

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Internet pada saat ini sudah lah menjadi sarana yang tak bisa luput dari kehidupan individu. Baik dari kalangan menengah atas hingga ke bawah, golongan tua hingga muda sudah menggunakan fasilitas kemajuan teknologi satu ini. Internet memiliki banyak ragam bentuk, seperti mesin pencarian, pesan elektronik, pasar belanja *online*, *e-learning*, web portal (portal media online *detiknews*, *republika.com*, *tribunnews.com*) dan *chatting* (*Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, dan sebagainya). Internet memiliki berbagai macam manfaat seperti, sebagai sarana untuk mendukung kegiatan pendidikan, mengakses informasi, mendukung kegiatan ekonomi (contohnya jual beli *online*), sarana *entertainment*, hingga berkomunikasi. Berkomunikasi dalam internet biasa dikenal dengan istilah *chatting*, yakni melakukan percakapan/obrolan melalui suatu aplikasi dengan sarana internet. Namun dengan seiring kemajuan teknologi, *chatting* saat ini tidak hanya dapat dilakukan komunikasi antar individu, melainkan internet pada saat ini sudah dapat digunakan sebagai sarana untuk mengunggah foto/video, *update* status, aplikasi pencari jodoh, *streaming online* dan sebagainya. Hal tersebut sering kita dengar dengan istilah media sosial.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015:11) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi merak dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai *medium* (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Adapun menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016:440), bahwa media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi dengan orang lain dan perusahaan dan *vice versa*.

Penggunaan media sosial pada umumnya digunakan untuk berkomunikasi dan menjaga hubungan dengan sesama teman, keluarga, mendiskusikan suatu topik/permasalahan, berbagi pendapat, menerima informasi, membaca review dan lain lain. Namun dengan tumbuh dan kembangnya penggunaan media sosial saat ini, media sosial memiliki efek yang berbeda yang ditimbulkan oleh para penggunanya. Seperti efek positif yang dihasilkan dari penggunaan media sosial, salah satunya ialah kemudahan berinteraksi dalam berkomunikasi. Tetapi efek negatif yang dibawa oleh media sosial, perlu menjadi perhatian kita juga saat ini. Seperti, mudahnya mengungkapkan kebencian terhadap orang lain dengan mengunggah kata-kata atau gambar yang tidak etis, dapat dengan mudah memprovokasi orang lain, membuat seseorang menjadi acuh terhadap lingkungan sosial, sulit membedakan informasi mana yang benar dan yang mana palsu, dan lain sebagainya.

Seperti dalam film *Netflix "The Social Dilemma"* yang mana membahas tentang berubah nya pola hidup sosial seseorang pada *lifestyle* atau gaya hidup seseorang dalam menggunakan media sosial terhadap *gadget* yang dimilikinya. Di film ini, memperlihatkan kepada kita tentang dampak penggunaan media sosial pada remaja, dampak kesehatan fisik dan gangguan mental, sulit membedakan mana berita yang asli dan mana yang palsu, serta ketergantungan menggunakan dan bermain media sosial.



Gambar 1.1 Poster Film “*The Social Dilemma*”

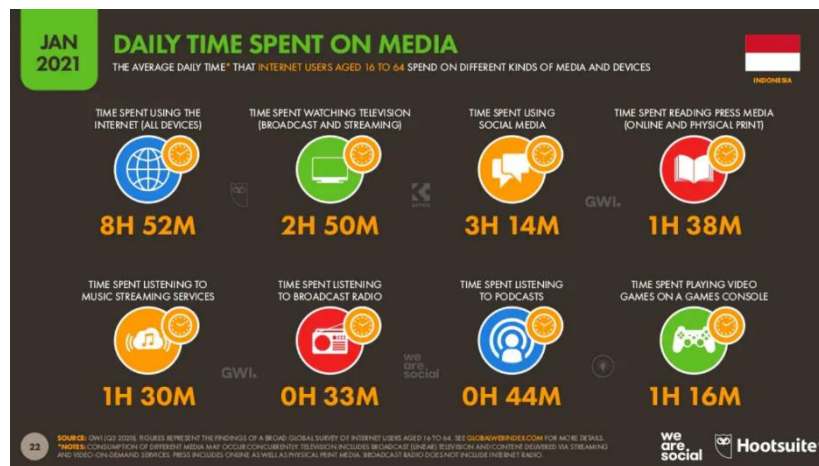
The Social Dilemma adalah sebuah film dokumenter drama Amerika Serikat yang dikeluarkan pada tahun 2020 bulan September di *Netflix* dan ditonton oleh sekitar 38 juta penonton dalam bulan pertama dirilis. Film ini disutradarai oleh Jeff Orlowski dan ditulis oleh Orlowski, Davis Coombe, dan Vickie Curtis. Film ini membahas bagaimana media sosial di desain dengan dimaksudkan untuk memelihara kecanduan, memanipulasi orang dan pemerintah, dan menyebarkan teori konspirasi.

Film ini juga mengkaji tentang bagaimana pengaruh media sosial pada remaja dan kaitannya terhadap kesehatan mental (termasuk kesehatan mental remaja dan meningkatnya angka bunuh diri remaja). Film ini menampilkan wawancara dengan banyak mantan karyawan, eksekutif, dan profesional lainnya (seperti dokter, psikologi dan akademis) lainnya dari perusahaan teknologi papan atas dan *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Google*, *Twitter*, *Instagram*, *Mozilla*, *Pinterest*, dan *Youtube*.

Orang-orang yang diwawancarai tersebut dipilih untuk memanfaatkan pengalaman utama di perusahaan mereka untuk membahas bagaimana *platform* tersebut telah menyebabkan konsekuensi sosial, politik, dan budaya, yang bermasalah dan negatif. Beberapa orang yang diwawancarai telah memenuhi syarat bahwa *platform* media sosial dan perusahaan teknologi besar juga telah memberikan beberapa perubahan positif bagi masyarakat. Wawancara ini disajikan dengan disisipkan dramatisasi sebagai reka adegan atas pernyataan yang diberikan oleh narasumber *interview* dengan realita kecanduan media sosial pada remaja.

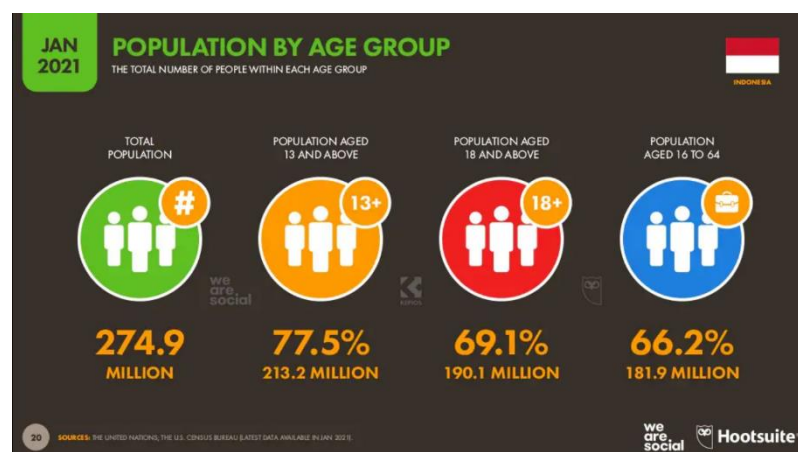
Melihat pada film ini, yang memperlihatkan kepada kita dampak buruk bila bermain dan menggunakan media sosial secara berlebihan dapat memberikan gangguan psikis dan kesehatan seseorang. Namun, di film ini hanya sebatas menampilkan data skala pengguna dunia. Lantas pesan apa yang dapat kita ambil dari film ini, sebagai pengguna media sosial pada masyarakat Indonesia

Dilansir pada situs portal media berita <https://tekno.kompas.com> (diakses pada 13/09/2021), menampilkan riset yang telah dilakukan oleh perusahaan media asal Inggris. *We Are Social* yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, keduanya merilis laporan “*Digital 2021: The Latest Inti The State of Digital*” yang diterbitkan pada 11 Februari 2021. Laporan itu menunjukkan pola pemakaian media sosial di sejumlah negara, salah satunya Indonesia.



Gambar 1.2 Data Penggunaan Media Sosial Indonesia (Diakses 13/09/2021)

Pada laporan tersebut, rata-rata orang Indonesia dalam mengakses media sosial menghabiskan 3 jam 14 menit sehari, yang mana rata rata dari mereka mengakses media sosialnya melalui *smartphone* mencapai 98,2 %.



Gambar 1.3 Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Umur (Diakses 13/09/2021)

Tidak hanya itu, data tersebut diambil dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, yang pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Artinya

jumlah pengguna media sosial di Indoensia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021.

Berbicara penggunaan media sosial kehadirannya seperti dua mata pisau saat ini. Di satu sisi membawa banyak manfaat yang memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain, sarana untuk mendapatkan informasi yang terjadi di negara lain dan sekitar kita dengan cepat, mempermudah kita untuk menemukan komunitas yang sesuai dengan hobi, dan beragam manfaat lainnya. Namun di sisi lain juga menimbulkan beragam masalah seperti, penyebaran propaganda politik untuk memecah belah suatu negara, penyebaran berita palsu, tayangan yang tidak mendidik seperti kekerasan, pornografi, SARA, perubahan pola perilaku anak menjadi tidak baik, hingga menjadi candu dalam bermain sosial media.

Dapat dilihat dari riset tersebut dan menghasilkan data pengguna media sosial internet Indonesia, kekuatan media sosial memang tidak bisa dihindarkan pada hidup kita. Sehingga tidak heran jika penggunaan media sosial begitu intensif dan menyita banyak waktu. Penggunaan media sosial yang cukup insentif ini kemudian menimbulkan beberapa masalah kesehatan, baik fisik dan mental.

Dilansir pada <https://pikiranrakyat.com> (diakses pada 13/09/2021) terdapat dua remaja asal Bekasi, yang mengalami gangguan akibat terlalu sering memainkan media sosial pada *smartphone*. Dua Remaja tersebut terpaksa dirawat di yayasan penanganan gangguan jiwa. Menurut Marsan (Perawat), “remaja tersebut cuma bisa diam saja, makan tidak bisa. Cuma kalau ada hape di-charge, langsung direbut. Ini karena mereka sudah terlalu ketergantungan dengan hape dan gim,” ucap dia kepada *Pikiran Rakyat*, Rabu 16 Oktober 2019.

Tidak sampai disitu saja, kita dapat melihat kilas balik seperti pada kasus Audrey; yaitu perundungan yang dialami seorang remaja siswi SMA asal Pontianak Sulawesi. Pada tahun 2019 bulan April, kasus ini sempat heboh di media sosial khususnya *Twitter* dengan bermunculan tagar *#JusticeforAudrey*. Dilansir pada <https://news.detik.com> (diakses pada 15/09/2021), kasus ini bermula dari cekcok

akibat saling ejek di medsos Audrey. Audrey saat itu sempat dirundung hingga terjadi nya pengeroyokan dan perkelahian.

Meski begitu, mengutip dari helpguide.org, banyak penelitian yang telah menemukan hubungan kuat antara sosial media dengan dampak negatif, seperti peningkatan risiko depresi, kecemasan, kesepian, menyakiti diri sendiri, dan bahkan pikiran untuk bunuh diri. <https://merdeka.com> (diakses pada 15/09/2021).

Media massa merupakan bagian yang tak terpisahkan dari komunikasi massa. Pada hakikatnya, media massa adalah perpanjangan tangan dan lidah manusia yang sangat berjasa dalam meningkatkan perkembangan struktur sosialnya. Pesan dalam komunikasi massa dikirim dari sumber yang melembaga, bersifat massal dan melalui alat-alat mekanis. Karakteristik dari komunikasi massa sendiri dapat terlihat seperti, memiliki komunikasi yang mengandung satu arah yang tidak ada interaksi antara sumber dan penerima, bersifat terbuka, tersebar dengan luas, serta dapat mengendalikan arus informasi. Jika di masa tradisional dulu, komunikasi massa tersampaikan melalui media seperti asap, api, surat burung, drama dan bunyi bunyian, maka di masa ini komunikasi massa tampil dalam rupa yang berbeda seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

Film yang merupakan sebagai salah satu bentuk perkembangan komunikasi massa, kini tak lagi menjadi hiburan semata. Namun, mulai digunakan sebagai media penyampai pesan. Selain itu film merupakan media komunikasi massa yang dapat dikatakan efektif dalam memberikan dampak kepada para penontonnya, karena pada film seseorang dapat lebih mudah mendapatkan informasi melalui perpaduan antara audio dan visual. Tak hanya itu, pesan yang disampaikan oleh film dapat diterima oleh masyarakat secara *massive* dalam satu kali pemutaran film pada satu waktu.

Film tidak hanya sebagai media hiburan semata, tetapi juga sebagai media informasi dan edukasi. Penyampaian informasi melalui film dapat dilakukan dengan cepat. Terdapat berbagai macam kategori *genre*, mulai dari yang sifatnya

film dengan mengangkat cerita fiksi maupun kisah nyata yang merupakan refleksi dari kehidupan sehari-hari.

Tak hanya itu, banyak juga pesan yang terkandung dalam sebuah film misalnya keluarga, percintaan, kebudayaan, politik dan masih banyak lainnya. Dari pesan yang terdapat dalam sebuah film, bisa dianggap berpengaruh pada perilaku manusia dalam menjalani hidup sosial di masyarakat.

Daya tarik yang dihasilkan oleh film sangat kuat dalam membangun fokus pada penontonnya. Film mampu mengajak para penontonnya untuk berimajinasi dalam membuat para penonton akan sangat menjiwai isi dari suatu cerita tersebut. Film juga mempunyai efek bagi para penontonnya, dimulai dari adanya suara, warna, sebuah kisah kehidupan, yang akan membawa penonton nantinya menjiwai suatu fenomena pada film tersebut.

Selama masa pandemi COVID-19 ini, *Netflix* menjadi salah satu alternatif yang dipilih masyarakat untuk menemani karantina di rumah. *Netflix* sendiri adalah aplikasi layanan yang memungkinkan pengguna menonton tayangan kesukaan di mana pun, kapan pun, dan hampir lewat media apapun (*smartphone*, *smart TV*, *tablet*, *computer*, dan *laptop*). *Netflix* disini, dapat dikatakan sama dengan langganan televisi berbayar (*cable tv*), namun letak perbedaannya *Netflix* hanya menampilkan *series* televisi dan film yang disiarkannya. Keunggulan yang dimiliki oleh *Netflix* yaitu terbebas dari iklan serta dapat menentukan konten atau film yang ingin ditonton tanpa perlu menunggu jam tayang film atau serial televisi tersebut.

Keadaan yang memaksa masyarakat untuk di rumah saja mengakibatkan pengguna *Netflix* melonjak. Merujuk *Forbes*, pada periode Januari-Maret 2020, *Netflix* memperoleh 15,77 juta pelanggan baru. Pada tiga bulan berturut-turut pelanggan *Netflix* bertambah lagi sebanyak 10 juta pelanggan. Hingga kuartal ketiga 2020, *Netflix* mengantongi hampir 200 juta pelanggan aktif. <https://kompas.id> (diakses pada 16/08/2021)

Di Indonesia sendiri tren pengguna layanan *video on demand* (VoD) mulai diperkenalkan pada tahun 2016. Berbagai *streaming video on demand* (SVoD)

mulai bermunculan seperti, *mola tv*, *viu*, *hooq*, *Disney hotstar*, *Iflix*, dan lain sebagainya. Namun salah satu layanan yang paling populer untuk SVoD adalah *Netflix* dengan tawaran berupa *TV Show* dan film yang memiliki beragam *genre*, seperti *action*, drama, horror, hingga komedi.

Maka dari itu alasan peneliti mengambil objektifitas bahan penelitian dengan bersumber pada film *Netflix "The Social Dilemma"*, karena film ini mempresentasikan di era yang sekarang. Bahwa kebanyakan orang sudah menjadi candu terhadap media sosial yang dimilikinya, serta membuat seseorang pada saat ini sulit untuk merespon terhadap apa yang ada di media sosial dan bagaimana menerima informasi yang benar atau palsu.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah pada skripsi ini, diantara lain sebagai berikut:

1. Apa yang menyebabkan seseorang menjadi gemar bermain media sosial?
2. Bagaimana seseorang dapat mengurangi bermain media sosial?
3. Bagaimana cara seseorang dapat bijak dalam menggunakan media sosial?
4. Bagaimana analisis *framing* pesan sosial yang terkandung dalam film "*The Social Dilemma*"?
5. Bagaimana merespon informasi dan menggunakan media sosial secara baik dan benar?

1.3. Pembatasan Masalah

Untuk membatasi kajian skripsi ini, maka skripsi ini akan membahas *scene* yang berisi pesan sosial atas penggunaan media sosial sepanjang film *Netflix "The Social Dilemma"* dengan menggunakan analisis *Framing* Robert N. Entman.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, ini adalah rumusan masalah yang ditentukan pada skripsi ini: “Bagaimana Analisis *Framing* Pesan Sosial Pada Film Netflix “*The Social Dilemma*”

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pembingkaiian definisi masalah terkait kecanduan media sosial dalam film “*The Social Dilemma*”.
2. Pembingkaiian masalah-masalah yang muncul terkait kecanduan media sosial dalam film “*The Social Dilemma*”.
3. Membuat keputusan moral terkait kecanduan media sosial dalam film “*The Social Dilemma*”
4. Mampu mendapatkan penyelesaian masalah atau penanganan terkait kecanduan media sosial dalam film “*The Social Dilemma*”.

1.6. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti berharap bahwa dengan adanya penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, baik praktis maupun akademis, diantaranya sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Akademis

Untuk secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada Ilmu Komunikasi konsentrasi Broadcasting (Penyiaran) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta terhadap penggunaan analisis *framing* baik pada film maupun dalam bidang jurnalistik.

1.6.2. Manfaat Praktis

Semoga dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap masyarakat dapat mengambil pesan sosial dari film ini terkait dengan kecanduan penggunaan media sosial, serta dapat menggunakan media sosial dengan bijak dan mem-*verifikasi* dengan benar sebelum menerima informasi. Dan juga manfaat lain dari penelitian ini, yaitu dapat membantu khususnya dalam industri pembuatan film dalam mengembangkan pesan sosial pada film yang dikerjakan.