dokumenter *The Social Dilemma* memberikan informasi yang dapat dijadikan pelajaran kepada para penonton sebagai edukasi dalam bermedia agar lebih berhati-hati. Melalui film tersebut ditemukan empat informasi penting, yaitu:

- 1) Algoritma media sosial memiliki peran dalam merubah demokrasi suatu negara.

- 2) Algoritma media sosial mampu menyebarkan berita palsu lebih cepat daripada berita sebenarnya.
- 3) Algoritma media sosial memberikan efek candu bagi pengguna dengan mempengaruhi melalui linimasa, dopamin, dan notifikasi.
- 4) Algoritma media sosial berdampak lebih besar terhadap kasus *bullying* pada remaja.

Dengan menyaksikan film dokumenter *The Social Dilemma*, masyarakat dapat lebih mawas diri selama bermain media sosial. Karena segala hal yang terjadi tidak dapat dipertanggung jawabkan oleh perusahaan pemilik media.

2. Perspektif Teoritis

Hasil penelitian ini sejalan dengan perspektif teori yang digunakan oleh peneliti, yaitu teori *konstruktivisme* dan teori *agenda setting*. Berikut analisis penelitian dengan perspektif teori.

a. Algoritma Media Sosial berdasarkan Perspektif Teori *Konstruktivisme*

Pada teori *konstruktivisme* memberikan kebebasan kepada manusia untuk belajar dan mencari kebutuhan untuk menemukan keinginannya.¹¹⁰ Dari hasil belajar tersebut, manusia melakukan suatu tindakan yang menurut mereka sejalan dengan informasi yang didapat. Seperti merefleksikan informasi tersebut dalam kehidupannya. Ketika individu bermain media

¹¹⁰ Fatimah, "Penerapan Teori Konstruktivisme Dalam Pembelajaran", *Jurnal Paedagogia*, (online), volume 8, no. 2, diakses pada Oktober 2021 dari <http://jurnalpaedagogia.com/index.php/pdg/article/view/46>

sosial, lalu melihat sebuah berita atau informasi baru, secara otomatis dia akan bereaksi. Reaksi yang diberikan bermacam-macam, seperti memberikan komentar, membagikan informasi tersebut kepada orang lain, atau memberikan tanggapan melalui konten baru.

Film *The Social Dilemma* menunjukkan, bahwa di media sosial banyak ditemukan laman yang kurang jelas keakuratan informasinya, dengan tidak segan memberikan kalimat provokatif seperti “Sebarkanlah”.¹¹¹ Budaya *share* di media sosial sangat populer, banyaknya informasi yang dikemas dengan judul bombastis atau mengandung *clickbait* membuat pengguna mudah terprovokasi. Kondisi ini dapat berdampak pada individu atau kelompok tertentu yang salah memahami informasi hanya karena judul yang mereka baca tanpa mengetahui isinya. Dari informasi di media sosial yang salah, mampu memberikan akibat langsung pada kehidupan di dunia nyata.

Algoritma media sosial dalam film *The Social Dilemma* berjalan dengan memberikan informasi atau berita kepada pengguna berdasarkan minat dan hal-hal yang disukai. Sehingga, pengguna media sosial akan mendapatkan informasi yang tidak jauh dengan minat mereka. Hal ini memberikan peluang yang lebih banyak bagi pengguna untuk melakukan

¹¹¹ Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan”, *Buletin Psikologi*, (online), volume 25, no. 1, diakses pada Desember 2021 pada <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>

tindakan terhadap informasi yang mereka dapat. Konten yang disuguhkan di media sosial mampu mengikat pengguna pada isi konten tersebut.¹¹² Seperti ketika seorang mahasiswa yang aktif mengikuti berita-berita politik, algoritma akan menyuguhkan informasi seputar politik yang terjadi di Indonesia. Ketika informasi itu sampai kepadanya, secara otomatis dia akan bertindak sesuai dengan informasi yang ditangkap. Tindakan yang paling *mainstream* adalah ketika mahasiswa tersebut telah ikut andil dalam kegiatan demonstrasi, karena informasi yang dia dapat melalui media sosial membuatnya berpikir untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan apa yang telah dia pahami.

Teori *konstruktivisme* memiliki hubungan dengan hasil temuan peneliti, seperti algoritma tentang demokrasi, algoritma tentang penyebaran berita *hoax*, algoritma tentang adiksi media sosial, dan algoritma tentang *cyberbullying*. Seseorang dapat belajar dan menerima informasi apa saja melalui media sosial. Film *The Social Dilemma* mampu menggambarkan pengaruh algoritma media sosial yang merubah pola pikir seseorang, hingga berujung pada sebuah tindakan. Tindakan tersebut menjadi hasil temuan peneliti tentang isu sosial yang terjadi akibat algoritma media sosial.

¹¹² Fanny Briliansa Setiyanto, Didik Setyawan, Ariefah Yulandari, “Pengaruh Algoritma Instagram Terhadap Keterikatan Yang Lebih Tinggi Dalam Penggunaan Instagram”, *Jurnal Untidar*, (online), diakses pada Desember 2021 pada <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/download/4418/2176>

b. Algoritma Media Sosial berdasarkan Perspektif Teori Agenda Setting

Teori agenda setting memandang bahwa media massa merupakan dalang dibalik pembentuk isu penting yang dapat mengontrol pikiran publik hingga mengalihkan perhatiannya pada isu-isu tertentu. Sejalan dengan kinerja yang dilakukan oleh algoritma media sosial yang berperan aktif dalam menggiring perhatian pengguna terhadap suatu masalah sosial yang dianggap mampu memberikan banyak atensi untuk aktif terlibat di dalamnya, seperti memberi komentar dan membagikan informasi tersebut kepada komunitas atau pengguna lainnya. Sehingga, semakin banyak keterlibatan masyarakat, maka pengiklan akan tertarik untuk memasang iklan pada media sosial tersebut dan perusahaan media sosial mendapat banyak profit.

Media sosial sebagai media massa yang saat ini sangat populer di masyarakat, serta memiliki keterlibatan dalam menggiring opini publik terhadap suatu masalah. Keterlibatan pengguna dengan konten yang diminati dapat terdeteksi dengan adanya hubungan yang terjalin secara bertahap seperti kegiatan *like*, *comment*, *share*, dan *share*.¹¹³ Melalui interaksi inilah yang menjadikan algoritma mampu membaca setiap data perkembangan pengguna,

¹¹³ Fanny Briliansa Setiyanto, Didik Setyawan, Ariefah Yulandari, "Pengaruh Algoritma Instagram Terhadap Keterikatan Yang Lebih Tinggi Dalam Penggunaan Instagram", *Jurnal Untidar*, (online), diakses pada Desember 2021 pada <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/download/4418/2176>

kemudian memberikan rekomendasi yang paling sesuai terhadap dirinya. Namun, tidak selamanya algoritma memberikan rekomendasi yang sesuai dengan minat, melainkan juga merekomendasikan sesuatu yang dapat dengan cepat menarik perhatian masyarakat tanpa henti.

Fenomena yang sempat ramai memicu perhatian masyarakat adalah ketika algoritma media sosial banyak memberikan rekomendasi tentang informasi terkait bumi datar.¹¹⁴ Pada film *The Social Dilemma*, diceritakan konspirasi bumi datar dapat viral dalam waktu yang cukup singkat di seluruh penjuru dunia, dan hampir seluruh pengguna media sosial mengetahui terkait informasi tersebut. Dalam sekejap media sosial mampu menarik perhatian pengguna serta mempengaruhi pikiran mereka, sehingga terbentuklah kubu yang mendukung adanya teori yang menyatakan bahwa bumi itu datar.

Fenomena lainnya yang dapat mengalihkan isu-isu yang menjadi perhatian publik adalah ketika menjelang musim pemilu, media sosial sangat ramai membahas terkait kandidat satu dengan lainnya. Tidak heran, apabila informasi yang beredar di media sosial juga diiringi dengan berbagai macam berita *hoax*. *Hoax* saat ini telah melekat dan menjadi bagian dari politik dan tidak bisa dilepaskan.¹¹⁵ Sehingga, pengguna atau masyarakat yang diterpa

¹¹⁴ Netflix, *The Social Dilemma*, menit ke 1:00:31

¹¹⁵ Kominfo, “Hoaks Makin Merajalela Jelang Pemilu”, diakses pada Desember 2021 pada https://www.kominfo.go.id/content/detail/17270/hoaks-makin-merajalela-jelang-pemilu/0/sorotan_media

oleh berita hoax terkait pemilu dapat merubah opini publik terkait isi politik tersebut. Serta menarik perhatian khusus para pengguna karena permasalahan yang masih hangat untuk terus dibicarakan. Sama seperti yang diceritakan pada film dokumenter *The Social Dilemma*, bahwa algoritma adalah pilar utama yang menjadi kesuksesan media sosial dalam memancing perhatian masyarakat.

Opini publik yang digiring menuju isu atau permasalahan yang cukup menarik memberikan dampak lain, selain mudahnya penyebaran berita *hoax*. Hal ini berkorelasi dengan hasil temuan penelitian terkait algoritma media sosial tentang isu sosial, seperti demokrasi, penyebaran berita *hoax*, adiksi media sosial, dan *cyberbullying*. Korelasi teori *agenda setting* dengan algoritma media sosial tentang adiksi media sosial adalah ketika algoritma telah mengalihkan perhatian publik kepada masalah yang lebih menarik, maka memungkinkan bahwa seseorang akan tertarik dan terus menggali informasi tersebut hingga hilang kendali.

3. Algoritma Media Sosial dalam Perspektif Keislaman

Algoritma merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi saat ini yang banyak digunakan pada perusahaan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *Pinterest*, dan sebagainya. Dengan adanya algoritma pada media sosial, segala kegiatan jauh lebih mudah, baik pada posisi pengguna maupun perusahaan. Algoritma memberikan layanan otomatis dalam merekomendasikan berbagai konten dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna, sehingga pihak perusahaan

tidak perlu lagi secara manual bekerja untuk memantau data kegiatan dari setiap pengguna di media sosial.

Layanan yang diberikan algoritma mampu memanjakan pengguna dalam memperoleh informasi dengan mudah dan sesuai dengan apa yang mereka suka. Tidak heran apabila banyak dijumpai seseorang yang sedang sibuk sendiri sambil memandangi ponsel tanpa henti. Di dalam agama islam, mencari ilmu sangatlah penting. Informasi yang didapat dari media sosial dapat menjadi ilmu baru bagi pengguna. Namun, kinerja algoritma yang tiada henti memberikan rekomendasi menjadikan seseorang lupa waktu. Banyak ditemukan para remaja muslim yang meninggalkan shalat karena sibuk bermain media sosial. Hal ini ditegaskan dari riwayat Abu Hurairah *radhiyallahu ‘anhu*, dari Nabi *shallallahu ‘alaihi wasallam* bersabda.¹¹⁶

مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَغْنِيهِ

Artinya: “Di antara (tanda) kebaikan Islam seseorang adalah (dia) meninggalkan hal-hal yang tidak bermanfaat.” Ketika seorang muslim telah terbuai dengan bermain media sosial sebagai sarana hiburan sehingga melupakan kewajiban beribadah, maka hal ini tidak diperbolehkan dalam Islam.

Di media sosial, tidak semua informasi atau konten yang tersedia merupakan hal-hal yang bermanfaat. Terutama, algoritma media sosial tidak bekerja untuk

¹¹⁶ Saifudin Hakim, *Memfaatkan Waktu Luang untuk Hal-Hal yang Bermanfaat*, diakses pada tanggal 29 November 2021 dari <https://muslim.or.id/37903-memanfaatkan-waktu-luang-untuk-hal-hal-yang-bermanfaat.html>

memfilter sebuah konten, apakah konten tersebut layak dikonsumsi atau tidak. Bahkan konten yang diperuntukkan khusus orang dewasa, dapat sampai ke tangan anak remaja hingga anak di bawah umur. Karena terlalu bebasnya informasi dan konten beredar di media sosial, menjadikan masyarakat sulit membedakan antara informasi yang asli dengan informasi yang palsu.

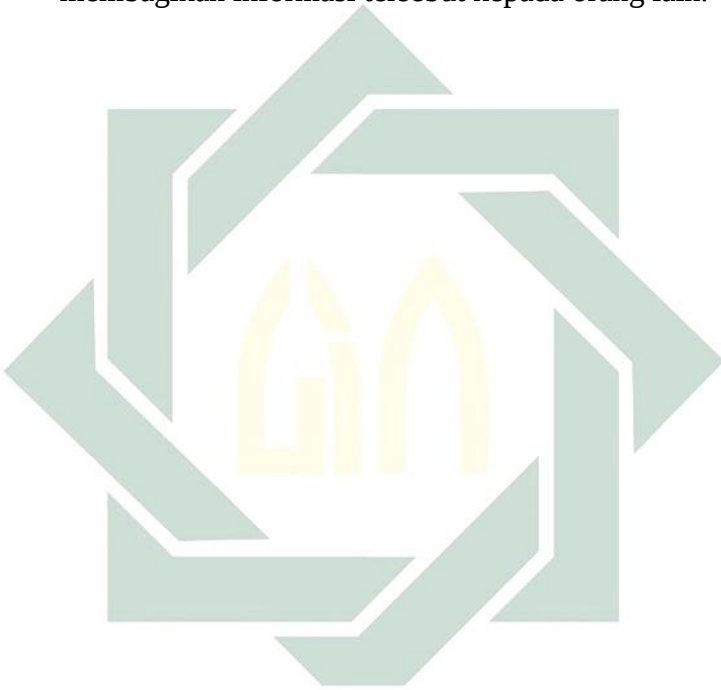
Informasi *hoax* beredar secara cepat di media sosial. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa algoritma hanya mendorong informasi yang menurutnya akan ramai diperbincangkan oleh masyarakat luas tanpa memandang informasi tersebut benar atau tidak. Sebagai seorang muslim, wajib menyeleksi segala informasi yang didapat, khususnya melalui media sosial. Karena di dalam media sosial, setiap individu dapat membagikan konten dan informasi apapun secara gratis. Maka, seorang muslim harus cerdas dalam menerima informasi baru supaya tidak mudah terpengaruh dengan hal negatif. Ditegaskan dalam surah Al-Hujurat ayat ke-6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَلَةٍ فَتُصْحِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya.....” (Q.S. Al-Hujurat: 6).

Seorang muslim harus teliti ketika memperoleh informasi sebelum informasi tersebut dipercaya dan dibagikan kepada teman atau saudara. Di media sosial, banyak tangan tidak bertanggung jawab yang menyebarkan informasi palsu hingga berujung kepada

menciptakan kedustaan dan menjatuhkan pihak tertentu. Maka dari itu, sebagai seorang muslim hendaknya menggali lebih dalam informasi yang didapat hingga menemukan kebenarannya dan berpikir matang-matang sebelum ikut berpartisipasi memberikan komentar atau membagikan informasi tersebut kepada orang lain.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Algoritma media sosial pada film dokumenter *The Social Dilemma* dibingkai dalam analisis framing model William A Gamson dan Andre Modigliani telah memenuhi elemen perangkat framing yang mencakup *metaphors*, *catchphrases*, *exemplaar*, *depiction*, dan *visual images*. *Metaphors* menyebutkan bahwa media sosial adalah narkoba. *Catchphrases* menunjukkan frame yang menonjol dari kalimat, “kita telah berubah dari era informasi menjadi era disinformasi”. *Exemplaar* ditunjukkan melalui hasil wawancara dengan para mantan pegawai teknologi yang mampu memperjelas bingkai. *Depiction* digambarkan melalui kalimat, bahwa pengguna media sosial merupakan kelinci percobaan. Dan *visual images* diambil dari cuplikan film yang menayangkan gambar atau animasi yang mampu mendukung bingkai secara keseluruhan.
2. Algoritma media sosial pada film dokumenter *The Social Dilemma* dibingkai dalam analisis framing model William A Gamson dan Andre Modigliani telah memenuhi elemen perangkat penalaran yang mencakup *roots*, *appeals to principal*, dan *consequences*. *Roots* menunjukkan penyebab adanya algoritma menjadikan pengguna sebagai produk untuk bisnis perusahaan kepada para pengiklan. *Appeals to principal* memberikan klaim moral berupa hilangnya interaksi bersama keluarga karena sibuk dengan gawai.

Dan *consequences* yang didapat adalah ajakan untuk menonaktifkan notifikasi pada media sosial.

3. Algoritma dibingkai dalam film *The Social Dilemma* dalam mendukung isu sosial dengan menonjolkan beberapa masalah yang terjadi pada masyarakat dengan menjadikan algoritma media sosial sebagai penyebab dibalik itu semua. Pembingkai ini dilakukan berdasarkan pengetahuan yang didapat dari hasil wawancara serta ilmu dari para ahli dibidangnya. Visualisasi mesin algoritma dibuat sedemikian rupa sesuai dengan informasi agar mudah dipahami penonton. Penggambaran kinerja algoritma pada media sosial mendukung penyebab terjadinya masalah sosial di dunia. Diceritakan secara runtut proses awal seseorang menggunakan media sosial hingga dampak langsung yang terjadi pada mereka.

B. Saran dan Rekomendasi

Penelitian ini direkomendasikan kepada seluruh masyarakat di dunia agar lebih berhati-hati dalam bermain media sosial, karena dampak yang diberikan dapat memberikan pengaruh langsung baik secara individu maupun kelompok. Kemudian, penelitian ini juga dapat menjadi edukasi bagi para orang tua yang memiliki anak dibawah umur agar tidak memberikan gawai sebelum usianya mencukupi dan mampu manajemen emosi diri mereka sendiri.

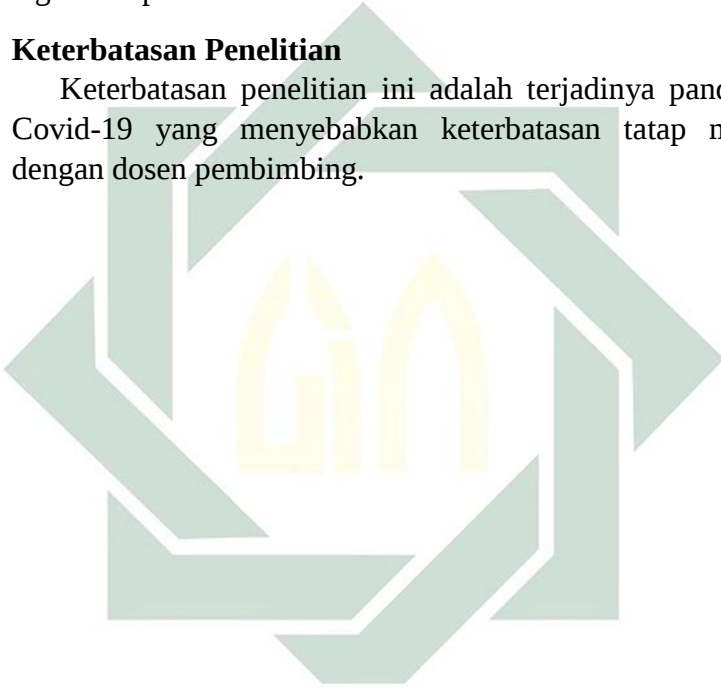
Film dokumenter *The Social Dilemma* yang diciptakan Exposure Labs menjadi salah satu media yang menyampaikan informasi. Film tidak hanya dibuat untuk kepentingan komersial dan sebagai media hiburan saja,

namun juga ingin menyampaikan pesan kepada masyarakat yang dibungkus dengan sebuah film agar mudah dipahami.

Hadirnya penelitian algoritma media sosial ini, dapat digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi terkait konstruksi pada sebuah film dan masalah kinerja dari algoritma pada media sosial.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah terjadinya pandemi Covid-19 yang menyebabkan keterbatasan tatap muka dengan dosen pembimbing.



DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, Hunt. & Gentzkow, Matthew., “Social Media and Fake News in the 2016 Election”, *Journal of Economic Perspectives*, (online), volume 31, no. 2, diakses pada November 2021 dari <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>
- Arul, Kang., *Social Media Marketing Training*, Makalah disajikan dalam Telkom Professional Certification Center di Bandung, 21-23 Agustus 2017.
- Arya, Amos & Dian, Hen., “Perancangan Film Dokumenter Kampung Peneleh Surabaya”, *Jurnal DKV Adiwarna*, (online), volume 1, no.4, diakses pada September 2021 dari <http://publication.petra.ac.id>.
- Bachtiar, Wardi., *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Bradshaw, Samantha & Howard, Phillip N., *Why does Junk News Spread so Quickly Across Social Media? Algorithms, Advertising, and Exposure in Public Life*. (Florida: Knight Foundation, 2018
- Bungin & Burhan, M., *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Surabaya: Kencana, 2005.
- Cambridge University Press (Inggris) 2014. *Social Media Mining*. The Online Books Page, viewed August 2021, <https://www.cambridge.org/core/books/social-media-mining/D1050E05E04E082BF2AED1E8D4BB8656>
- Carlos & Bolano, Cesar., “Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New

- Media”, *International Review of Information Ethics*, (online), volume 26, diakses pada September 2021 dari <http://www.i-r-i-e.net>
- Chris, El., “Remaja. Media Sosial dan *Cyberbullying*”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, (online), volume 5, no. 2 diakses pada November 2021 dari <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/991/944>
- Eka, Hasanah., *Kecanduan Pengguna, Keuntungan Aplikasi Media Sosial*, diakses pada tanggal 7 September 2021 dari <https://aptika.kominfo.go.id/2019/02/kecanduan-pengguna-keuntungan-aplikasi-media-sosial/>
- Eriyanto. *Analisis Framing*. Yogyakarta: LkiS Group, 2012.
- Fatimah, “Penerapan Teori Konstruktivisme Dalam Pembelajaran”, *Jurnal Paedagogia*, (online), volume 8, no. 2, diakses pada Oktober 2021 dari <http://jurnalpaedagogia.com/index.php/pdg/article/view/46>
- Fensi, Fabianus., “Peran Media Sosial dalam Pembentukan Karakteristik Siswa SMA & SMK Bhinneka Tunggal Ika Jakarta”, *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, (online), volume 4, no. 2, diakses pada November 2021 dari <https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dan-kewirausahaan/article/view/2325>
- Hakim, Saifudin., *Memanfaatkan Waktu Luang untuk Hal-Hal yang Bermanfaat*, diakses pada tanggal 29 November 2021 dari <https://muslim.or.id/37903-memanfaatkan-waktu-luang-untuk-hal-hal-yang-bermanfaat.html>
- Halim, Syaiful., “Dekonstruksi Mitos Film Dokumenter The Look of Silence (Senyap) Karya Joshua Oppenheimer”, *Ideology Journal*, (online), volume 2, diakses pada Agustus 2021 dari <http://www.researchgate.net>

- Ichwan, Febry., “Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis, dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, (online), volume 2, no.1, diakses pada September 2021 dari <https://ejurnal.stikpmedan.ac.id>
- Irwanto & Hariatiningsih, Laurensia., “Meliterasi Warganet dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial yang Sehat”, *Jurnal Komunikasi*, (online), volume 11, no.1, diakses pada Agustus 2021 dari <http://ejournal.bsi.ac.id>.
- Juditha, Christiany., “Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya”, *Jurnal Pekommas*, (online), volume 3, no. 1, diakses pada November 2021 dari <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/2030104>.
- Juminem, “Adab Bermedia Sosial Dalam Pandangan Islam”, *Genealogi PAI*, (online), volume 6, no. 1, diakses pada November 2021 dari <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/genealogi/article/view/1799>
- Knight Foundation (Inggris) 2018. *Why Does Junk News Spread So Quickly Across Social Media? Algorithms, Advertising And Exposure In Public Life*. The Online Books Page, viewed August 2021, https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/142/original/Topos_KF_White-Paper_Howard_V1_ado.pdf
- Lestari, Evi., *Konsep Dasar Algoritma Dan Pemrograman Dengan Bahasa Java*. (Banjarmasin: Poliban Press, 2020)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

- Nurdin, Ali., “Desain Proposal Penelitian”, catatan perkuliahan di kelas mata kuliah *Metode Penelitian Komunikasi (Analisis Teks Media)*, Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Nurdin, Ali, *Penelitian Teks Media; Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi*. (Surabaya: CV. Revka Prima Media, 2021).
- Nursikuwagus, A., Hikmawati, E., Wisesty, N., Mahayana, D., “Kajian Saintifik Fenomena Adiksi Gadget dan Media Sosial di indonesia”, *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*, (online), vol. 10, no. 1, diakses pada September 2021 dari <http://ojs.unikom.ac.id>
- Nyarwi, “Paradoks Media sebagai Pilar Keempat Demokrasi”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, (online), volume 12, nomor 2, diakses pada September 2021 dari <http://jurnal.ugm.ac.id>
- Ramadhani, Putri Sari., “Analisis *Framing* Citra Jokowi dalam Film Dokumenter *Sexy Killer*”, *Tesis*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2021.
- Rikardo, Riki., “Film Dokumenter sebagai Sumber Belajar Siswa”, *Jurnal Ekspresi Seni*, (online), volume 17, no. 1, diakses pada Oktober 2021 dari <http://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/Ekspresi/article/view/71>
- Riswati, Tamara Adys., “Teknik Penulisan Naskah Dalam Film Dokumenter Sampahku Mainanku”, *Laporan Proyek Akhir*, Jurusan Penyiaran Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro, 2017.
- Siahaan, R., M.Kom. *Desain dan Analisis Algoritma*. Klaten, IKAPI, 2020.

- Simon Kemp, “*Digital 2021: Indonesia*”, diakses pada tanggal 13 September 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Stop bullying, *WhatIs Cyberbullying*, diakses pada 25 November 2021 dari <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it>
- Supardan, “Teori Konstruktivisme Dalam Pembelajaran”, *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, (online), volume 1, no.2, diakses pada September 2021 dari <http://ehournal.stitpn.ac.id>
- Suprayogo, Imam. & Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001)
- Syamilah, Yeka., “Konstruksi Realitas Rasisme dalam Film *The Help*”, *Jurnal Fisip*, (online), volume 2, no. 1, diakses pada Oktober 2021 dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/5087/4967>
- Tamara, Dian., “Komunikasi dan Konstruksi Realitas Sosial dalam Film Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak”, *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, 2018, 15.
- The Social Dilemma, *FAQ*, diakses pada 22 September 2021 dari <https://www.thesocialdilemma.com/nl/faqs/>
- Utami, Uma. & Sukrisno., *10 Langkah Belajar Logika dan Algoritma Menggunakan Bahasa C dan C++ di GNU/Linux*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005.
- Wahyuni, Arum., “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”, *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, (online), volume12, diakses pada 4 November 2021 dari

<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>

- Wening, Lingut Marsudi., *Pandangan Islam Tentang Teknologi Dan Pemanfaatan Media Sosial*, diakses pada tanggal 29 November 2021 dari <https://dppai.uui.ac.id/pandangan-islam-tentang-teknologi-dan-pemanfaatan-media-sosial/>
- Yanti, Elfi., “Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi”, *SIMBOLIKA*, (online), volume 4, no.3, diakses pada September 2021 dari <http://ojs.uma.ac.id>
- Yuningsih, Ani., “Implementasi Teori Konstruksi Sosial dalam Penelitian Public Relations”, *Jurnal Mediator*, (online), volume 7, no. 1, diakses pada November 2021 dari <https://media.neliti.com/media/publications/153309-ID-implementasi-teori-konstruksi-sosial-dal.pdf>