

PEMAKNAAN PENONTON PADA FILM DOKUMENTER “*THE SOCIAL DILEMMA*”

Rugayah¹, Wiwid Noor Rakhmad², M. Bayu Widagdo³

ayarugayah@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon 024-74607

Faksmile 024-746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

"The social Dilemma" is a film that discusses the other side of social media. Social media, which plays a big role in community's lives now, also has the same big consequences, but the behavior of people using social media has not change. This research aims to find out how the audience as social media users interpret the message or meaning in the documentary film *"The Social Dilemma"* using descriptive qualitative research methods through the Reception Analysis approach and The Code of Television Theory.

The results of the research after going through the analysis process using the Reception Analysis theory approach which consists of 3 (three) positions show that all the informants consisting of 5 (five) informants as viewers are in a position of Hegemony when interpreting the message or meaning that contained in the documentary film *The Social Dilemma* which is at 3 (three) levels that have been found in accordance with the theoretical approach of The Code of Television. There were no informants who were in a Negotiation or Opposition position.

Based on these results, it can be concluded that there are similarities in meaning between what the informants mean and the message or meaning conveyed in the documentary film "The Social Dilemma" regarding the use of a social media.

Keywords: Social Media, Reception Analysis, Audience Meaning, The Social Dilemma.

ABSTRAK

"The social Dilemma" merupakan sebuah film yang membahas tentang sisi lain dari media sosial. Media sosial yang berperan besar dalam kehidupan masyarakat, ternyata membawa konsekuensi yang sama besarnya, akan perilaku penggunaan media sosial oleh masyarakat tidak berubah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan penonton sebagai masyarakat pengguna media sosial terhadap pesan atau makna dalam film dokumenter *"The Social Dilemma"* menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui pendekatan Analisis Resepsi dan Teori *The Code of Television*.

Hasil penelitian setelah melalui proses analisis dengan menggunakan pendekatan teori Analisis Resepsi yang terdiri dari 3 (tiga) posisi menunjukkan bahwa seluruh informan yang terdiri dari 5 (lima) informan sebagai penonton berada pada posisi Hegemoni saat memaknai pesan atau makna yang terdapat dalam film dokumenter *"The Social Dilemma"* yang berada

pada 3 (tiga) level yang telah ditemukan sesuai dengan pendekatan teori *The Code of Television*. Tidak ada informan yang berada pada posisi Negosiasi ataupun posisi Oposisi.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan makna antara apa yang informan maknai dengan pesan atau makna yang disampaikan dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*" mengenai penggunaan media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Analisa Resepsi, Pemaknaan Penonton, The Social Dilemma.

PENDAHULUAN

"*The Social Dilemma*" merupakan film dokumenter karya Netflix original yang berdurasi 1 jam 34 menit 30 detik. Film ini disutradarai oleh Jeff Orlowski. Jeff Orlowski bersama tim produksi menggagas dokumenter tersebut dengan tujuan ingin menunjukkan kepada penonton bahwasannya saat ini sebagian besar kehidupan masyarakat dipengaruhi dan dikontrol oleh Media Sosial yang mereka pakai. Dokumenter diisi oleh beberapa narasumber yang merupakan mantan *expert* media sosial. Narasumber memberikan pernyataannya dalam melalui dokumenter, bahwasannya terlepas dari fungsi dan manfaat media sosial adalah untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan satu sama lain, ternyata justru mengambil peran yang jauh lebih besar dibanding hal tersebut, yaitu mengontrol dan mempengaruhi kehidupan penggunanya, baik secara nyata maupun virtual.

Pernyataan Narasumber tersebut didukung dengan kenyataan bahwa media sosial memang memiliki data diri atau data pribadi setiap penggunanya. *The Social*

Dilemma menunjukkan kepada penonton bagaimana pengguna sudah tidak lagi memiliki privasi saat di mana mereka memutuskan untuk membuat akun media sosial menggunakan data pribadinya. Data tersebut kemudian menjadi sebuah database besar yang kemudian dimanfaatkan oleh pemilik platform untuk kegiatan periklanan dan marketing.

The Social Dilemma tidak hanya menunjukkan fakta tersebut. Lebih lanjut, Jeff Orlowski beserta tim produksi juga menunjukkan fakta lain yang memberikan narasi bahwa adanya media sosial juga telah mengubah perilaku khalayak secara signifikan, baik secara positif maupun negatif, sebagai individu maupun kelompok. Dokumenter kemudian membingkai fenomena tersebut menjadi seperti dunia kedua yang diciptakan dan dibentuk oleh pengguna dari media sosial.

Fenomena tersebut yang kemudian melatarbelakangi terciptanya dokumenter *The Social Dilemma*. Melalui fakta dan apa yang terjadi, Jeff Orlowski dan tim berusaha menunjukkan kepada penonton dengan memberikan narasi yang mengarah pada bahwasannya saat ini khalayak

berada dalam sebuah situasi dilema, situasi dimana media sosial sudah menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dianggap menjadi sesuatu yang membahayakan karena konsekuensinya. Kedua sisi yang terbingkai dalam dokumenter membuat penonton merasakan perasaan dilema saat menontonnya.

Sebanyak 5,04 miliar pada Januari 2024 tercatat sebagai pengguna media sosial, yang artinya sebanyak 5,04 miliar khalayak tidak menyadari bahwa mereka telah dikontrol melalui konten yang mereka konsumsi saat menggunakan media sosial. Dimana konten tersebut juga secara tidak langsung telah mempengaruhi pola pikir dan perilaku yang mengakibatkan adanya perubahan dari budaya, etika, dan norma yang ada.

Beberapa pengakuan dari pengguna media sosial yang juga berperan sebagai informan dari penelitian sebelumnya mengenai peran media sosial dalam perubahan gaya hidup remaja oleh Rahmandika Syahrial Akbar yang mengatakan bahwa pengguna tidak merasa adanya perubahan yang dialami saat menggunakan media sosial. Namun, menggunakan teori yang dipakai, peneliti melihat adanya perubahan perilaku dan peniruan tingkah laku pengguna terhadap konten yang dikonsumsi. Tingkah laku

tersebut berbeda dengan tingkah laku pengguna dalam kehidupan sehari-hari yang pengguna tidak sadari. Ketidaksadaran pengguna akan hal tersebut yang membuat pengguna terus menggunakan media sosial dan mengonsumsi konten yang ada. (Akbar, 2019: 17)

Informan lain dari penelitian tersebut yaitu sebanyak 5 (lima) dari 7 (tujuh) informan bahkan mengakui bahwa dirinya memang merasa adanya pengaruh dan perubahan yang terjadi dalam kehidupannya sehari-hari akibat menggunakan media sosial, namun ia tetap terus menggunakan dan membuka media sosial, bahkan ia merasa kebingungan harus melakukan hal apa selain membuka media sosialnya. (Akbar, 2019: 17)

Film dokumenter adalah film yang menggambarkan realitas melalui berbagai ide dan tujuan. Berbagai macam tujuan tersebut biasanya dikaitkan dengan distribusi informasi, pendidikan, dan propaganda bagi khalayak atau sekelompok khalayak tertentu. Harap dipahami, film secara keseluruhan terdiri dari berbagai genre, termasuk film dokumenter, film cerita pendek, dan film layar lebar. (Javandalasta, 2021: 2-3)

Menurut Effendy (dalam Uniwara 2021: 165), film adalah sarana komunikasi

umum yang dimaksudkan untuk diproduksi dan disebarluaskan secara massal. Dalam bukunya, istilah film digunakan untuk menggambarkan media komunikasi audio visual dengan tujuan tertentu. Membahas media, media ialah salah satu dari 6 (enam) elemen komunikasi menurut Lasswell. Adapun enam elemen tersebut yaitu *who, says what, with what channel, to whom*, dan yang terakhir adalah *with what effect*. Di mana media sendiri masuk dalam kategori elemen *With what channel*. (Marlina, 2022: 34)

Manusia pada dasarnya bersifat sosial, dan terus berkomunikasi dan mempengaruhi satu sama lain melalui koneksi dan komunikasi ini. Saat berbicara, gaya yang digunakan berbeda-beda. Salah satu gaya tersebut adalah gaya komunikasi massa dengan salah satu komponen komunikasi yang disebutkan oleh Lasswell, yaitu *with what channel*. *With what channel* itu sendiri memiliki makna sebagai alat atau media apa yang digunakan dalam berkomunikasi.

Hal ini selaras dengan apa yang dilakukan oleh sutradara dan tim produksi dokumenter "*The Social Dilemma*". Tim memilih film dokumenter sebagai media yang mereka gunakan untuk menyampaikan pesan yang ingin

disampaikan kepada khalayak mengenai apa yang terjadi dibalik kecanggihan dan kemewahan media sosial yang saat ini mayoritas masyarakat gunakan.

Situasi yang bertolak belakang antara apa yang disampaikan dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*" mengenai media sosial terhadap perilaku yang saat ini ditunjukkan oleh masyarakat terhadap penggunaan media sosial di lapangan membuat peneliti ingin mengetahui seperti apa penonton dalam memaknai pesan atau makna yang terkandung dalam film. Oleh karena itu, muncul permasalahan bagaimana penonton memaknai film dokumenter "*The Social Dilemma*"?

Tujuan penelitian ini yakni mengetahui bagaimana penonton memaknai penggunaan media sosial dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*".

Penelitian ini merujuk kepada tujuh penelitian terdahulu, yaitu Penelitian Film Get Out, Penelitian film Dua Garis Biru, Penelitian pesan pada Iklan Wardah Cosmetics "Long Lasting Lipstic Feel The Color", Penelitian peran media sosial dalam perubahan gaya hidup remaja, Penelitian berita kasus meiliana di media online, Penelitian Pornografi Dalam Film "Men, Women, & Children", Penelitian mengenai pengaruh media sosial Instagram

dan WhatsApp terhadap pembentukan budaya “Alone Together”.

Dapat dilihat persamaan dari penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah peneliti menggunakan teori Analisis Resepsi sebagai teori yang dipakai dalam meneliti obyek yang diteliti. Dimana beberapa obyek yang diteliti juga merupakan hal yang sama yaitu film dan media sosial.

Analisis Resepsi

Menurut Hagen dan Wangso (dalam Andung, 2019: 37), Analisis Resepsi berfokus pada aktifitas yang meliputi interpretif atau pemaknaan, produksi, dan pengalaman khalayak dalam berinteraksi dengan teks media. Teori ini berfokus pada aktifitas yang meliputi interpretif atau pemaknaan, produksi, dan pengalaman khalayak dalam berinteraksi dengan teks media. Khalayak sebagai penerima teks media, dan bagaimana sikap khalayak dalam memaknai teks media yang diterima tersebut.

Menurut Stuart Hall (Dalam Procter, 2004: 63), khalayak memiliki perhatian untuk menganalisis dalam lingkup sosial dan politik terhadap teks media diproduksi (*encoding*) dan mengkonsumsi teks media tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari (*decoding*).

Khalayak dalam proses melakukan *decoding* terhadap pesan media memiliki 3 (tiga) posisi, yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan

Posisi Hegemoni Dominan merupakan istilah yang menandai sebuah situasi dimana media memproduksi teks tersebut menggunakan budaya dominan yang berlaku di masyarakat. Pada posisi ini, khalayak menerima dan menyukai teks media tersebut karena apa yang ditawarkan sesuai dengan budaya dominan yang ada.

2. Posisi Negosiasi

Posisi Negosiasi merupakan istilah yang digunakan ketika posisi khalayak berada dalam situasi menerima ideologi dominan tersebut tetapi juga bisa menolak untuk menerapkannya pada peristiwa tertentu. Artinya, khalayak bisa menggunakan atau tidak menggunakan teks media tersebut sesuai dengan aturan dan budaya setempat dimana khalayak berada.

3. Posisi Oposisi

Posisi Oposisi merupakan istilah yang digunakan ketika posisi khalayak berada dalam situasi menolak makna pesan atau teks yang ditawarkan media.

Khalayak mengkritisi teks tersebut kemudian mengganti dengan teks atau kode alternatif yang sesuai dengan budaya dan cara berpikir khalayak itu sendiri.

Setelah lawan bicara memahami solusi yang ditawarkan, selanjutnya adalah *visualization*. *Visualization* adalah menggambarkan keadaan dimana masalah atau kebutuhan audiens tersebut telah diselesaikan oleh komunikator.

Di langkah terakhir, komunikator mengubah apa yang dikomunikasikan menjadi sebuah tindakan. *Action* ini adalah dimana komunikator meminta audiens untuk setuju atau menerima penawaran yang disampaikan oleh komunikator.

Pemaknaan Penonton Pada Film Dokumenter “*The Social Dilemma*”

Menurut Mulyana dalam Fatmawati (2021; 52), Pemaknaan adalah proses mendefinisikan sebuah realitas, obyek, bahkan diri sendiri. Pemaknaan dapat menentukan perilaku.

Menurut Rahmitasari (2017: 127), mengatakan penonton dapat juga didefinisikan sebagai pembaca atau pendengar baik secara individu maupun kelompok yang sedang mengonsumsi pesan atau media. Individu atau kelompok tersebut juga biasa disebut dengan Audiens.

Komunikasi massa adalah suatu rangkaian proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang. Biasanya proses penyampaiannya tersebut menggunakan alat yang disebut media. Media tersebut dikelompokkan ke dalam media massa, contoh media massa adalah radio, televisi, surat kabar atau majalah, dan film. (Suprpto, 2009: 17) Kegiatan komunikasi massa memiliki tantangannya tersendiri karena merupakan jenis komunikasi yang sulit dilakukan. Hal tersebut disebabkan salah satu sifatnya yang massal dan satu arah. Kegiatan komunikasi satu arah yang terjadi berakibat pada perbedaan bagaimana cara massa menangkap atau memaknai pesan yang disampaikan.

Berbicara mengenai media komunikasi massa, menurut Alfathoni (2022: 161), film sebagai media komunikasi massa pada umumnya dibangun menggunakan banyak tanda yang ditemukan di masyarakat lalu digabung menjadi satu kesatuan untuk menyampaikan pesan kepada penonton. Pesan tersebut mengandung sebuah kode-kode, ideologi, sistem kebudayaan sosial yang ada di masyarakat. Melalui unsur tersebut masyarakat kemudian memaknai pesan yang disampaikan dalam film. Film itu sendiri terbagi menjadi 3 (tiga), yaitu

Film dokumenter, Film cerita pendek, dan film cerita panjang.

Film dokumenter adalah jenis film yang menyajikan realitas melalui berbagai konsep dan dibuat untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan tersebut biasanya selalu terikat dengan tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi banyak orang atau kelompok.

Film dokumenter *The Social Dilemma* merupakan sebuah film yang menceritakan tentang pentingnya media sosial serta sisi gelap teknologi yang bernama Internet. Film ini mengupas beberapa dampak mengerikan dari penggunaan media sosial, seperti pengawasan secara diam-diam terhadap pengguna, perekaman kegiatan, hingga manipulasi tampilan feed agar pengguna tidak melepaskan pandangannya dari media sosial.

Pemaknaan Penonton pada Film Dokumenter *The Social Dilemma* dapat didefinisikan sebagai sebuah proses mendefinisikan yang dilakukan oleh audiens terhadap film dokumenter yang menceritakan mengenai pentingnya media sosial dan sisi gelap dari teknologi yang bernama Internet.

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan pada penelitian kali ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif.

Menurut Anonim (2018) dalam Kadarudin (2021: 46), penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang proses pengumpulan datanya memungkinkan peneliti untuk menggambarkan suatu fenomena sosial yang tengah diteliti.

Sikap khalayak terhadap pesan yang terkandung dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*" dapat memungkinkan peneliti untuk menggambarkan suatu fenomena sosial yang sedang terjadi pada penelitian kali ini.

Wilayah penelitian yang dipilih pada penelitian kali ini adalah Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia menempati posisi ke-4 sebagai pengguna media sosial paling banyak di dunia pada awal tahun 2023 dengan subjek penelitian adalah individu yang pernah menonton film dokumenter "*The Social Dilemma*" dan merupakan pengguna media sosial.

Menurut Martha dan Kresno (dalam Fathoni 2023: 137), penelitian kualitatif tidak mengenal jumlah sampel minimal dan informan yang diambil dalam jumlah kecil, bahkan pada kasus tertentu

dapat menggunakan satu informan saja. Oleh karena itu, pada penelitian kali ini peneliti memilih untuk menggunakan 5 informan yang nantinya berperan sebagai 1 Informan primer, 2 Informan kunci, dan 2 Informan tambahan.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah wawancara. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis dan interpretasi melalui 3 (tiga) tahapan yaitu Open Coding, Axial Coding, dan Selective Coding.

1. Open Coding

Open Coding merupakan tahap pertama analisis dan interpretasi data. Pada tahap Open Coding, peneliti melakukan analisis terhadap isi yang kemudian meringkasnya dengan memberi label berupa kode yang mewakili. Label tersebut seperti nama, identitas, dan fenomena yang tertulis dalam teks.

2. Axial Coding

Tahap kedua adalah tahap Axial Coding. Tahap Axial Coding atau pengkodean aksial merupakan sebuah tahap menyatukan kembali data dengan

cara baru, yaitu dengan membuat hubungan antar kategori dan merumuskan satu atau lebih kategori inti.

Tahap Axial Coding yang pada penelitian kali ini adalah menyatukan kembali setiap data yang didapat dari masing-masing responden dengan membuat hubungan antar kategori dan meletakkannya pada masing-masing kategori inti contohnya seperti kategori Hegemoni, Kategori Negosiasi, atau Kategori Oposisi.

3. Selective Coding

Selective Coding merupakan tahapan interpretasi dari kode yang dihasilkan. Dalam tahap ini peneliti membuat sebuah konsep yang dapat menjelaskan interaksi antara berbagai kategori yang sudah dirumuskan.

Pada tahap ini, peneliti akan membuat sebuah konsep yang dapat menggambarkan secara keseluruhan hasil penelitian yang berasal dari data sudah dikategorikan.

PEMBAHASAN

Pesan atau Makna pada Film Dokumenter “*The Social Dilemma*”

Terdapat 12 (dua belas) makna yang ditemukan pada film dokumenter “*The Social Dilemma*” setelah melalui proses Preferred Reading menggunakan

metode *The Codes of Television* John Fiske yang mengatakan bahwa sebuah peristiwa dalam tayangan televisi akan menjadi peristiwa televisi apabila telah *dienkode* oleh kode-kode sosial yang telah dikonstruksi dalam tiga level, yaitu level Realitas, level Representasi, dan level Ideologi.

Adapun makna yang ditemukan dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*" saat proses *preferred reading* menggunakan masing-masing level adalah:

1. Masalah Media Sosial

Pesan atau makna mengenai adanya masalah akibat dari adanya media sosial muncul saat narasumber-narasumber di menit-menit awal dokumenter mendapatkan pertanyaan dari sutradara "Apa masalahnya?" yang kemudian di respon oleh para narasumber dengan jawaban yang kesimpulannya adalah sulit untuk memberikan satu atau dua jawaban pasti yang dapat mengidentifikasi atau menggambarkan apa masalah yang ada karena masalahnya yang kompleks.

2. Peran Media Sosial

Pesan atau makna mengenai peran media sosial dalam dokumenter muncul saat dokumenter menampilkan *footage-footage* video atau foto dan *scene* sebagai contoh yang menunjukkan seperti apa tingkah laku masyarakat sebagai pengguna

media sosial, seperti berkomunikasi satu sama lain.

3. Mengubah Suasana Kehidupan Sehari-hari

Pesan atau makna mengenai media sosial mempengaruhi kehidupan sehari-hari ditunjukkan dalam dokumenter melalui *scene* makan malam bersama yang akan dilakukan oleh keluarga Frank, dimana proses makan malam tidak terasa hangat, canggung, dan bahkan tidak adanya rasa kebersamaan karena masing-masing anggota keluarga yang tidak bisa membuka obrolan karena telah terbiasa hanya fokus pada ponselnya masing-masing.

4. Media Sosial Mempengaruhi Penggunaanya

Pesan atau makna mengenai pengaruh media sosial ditunjukkan dalam dokumenter melalui *scene* dimana pemeran Isla tidak menghiraukan perkataan ibunya dan hanya fokus pada ponsel serta media sosial miliknya saat ibunya meminta tolong untuk menyiapkan meja makan malam.

5. Mempengaruhi Psikologis Pengguna

Pesan atau makna mengenai media sosial mempengaruhi psikologis pengguna ditunjukkan dalam dokumenter melalui

tingkah agresif Isla yang muncul dikarenakan ibunya menyita ponsel miliknya dan meletakkannya ke dalam kotak selama makan malam berlangsung. Ia berusaha untuk mendapatkan ponselnya kembali dengan cara memecahkan kotak tersebut.

6. Pengguna Diawasi, Direkam, dan Dikontrol

Pesan atau makna ini ditunjukkan melalui *scene* pemeran Ben yang diibaratkan sebagai robot oleh para pemilik platform dibalik layar media sosial, di mana robot tersebut oleh mereka dikontrol, diawasi, dan direkam menggunakan konten-konten yang terus mereka suguhkan dalam media sosialnya menggunakan sistem algoritma tersebut.

7. Sisi Gelap Media Sosial

Pesan atau makna mengenai sisi gelap media sosial dimunculkan dalam dokumenter saat salah satu narasumber bernama Tim Kendall yang tengah menjelaskan dan memberikan pernyataan mengenai sisi gelap dari media sosial yang diibaratkan dengan “sisi lain dari koin”. Sisi lain dari koin tersebut adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pemilik platform dibalik canggihnya media sosial.

8. Pengaruh Negatif Media Sosial

Pesan mengenai pengaruh negatif media sosial ditunjukkan dalam dokumenter melalui *scene* pemeran Ben yang terus memperhatikan ponsel ditandai dengan *scene* yang diedit lalu menambahkan *footage* lain berupa tampilan layar ponselnya tanpa menghiraukan atau fokus pada kegiatan yang sedang dilakukannya.

9. Media Sosial Adalah Ilusi

Pesan atau makna mengenai media sosial adalah Ilusi ditunjukkan dalam dokumenter saat salah satu narasumber bernama Tristan Harris tengah memperagakan sebuah trik sulap. Trik sulap tersebut kemudian berhasil membuat penonton di depan kamera kagum dan terheran-heran saat melihatnya. Trik Sulap tersebut kemudian digambarkan sebagai media sosial yang membuat para penggunanya tertipu terhadap keindahan dan kenyamanan di dalamnya. Media sosial melakukan cara seperti menggunakan trik permainan pikiran dan otak para pengguna melalui konten-konten yang disuguhkan. Seperti yang dilakukan oleh para pesulap terhadap triknya, yang mana trik tersebut hanyalah sebuah ilusi atau tipuan saja.

10. Mengubah Sikap Masyarakat

Pesan atau makna mengenai media sosial berperan dalam mengubah sikap masyarakat yang ditunjukkan dalam dokumenter muncul digambarkan melalui pemeran Isla. Pemeran Isla yang saat di rumah hanya sibuk dengan ponsel dan media sosialnya dan membuat dirinya lebih suka menghabiskan waktu di kamar dibandingkan berkumpul atau berbicara dengan anggota keluarga lainnya.

11. Alat Propaganda

Pesan atau makna mengenai media sosial dijadikan sebagai alat propaganda terlihat saat dokumenter memunculkan *footage* video yang berisi tentang sekelompok ras kulit putih dan kelompok bernama ISIS yang tengah melakukan demonstrasi di jalan. Kegiatan tersebut terjadi setelah kelompok tersebut menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan dan informasi kepada para pengikutnya.

12. Mengajak Khalayak

Pesan atau makna mengajak khalayak terdapat dalam dokumenter saat para narasumber yang merupakan para ahli dibalik canggihnya media sosial mengajak khalayak untuk bersama-sama mengurangi bahkan mencegah pengaruh negatif yang lebih besar yang berpotensi muncul di masa depan. Pengaruh negatif itu sendiri

tidak disadari oleh masyarakat akibat adanya media sosial yang membuat salah satu narasumber, yaitu Jaron Lanier yang merupakan visual artis dan ilmuwan komputer amerika menulis buku berjudul “Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts” sebagai salah satu ajakan untuk tidak bergantung pada media sosial.

Posisi Pemaknaan Penonton pada Film Dokumenter “*The Social Dilemma*”

Penonton melakukan pemaknaan pada setiap makna yang ditemukan yang kemudian pemaknaan tersebut diposisikan oleh peneliti ke dalam 3 (tiga) posisi yang terdapat dalam konsep teori Analisis Resepsi, yaitu Posisi Hegemoni, Posisi Negosiasi, dan Posisi Oposisi.

Posisi Hegemoni dilabeli dan disingkat menjadi H, posisi Negosiasi dilabeli dan disingkat menjadi N, dan posisi Oposisi dilabeli dan disingkat menjadi O.

Adapun gambaran secara keseluruhan posisi pemaknaan penonton pada setiap makna yang ditemukan adalah:

Inf.	Inf.	Inf.	Inf.	Inf.
1	2	3	4	5
N	H	H	H	H
H	H	H	H	H

H	H	H	H	H
N	H	H	H	H
H	H	H	H	H
H	H	H	H	H
N	H	H	H	H
H	H	H	H	H
H	H	H	H	H
O	H	H	H	H
H	H	H	H	H
H	H	H	H	H

Tabel 2.1 Gambaran Keseluruhan Posisi Pemaknaan Informan

Hasil dari gambaran secara keseluruhan pemaknaan informan tersebut kemudian diinterpretasi oleh peneliti untuk mengetahui bagaimana posisi pemaknaan informan terhadap makna yang ditemukan secara umum.

Adapun posisi pemaknaan informan terhadap makna yang ditemukan secara umum adalah:

Inf.	Inf.	Inf.	Inf.	Inf.
1	2	3	4	5

H	H	H	H	H
---	---	---	---	---

Tabel 2.2 Posisi Pemaknaan Informan Secara Umum

Informan 1 berada pada posisi Hegemoni karena dari ke-12 (dua belas) pemaknaan terhadap makna yang ditemukan, 8 (delapan) pemaknaan berada pada posisi Hegemoni, hanya 3 (tiga) pemaknaan yang berada pada posisi Negosiasi dan 1 (satu) pemaknaan berada pada posisi Oposisi.

Informan 2 berada pada posisi Hegemoni karena dari ke-12 (dua belas) pemaknaan terhadap makna yang ditemukan, ke-12 (dua belas) pemaknaan informan tersebut berada pada posisi Hegemoni. Tidak ada pemaknaan yang berada pada posisi Negosiasi dan posisi Oposisi.

Informan 3 berada pada posisi Hegemoni karena dari ke-12 (dua belas) pemaknaan terhadap makna yang ditemukan, ke-12 (dua belas) pemaknaan informan tersebut berada pada posisi Hegemoni. Tidak ada pemaknaan yang berada pada posisi Negosiasi dan posisi Oposisi.

Informan 4 berada pada posisi Hegemoni karena dari ke-12 (dua belas) pemaknaan terhadap makna yang ditemukan, ke-12 (dua belas) pemaknaan informan tersebut berada pada posisi

Hegemoni. Tidak ada pemaknaan yang berada pada posisi Negosiasi dan posisi Oposisi.

Informan 5 berada pada posisi Hegemoni karena dari ke-12 (dua belas) pemaknaan terhadap makna yang ditemukan, ke-12 (dua belas) pemaknaan informan tersebut berada pada posisi Hegemoni. Tidak ada pemaknaan yang berada pada posisi Negosiasi dan posisi Oposisi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian setelah melalui proses analisis dengan menggunakan pendekatan teori Analisis Resepsi yang terdiri dari 3 (tiga) posisi menunjukkan bahwa seluruh informan yang terdiri dari 5 (lima) informan sebagai penonton berada pada posisi Hegemoni saat memaknai pesan atau makna yang terdapat dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*". Tidak ada informan yang berada pada posisi Negosiasi ataupun posisi Oposisi. Hal tersebut dikarenakan informan menerima dan merasa bahwa pesan yang terdapat pada film dokumenter "*The Social Dilemma*" sesuai dengan apa yang informan ketahui, alami, dan budaya yang terjadi di lingkungan sekitar tempat tinggal informan mengenai penggunaan media sosial.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan makna antara apa yang informan maknai dengan pesan atau makna yang disampaikan dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*" mengenai penggunaan media sosial. Dimana pesan atau makna yang dalam terdapat dalam teks dan simbol pada film dokumenter tersebut diambil dan diproduksi menggunakan budaya dominan yang terjadi. Budaya dominan yang berfokus pada penggunaan media sosial.

SARAN

Saran Akademis

Saran yang diberikan dalam segi signifikansi akademis adalah agar pada penelitian serupa selanjutnya peneliti disarankan untuk dapat menggunakan pendekatan lain selain pendekatan Analisis Resepsi yang dipakai sebagai konsep untuk dapat memahami bagaimana pemaknaan khalayak terhadap teks media yang khalayak konsumsi.

Saran Praktis

Saran yang diberikan dalam segi signifikansi praktis adalah agar tim produksi dan segala pihak yang terlibat dalam film dokumenter "*The Social Dilemma*" bisa menggunakan cara atau taktik yang dapat semaksimal mungkin mengkomunikasikan dan mempromosikan film tersebut, sehingga pesan-pesan atau

makna yang terdapat dalam film dokumenter mengenai pengetahuan tentang konsumsi media sosial dapat tersebar lebih luas kepada masyarakat.

Saran Sosial

Saran yang diberikan dalam segi signifikansi praktis adalah agar masyarakat dapat menyampaikan pesan atau makna yang didapatkan melalui film dokumenter “*The Social Dilemma*” kepada masyarakat terutama pengguna media sosial yang berada disekitarnya agar pesan dan pengetahuan mengenai penggunaan media sosial dapat tersampaikan secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Javandalasta, Panca. 2021. *5 Hari Mahir Bikin Film*. Malang: Batik Publisher.
- Uniwara, Trapenas. 2021. *Peluang Dan Tantangan Pembelajaran Digital Di Era Industri 4.0 Menuju Era 5.0*. Pasuruan: Prosiding Transformasi Pembelajaran Nasional (Pro-Trapenas).
- Marlina, dkk. 2022. *Buku Ajar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Penerbit CV Feniks Muda Sejahtera.
- West, Richard dan Lynn H Turner. 2007. *Pengantar Teori Komunikasi*, Edisi 3 Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Rahmitasari, Diyah Hayu. 2017. *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pusaka Obor Indonesia
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta; Medpress.
- Alfathoni, Muhammad Ali Mursid. 2022. *Pengantar Teori Semiotika*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kasemin, H Kasiyanto. 2016. *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Procter, James. 2004. *Routledge Critical Thinkers Stuart Hall*. United Stated Amerika: TJ International.
- Fatmawati. 2021. *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Banyumas: CV. Amerta Media.
- Kadarudin. 2021. *Penelitian di Bidang Ilmu Hukum (Sebuah Pemahaman Awal)*. Semarang: Formaci.
- Fathoni, Mukhamad. 2023. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Sumatra Barat: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.

Fiske, John. 2010. *Television Culture*.
United Kingdom: Taylor & Francis
Publisher.