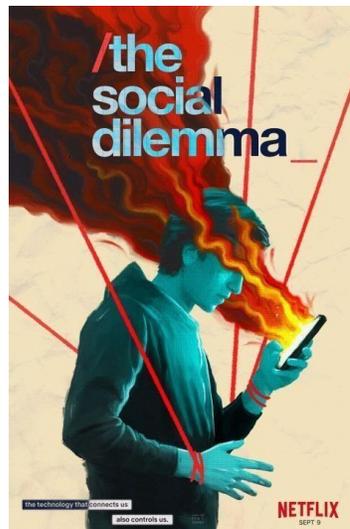


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. (Ningsih, 2020)



Gambar 1.1 Poster Film Dokumenter *The Social Dilemma*

Sumber: <https://moviewme.id/images/movies/2020/the-social-dilemma.jpg>

Dokumenter diisi oleh beberapa narasumber yang merupakan mantan *expert* media sosial yang telah berkontribusi menciptakan alat tersebut. Mulai dari Tristan Harris, pimpinan dari Center for Humane Technology yang dulu seorang desainer Google, Joe Toscano, seorang mantan Konsultan Design Google, Justin Rosenstein,

seorang penemu tombol like Facebook, Tim Kendall, seseorang yang pernah memimpin Pinterest, hingga Cathy O'Neil, yang dulunya adalah seorang Direktur Monetisasi Facebook. (Ningsih, 2020)



Gambar 1.2 Para Pemain dan Pengisi Film Dokumenter

Sumber: google.com

Narasumber memberikan pernyataannya 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. (Netflix, 2020)

Pernyataan Narasumber tersebut di dukung 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. (Netflix, 2020)

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. (Netflix, 2020)

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. (Netflix, 2020)

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. (Rizaty, 2024)

Salah satu tanda yang terlihat di masyarakat adalah dengan banyaknya *trend* yang muncul akibat adanya media sosial. Contohnya seperti *trend* membuat konten video “A Day in My Life”, sebuah konten yang mengharuskan pemilik konten

memperlihatkan apa saja aktivitas yang dilakukannya dalam satu hari ke dalam konten video yang kemudian di unggah di media sosialnya. Arus *trend* yang sangat cepat juga membuat pengguna berlomba- lomba untuk mengikuti setiap *trend* yang ada. (Nurlaela, 2022)

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 Syahril 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)

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)

Salah satu pengguna Twitter, dengan akun bernama HUDI dan nama pengguna @humandataincome dengan pengikut 159 ribu memposting sebuah meme yang berisi tentang gambar Chaptta Verifikasi yang bergambar swafoto Mark

Zuckerberg dengan judul “select all squares with People you trust with your data, if there are none, click skip” yang terbagi menjadi 16 kotak. 16 Kotak tersebut dipilih 6 kotak yang berada di pinggir kiri dan kanan dimana pada bagian kotak tersebut tidak ada bagian wajah dan tubuh Mark Zuckerberg. Meme tersebut mendapatkan engagement sebanyak 488 ribu *views*, 479 *repost*, 36 *quotes* *repost*, dan 7.112 ribu *likes* dari pengguna Twitter. Pengguna membuat meme semacam yang telah disebutkan akan tetapi ia tetap menggunakan Twitter dan mengunggah meme tersebut melalui akunnya. (humandataincome, 2024)



Gambar 1.3 Screenshot Unggahan Meme “People you trust with your data”

Sumber: Twitter.com

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 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.

1.2 Rumusan Masalah

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*"?

1.3 Tujuan

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

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Dari segi akademis, penelitian ini bisa dijadikan rujukan sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu komunikasi dengan cara menjabarkan seperti apa penonton dalam memaknai film dokumenter "*The Social Dilemma*" melalui pendekatan teori Analisis Resepsi, teori yang akan digunakan pada penelitian ini.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini dapat ditujukan untuk rumah produksi film dokumenter "*The Social Dilemma*" sebagai pengetahuan dan tolak ukur mengenai seberapa besar pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator yang mana adalah rumah produksi berhasil tersampaikan dengan baik kepada komunikan yang mana dalam hal ini adalah penonton.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Dari manfaat sosial, hasil dari penelitian ini terutama pesan yang terdapat dalam film dokumenter “*The Social Dilemma*” dapat dijadikan sebagai pemahaman serta wawasan bagi masyarakat.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah paradigma konstruktivisme. Menurut Yerby (1995) dalam West dan Turner (2007: 55), paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang menjelaskan bahwa individu secara berkala menciptakan struktur sosial melalui aksi dan interaksi yang mereka lakukan. Tidak ada kebenaran atau realita yang abstrak, sebab realita hanya ada ketika orang menciptakannya secara bersama-sama.

1.5.2 *State of the Art*

Suatu penelitian selalu berangkat dari sebuah permasalahan atau fenomena yang telah dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Adapun beberapa penelitian yang menguji sebuah obyek dengan menggunakan pendekatan teori yang sama yaitu:

Penelitian oleh Adlina Ghassani dan Catur Nugroho yang mengangkat Film *Get Out* sebagai obyek penelitian yang diteliti menggunakan teori Analisis Resepsi. Fokus penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 ini adalah pesan yang disampaikan dalam film, yakni nilai-nilai rasisme. Seperti apa penonton dalam menanggapi, merespon, serta menerima nilai-nilai tersebut. Metode penelitian yang dipakai yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan

wawancara. Hasil penelusuran memperlihatkan posisi penonton sebagai penerima pesan dalam film *Get Out* tentang makna rasisme didominasi oleh posisi *oppositional*. (Ghassani dkk, 2019: 127) (<https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm> diakses pada 17 Agustus 2022 pukul 18.15 WIB)

Penelitian yang dilakukan oleh Mega Pertiwi, dkk yang mengangkat film *Dua Garis Biru* sebagai obyek penelitian. Penelitian dilakukan pada tahun 2020, berfokus pada nilai yang terkandung dalam film yaitu nilai-nilai keluarga yang dikaji memakai teori Analisis Resepsi. Metode penelitiannya merupakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang mengamati asimilasi antara wacana media dengan wacana dan budaya khalayak. Hasil penelitian memperlihatkan interpretasi penonton terhadap film *Dua Garis Biru* untuk adegan konflik pertama dan kedua di dominasi oleh posisi Hegemoni Dominan yang berarti pesan tersampaikan secara ideal dan penonton menerima pesan apa adanya. (Pertiwi dkk, 2020: 2) (<https://doi.org/10.18196/ja.1101> diakses pada 17 Agustus 2022 pukul 18.52 WIB)

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Hesti Meilasari dan Umaimah Wahid pada tahun 2019. Penelitian tersebut memilih pesan pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color” sebagai obyek penelitian menggunakan teori Analisis Resepsi. Jenis penelitian ini disebut penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini disebut penelitian deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti memakai metode triangulasi sumber data untuk menilai keabsahan data penelitian dari wawancara. Hasil penelusuran memperlihatkan dari 5 informan, ada 2 kategori yang muncul dari khalayak yang mana kategori Hegemoni Dominan dan kategori Negosiasi. (Wahid dkk, 2020: 3)

https://www.researchgate.net/publication/342397816_Analisis_Resepsi_Khalayak_Terhadap_Isi_Pesan_Pada_Iklan_Wardah_Cosmetics_Long_LastinLpstic_Feel_The?enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMD0MjM5Nzg5NjBUzo5MDU3DuwDcMDc3ODNAMTU5Mjk0ODMyODkyMA%3D%3D&el=1_x_2&esc=publicationCoverPdf diakses pada 17 Agustus 2022 19.54 WIB)

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmandika Syahrial Akbar pada tahun 2019 yang mengangkat topik mengenai peran media sosial dalam perubahan gaya hidup remaja. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi dan *indepth interview*. Hasil penelitian ini adalah 5 (lima) dari 7 (tujuh) informan mengaku bahwa media sosial berperan dalam merubah gaya hidupnya, dimana informan biasanya meniru konten yang ditonton dan dilihat pada saat bermain media sosial. (Akbar, 2019: 13)

<https://repository.unair.ac.id/87338/5/JURNAL%20RAHMANDIKA%20S%20A.pdf> diakses pada tanggal 22 november 2023 pukul 09.10 WIB)

Penelitian yang dilakukan oleh Sofiana Santoso tahun 2020 yang mengangkat berita kasus meiliana di media online sebagai obyek yang diteliti menggunakan teori Analisis Resepsi. Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data memakai wawancara secara langsung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pengalaman, pengetahuan pribadi, latar belakang sosial budaya serta konsumsi media memberi pengaruh pada pemaknaan khalayak lewat decoding. (Santoso, 2020: 141)

<https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13285> diakses pada 17 Agustus 2022 21.15 WIB)

Penelitian oleh Agistian Fathurizki dan Ruth Mei Ulina Malau pada tahun 2018 mengangkat tema Pornografi Dalam Film: Analisis Resepsi Film "Men, "Women & Children". Fokus penelitian ini yakni konteks film tersebut mencerminkan realitas kehidupan masyarakat modern saat ini yang bergantung pada internet. Dimana seperti dua sisi koin yang memiliki dampak positif dan dampak negatif. Obyek tersebut diteliti menggunakan teori Analisis Resepsi dengan metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu informan berada pada posisi oposisi dan negosiasi. Tidak ada informan yang berada pada posisi dominan. (Fathurizki dkk, 2018: 20) (<http://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/view/11347/9075> diakses pada tanggal 18 Agustus 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan Saleh dan Ribka Pitriani pada tahun 2018 mengenai pengaruh media sosial Instagram dan WhatsApp terhadap pembentukan budaya "Alone Together" . Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Hasil dari penelitian ini yakni media sosial Instagram dan WhatsApp memberi pengaruh pada pembentukan budaya "Alone Together" . (Saleh dan Pitriani, 2018: 113) (<file:///C:/Users/lenovo/Downloads/jurnaladm,+1+gunawan+saleh-editing+R1.pdf> diakses pada tanggal 22 november 2023 pukul 09.30 WIB)

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.

Adapun teori yang dipilih untuk dipakai pada penelitian kali ini adalah Teori 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.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Pemaknaan

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

1.6.2 Penonton

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.

1.6.3 Komunikasi Massa

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.

1.6.4 Film sebagai Media Komunikasi Massa

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.

Menurut Javandalasta (2021: 2), film memiliki 3 (tiga) jenis, yaitu:

1. Film Dokumenter

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.

2. Film Cerita Pendek

Film cerita pendek adalah jenis film yang menyajikan cerita fiksi atau khayalan dengan durasi film biasanya kurang dari 60 (enam puluh) menit.

3. Film Cerita Panjang

Film cerita panjang adalah jenis film yang menyajikan cerita fiksi atau khayalan yang durasinya lebih dari 100 (seratus) menit. Film jenis ini adalah film yang biasanya diputar di bioskop atau dikomersilkan.

1.6.5 Film Dokumenter The Social Dilemma

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.

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

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.

1.7 Argumen Penelitian

Film dokumenter “*The Social Dilemma*” sejatinya hanya menyajikan fakta yang terabaikan di masyarakat. Fakta bagaimana media sosial telah mengubah berbagai aspek kehidupan sehingga tercipta peradaban seperti yang terjadi saat ini, baik dan buruknya. Tidak ada pihak yang benar-benar bisa disalahkan dalam keadaan ini. Mengklaim bahwa situasi ini sepenuhnya salah saja rasanya kurang tepat. Semua ini tercipta karena media sosial memiliki peluang untuk diciptakan.

Peluang itu ada karena melihat keadaan di lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar yang berkaitan dengan kebutuhan komunikasi masyarakat. Dimana pada saat itu, kebutuhan komunikasi masyarakat masih terbatas. Pendiri media sosial menggunakan kemampuan yang dimilikinya untuk membuat sesuatu yang bisa

menunjang kegiatan komunikasi tersebut. Terbukti dengan adanya media sosial, komunikasi menjadi jauh lebih mudah dan praktis.

Seiring dengan berjalannya waktu, alat itu nampaknya menimbulkan konsekuensi disamping manfaat yang didapatkan. Dimana hal tersebut lebih dulu dirasakan oleh para ahli dibalik canggihnya perangkat lunak tersebut. Para ahli merasakan bahwa seiring dengan berjalannya waktu dan dibersamai dengan perkembangan, alat tersebut semakin memiliki kekuatan untuk mengontrol penggunaannya. Bagi boomerang, media sosial yang menawarkan manfaat ini juga membawa sisi lainnya, yaitu sisi gelap yang mana tim produksi dokumenter *The Social Dilemma* berusaha tunjukkan.

Perbedaan kontras yang terjadi diantara kenyataan yang ada di lapangan dengan pesan yang ingin disampaikan dalam dokumenter membuat penonton menerima dan memaknai pesannya secara beragam. Pemaknaan yang beragam terhadap pesan tersebut tidak lepas dari pengaruh pengetahuan, pengaruh lingkungan, kehidupan sosial, serta latar belakang budaya dari masing-masing penonton seperti yang dijelaskan pada teori Analisis Resepsi. Apakah penonton dapat menerima sepenuhnya bahkan setuju terhadap sudut pandang yang ditunjukkan dalam film, memilih untuk tidak menanggapi atau netral atau bahkan menolak sudut pandang tersebut karena memiliki sudut pandang sendiri.

1.8 Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan pada penelitian kali ini yaitu metode penelitian kualitatif. Dalam metode kualitatif, landasan teori digunakan sebagai acuan agar penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Proses dan makna juga merupakan

hal lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif dimana analisis yang digunakan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. (Kasemin, 2016: 610)

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah 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.

Pada penelitian kali ini, sikap khalayak terhadap pesan yang terkandung dalam film dokumenter “*The Social Dilemma*” dapat memungkinkan peneliti untuk menggambarkan suatu fenomena sosial yang sedang terjadi.

1.8.2 Situs Penelitian

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. (Annur, 2023)

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang akan digunakan pada penelitian kali ini 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.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah data berupa teks, kata-kata, atau kalimat yang menggambarkan dan mempresentasikan hasil penelitian.

Data teks, kata-kata, atau kalimat yang menggambarkan dan mempresentasikan hasil penelitian tersebut diperoleh melalui hasil wawancara yang akan dilakukan.

1.8.5 Sumber Data

Terdapat 2 (dua) jenis sumber data yang akan diperoleh untuk penelitian kali ini, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah jenis sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian.

Jenis sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian pada penelitian kali ini akan didapatkan melalui responden yang akan melakukan wawancara mendalam dengan peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber penelitian.

Jenis sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber penelitian

pada penelitian kali ini diperoleh melalui buku, kutipan fakta di internet, dan jurnal penelitian hasil dari penelitian serupa sebelumnya.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

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. (Firman, 2015: 63)

Teknik Wawancara yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah teknik wawancara mendalam antara peneliti dengan responden yang dilakukan secara langsung atau tatap muka.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data pada penelitian kualitatif merupakan proses yang kreatif. Namun, masih terdapat metode secara eksplisit dan sistematis yang sebaiknya peneliti gunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan data tersebut secara tekstual.

Proses Analisis dan Interpretasi data yang akan dilakukan pada penelitian kali ini adalah peneliti akan terlebih dahulu mendengarkan dan menulis data yang telah diperoleh agar data tersebut dapat disajikan secara tekstual, yang kemudian dianalisis dan diinterpretasi menggunakan beberapa tahapan yang akan digunakan.

Adapun tahapan analisis dan interpretasi data yang akan digunakan yaitu:

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.

1.8.8 Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Kualitas data pada penelitian kali ini diperoleh melalui analisis kredibilitas dan otentisitas dari realita sosial yang dihayati dan dipahami oleh para pelaku sosial. Hal tersebut dikarenakan berkaitan dengan paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivisme.

Pada penelitian kali ini, kredibilitas dan otentisitas dari responden yang mana adalah pelaku yang akan memberikan makna terhadap pesan yang ada dalam film menjadi acuan dalam menilai kualitas data yang diperoleh.