

BAB II

MEDIA SOSIAL DALAM FILM

Pada bab 2 (dua) penelitian kali ini, peneliti akan membahas mengenai bagaimana media sosial mendefinisikan masyarakat, pengaruh dan peran media sosial yang dibahas dalam sebuah film, dan pembahasan mengenai film dokumenter “*The Social Dilemma*.”

2.1 Media Sosial Mendefinisikan Masyarakat

Pada masa ini, pengguna media sosial semakin masif dan meningkat setiap tahunnya. Pada Januari 2024 saja, pengguna media sosial telah mencapai sebanyak 62,3% atau sebanyak 5,04 miliar dari total populasi penduduk di seluruh dunia. Dimana Indonesia sendiri menyumbang sebanyak 150 juta jiwa. (Rizaty, 2024)

Ada alasan pengguna, khususnya masyarakat Indonesia menggunakan media sosial. Alasan utamanya adalah karena media sosial memiliki beragam fungsi yang dapat membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan hiburan, kebutuhan berjejaring, kepentingan dalam kehidupan sehari-hari saat ini seperti mencari informasi, bertukar foto atau video, berkomunikasi satu sama lain dengan keluarga, teman, atau kolega, berdiskusi, hingga digunakan sebagai media untuk melakukan kegiatan marketing. (Nandy, 2023)

Sebelum media sosial menjamur dan beragam jenisnya seperti sekarang, masyarakat Indonesia hanya mengenal satu media sosial, yaitu Six Degree yang dibuat dan digunakan pada tahun 1997. Dimana sama seperti media sosial pada umumnya, Six Degrees memiliki fungsi utama untuk terhubung satu sama lain dengan pengguna. Hingga munculah Friendster di tahun 2003 menggantikan

posisinya dengan fitur dan fungsi yang lebih menarik perhatian masyarakat sampai berhasil meraih popularitasnya di Asia Tenggara termasuk Indonesia. (Christy, 2023)

Berawal dari desain dan fungsi yang sederhana seperti Six Degrees dan Friendster, media sosial terus mengembangkan fungsi dan fitur utamanya kepada masyarakat. Hingga munculah Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat, Telegram, WhatsApp, dan media sosial lainnya dengan berbagai macam fungsi dan fitur yang beragam karena faktor kebutuhan dan keinginan pengguna dalam kegiatan berjejaring yang juga semakin beragam. Para pencipta media sosial tersebut berlomba-lomba untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut. (Christy, 2023)

Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat, Telegram, WhatsApp, dan media sosial lainnya sebenarnya hampir memiliki fungsi dan fitur yang sama. Seperti Facebook dan Twitter, yang keduanya memiliki fungsi untuk membagikan status atau pikiran, foto atau video, dan memberikan reaksi, komen, serta membagikan konten, Snapchat dan Instagram yang fungsi utamanya untuk membagikan video dan foto, serta Telegram dan WhatsApp yang fungsi utamanya untuk *chatting*. (Christy, 2023)

Kemiripan yang dimiliki masing-masing antara kedua media sosial tersebut tidak lepas dari proses pengamatan, peniruan, dan pemodifikasian dari media sosial yang lahir lebih awal. Dengan melihat fitur dan fungsi yang ada, Snapchat lahir dari hasil modifikasi Instagram, sama halnya dengan Facebook dan Twitter, serta Telegram dan WhatsApp. (Christy, 2023)

Keberagaman media sosial yang lahir pada akhirnya membuat masyarakat pengguna media sosial memiliki banyak pilihan untuk memakai media sosial apa

yang paling cocok dan nyaman digunakan. Situasi tersebut membuat masyarakat seringkali mendefinisikan dirinya melalui media sosial yang mereka pakai, bahkan hingga menyebabkan adanya polarisasi berdasarkan kategori media sosial yang dipakai. (CNN, 2022)

Contohnya seperti media sosial LinkedIn, masyarakat biasanya mendefinisikan pengguna media sosial tersebut sebagai orang yang hidupnya berkecimpung di dunia profesional. Instagram dan Snapchat, masyarakat mendefinisikan pengguna media sosial tersebut sebagai seseorang yang mempunyai kepribadian gemar berfoto-foto dan menyimpan memori. Hingga masyarakat pengguna Twitter dan Facebook biasanya didefinisikan sebagai masyarakat yang gemar menambah wawasan dan ilmu dengan mencari atau membaca informasi. (CNN, 2022)

Adapun tahun kemunculan, perkembangan, dan fungsi media sosial yang disebutkan di atas dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Perkembangan Media Sosial

No.	Nama	Tahun Rilis dan Perkembangan	Fungsi
1.	My Space	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pada tahun 2003. (Wikipedia, 2021) - Berkembang dan populer pada tahun 2006. (Wikipedia, 2021) 	<ul style="list-style-type: none"> - Saling terhubung dengan teman. - Terhubung dan bertemu dengan orang baru. - Membagikan profil, dan konten seperti musik. (Wikipedia, 2021)
2	Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pada tahun 2004. (Wikipedia, 2023) - Berkembang dan populer pada tahun 2006. (Wikipedia, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Terhubung dengan teman. - Mencari kenalan baru - Menjalankan bisnis atau

			<p>promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bergabung dengan komunitas sesuai ketertarikan atau hobi. - Membagikan status, serta foto atau video. (Wikipedia, 2023)
3	Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pada tahun 2010 (Wikipedia, 2023) - Berkembang pada tahun 2011 (Wikipedia, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Membagikan foto atau video - Membuat dan membagikan konten - Terhubung dengan teman atau kolega. (Wikipedia, 2023)
4	Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pertama pada tahun 2006 (Wikipedia, 2023) - Berkembang pada tahun 2007 – 2011. (Wikipedia, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Terhubung dengan teman - Mencari kenalan baru - Membagikan konten - Membagikan informasi - Menjalankan bisnis atau promosi. (Wikipedia, 2023)
5.	Snapchat	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pertama pada bulan September tahun 2011. (Wikipedia, 2023) - Berkembang pada bulan Desember 2011. (Wikipedia, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengambil foto - Merekam video - Menambahkan teks dan lukisan - Mengirimkan foto atau video tersebut ke daftar teman. (Wikipedia, 2023)
6.	WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pertama pada tahun 2009. (CNN, 2021) - Berkembang pada 2010 hingga 2014. (Wikipedia, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Media untuk berkomunikasi secara individu atau kelompok - Media berbagi berkas - Media menjalankan bisnis dan marketing. (Wikipedia, 2023)

7.	Telegram	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pertama pada tahun 2013. (Ranti, 2023) - Berkembang pada tahun 2015. (Ranti, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Media untuk berkirin pesan teks, audio, video, gambar, dan stiker. - Media untuk berkomunika secara Individu atau kelompok. (Ranti, 2023)
8.	Path	<ul style="list-style-type: none"> - Rilis pertama pada tahun 2010 (Wikipedia, 2023) - Berkembang pada tahun 2011. (Wikipedia, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Media mengunggah foto, video, atau lokasi. - Media untuk membagikan musik, film, atau buku yang sedang dinikmati. - Media untuk terhubung dengan pengguna lain dengan berkirin pesan, komentar, dan memberikan reaksi. (Wikipedia, 2023)

2.2 Media Sosial dalam Bingkai Film

Kehadiran media sosial berpengaruh dalam mengubah pola pikir masyarakat. Masyarakat pengguna media sosial dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi, bahkan jika konten tersebut merupakan informasi yang belum terbukti kebenarannya atau berita palsu (hoax). Masyarakat juga cenderung mengikuti apa yang mereka lihat di media sosial dalam segi perilaku dan sikap dalam kehidupan nyata. (Nandy, 2023)

Contohnya seperti yang dijelaskan dalam film Budi Pekerti (2023) dan Penyalin Cahaya (2021). Budi Pekerti (2023) adalah sebuah film yang menceritakan kisah bu Prani, seorang guru BK di salah satu sekolah yang viral akibat adanya video yang memperlihatkan dirinya sedang marah-marah kepada seseorang di tempat umum karena menyerobot antrian, sedangkan Penyalin Cahaya (2021) adalah film

yang menceritakan seorang Sur, mahasiswa sebuah universitas yang mendapati foto-foto dirinya yang sedang mabuk di acara pesta perayaan kemenangan kompetisi komunitas teaternya viral di media sosial. (CNN, 2023)

Kedua film tersebut menceritakan bagaimana pengguna media sosial dan internet atau yang biasa disebut dengan warganet mudah sekali dipengaruhi dan terpapar oleh konten dan informasi yang mereka konsumsi saat menggunakannya. Banyak sekali warganet yang secara langsung menghujat dan mencemooh bu Prani dan Sur melalui foto dan video yang beredar tanpa mengetahui apa kebenaran yang sebenarnya terjadi dibalikinya. (CNN, 2023)

Penggambaran mengenai bagaimana masyarakat dipengaruhi secara perilaku dan sikap dalam menggunakan media sosial di kehidupan mereka juga dicontohkan pada film Like & Share (2023) dan Eight Grade (2018). Like & Share (2023) merupakan sebuah film yang menceritakan tentang dua sahabat remaja bernama Lisa dan Sarah yang gemar bermain ASMR dan merekam serta membagikannya di saluran youtube pribadi milik berdua, sedangkan Eight Grade (2018) merupakan film yang menceritakan kisah Kayla, seorang gadis SMP yang terobsesi menjadi populer di media sosial dengan menjadi kepribadian yang berbeda dari dirinya di dunia nyata. (Nuri, 2023)

Kedua film tersebut menggambarkan bagaimana tokoh utama merupakan pengguna media sosial yang sudah berada pada tahap kecanduan. Mereka menggunakan media sosial untuk meraih sesuatu yang mereka inginkan dan mencari yang tidak bisa mereka dapatkan di dunia nyata, seperti konten pornografi yang dicari oleh Lisa dan konten manipulasi untuk memnciptakan citra diri sendiri oleh Kayla.

Dimana tindakan tersebut mempengaruhi perilaku dan sikap mereka tanpa mereka sadari dalam kehidupan sehari-hari yang dijalani, baik secara fisik maupun psikis. (Nuri, 2023)

Adapun beberapa film yang menggambarkan tentang bagaimana pengaruh media sosial terhadap kehidupan sehari-hari adalah:

Tabel 2.2 Film Tentang Pengaruh Media Sosial

No.	Nama Film	Jenis Film	Media Sosial dalam Film
1.	The American Meme (2018)	Dokumenter	Media sosial dalam film ini digambarkan sebagai alat atau media utama dalam kehidupan sosial media influencer. (Wikipedia, 2023)
2.	A Simple Favor (2018)	Film Panjang	Media sosial dalam film ini berperan sebagai alat atau media yang menemani kehidupan sehari-hari dan salah satu mata pencaharian tokoh utama bernama Stephanie. (Wikipedia, 2023)
3.	Men, Women, & Children (2014)	Film Panjang	Media sosial dan Internet dalam film digambarkan sebagai alat yang memudahkan dalam menjalani kehidupan sehari-hari, dan tanpa disadari telah mengubah gaya berkomunikasi. (Wikipedia, 2021)
4.	Terms and Conditions May Apply (2013)	Dokumenter	Film ini menggambarkan bagaimana pengguna selalu dihadapkan pada syarat dan ketentuan yang diberikan oleh media sosial yang mereka gunakan dan seringkali dengan mudahnya pengguna menyetujui tanpa membacanya terlebih

			dahulu. (Wikipedia, 2021)
5.	Spree (2020)	Film Panjang	Film ini menggambarkan bagaimana tokoh utama, Kurt, terobsesi untuk menjadi viral di media sosial dan meraih kesuksesan melalui media sosial. (Wikipedia, 2021)

2.3 Film Dokumenter *The Social Dilemma*

“*The Social Dilemma*” merupakan film dokumenter yang mengangkat tema perpaduan antara Ilmiah dan Alami. Film ini berhasil mendapatkan screening dan tayang perdananya di Sundance Film Festival pada tanggal 26 Januari 2020 sebelum akhirnya tayang pada platform streaming Netflix tanggal 20 September 2020. Film ini disutradarai langsung oleh Jeff Orlowski-Yang.

Film dokumenter “*The Social Dilemma*” merupakan sebuah dokumenter yang menceritakan tentang betapa besar dan pentingnya peran media sosial. Namun, disisi lain, film ini juga turut membahas sisi gelap yang terjadi sebagai akibat dari adanya media sosial tersebut. Sisi gelap tersebut seperti pengawasan secara diam-diam terhadap pengguna, perekaman setiap kegiatan atau setiap klik yang pengguna lakukan saat membuka, hingga memanipulasi tampilan *feed* dengan konten yang menjadi ketertarikan setiap pengguna agar pengguna sulit untuk mengalihkan pandangannya. Film ini menunjukkan bagaimana setiap kegiatan sehari-hari pengguna telah direkam, diatur, dan dikontrol oleh media sosial yang pengguna gunakan.

Kegiatan perekaman, pengaturan, dan pengontrolan tersebut kemudian dijadikan alat oleh pemilik platform untuk menjalankan tujuan utama perusahaan

teknologi yang dikatakan oleh salah satu narasumber, yaitu; Sasaran keterlibatan, memastikan dan meningkatkan pengguna dalam membuka beranda, Sasaran pertumbuhan, memastikan pengguna datang kembali dan bahkan mengundang temannya untuk menggunakan juga, dan tujuan periklanan, dimana ketika dua tujuan yang telah disebutkan tercapai, perusahaan menghasilkan sebanyak mungkin dari aktivitas iklan.

Film ini dapat membuat penonton memiliki wawasan dan pengetahuan baru mengenai apa yang sebenarnya dilakukan oleh perusahaan media sosial terhadap platform yang ditawarkan secara gratis kepada penggunanya, dan bagaimana mereka menjalankan bisnis serta meraih keuntungan melalui hal tersebut. Penonton juga diperlihatkan mengenai asal-usul algoritma dan bagaimana segala aktivitas yang terjadi di media sosial saling berkaitan karena algoritma tersebut. *“The Social Dilemma”* membuat penonton mengetahui bahwa segala aktivitas yang dilakukan saat menggunakan media sosial terekam, terawasi, dan terkontrol.

Ada beberapa kekurangan dalam film dokumenter *“The Social Dilemma.”* Salah satu diantaranya yaitu alur dokumenter yang maju dan mundur di mana setiap bagian tema yang sedang dibahas, baik dialog, narasi, maupun kumpulan kutipan video ataupun foto ditampilkan secara tidak berurutan. Wawancara, narasi, dan kutipan yang ditampilkan secara tidak berurutan membuat penonton harus mencerna dan memahami lebih dalam secara langsung setiap topik atau tema yang tengah dibahas di menit tersebut agar penonton bisa memahami secara keseluruhan isi dari film dokumenter dan tema-tema apa saja yang dibahas yang menjadi sub tema.

Film ini secara keseluruhan membahas mengenai bagaimana sisi gelap yang terjadi dibalik kemewahan dan kenyamanan yang disuguhkan oleh media sosial. Media sosial yang terlihat seperti medium pada umumnya dan memiliki banyak manfaat semenjak kemunculannya, ternyata dibaliknya memiliki banyak hal yang tidak mayoritas pengguna ketahui. Seperti penggunaan data pribadi pengguna untuk kepentingan bisnis, semua kegiatan dan aktivitas terekam, terawasi, dan terkontrol secara terstruktur, hingga penggunaan algoritma yang memberi suguhan-suguhan konten yang membuat pengguna tidak bisa melepaskan pandangannya pada media sosial.

Jeff Orlowski-Yang adalah seorang American filmmaker yang terkenal karena menyutradarai dan memproduksi film dokumenter pemenang Emmy Award Chasing Ice (2012) dan Chasing Coral (2017). Jeff Orlowski lahir dan besar Di Staten Island, New York. Pada usia 18 tahun, ia pindah ke California untuk belajar Antropologi di Universitas Stanford. Hingga pada tahun terakhirnya, ia bergabung pada Survei Es Ekstrim, proyek fotografi berkala yang memantau mundurnya gletser di sekitar dunia milik fotografer lingkungan James Balog. Saat itu ia bergabung bersama tim videografer, tetapi kemudian dipercaya untuk mengambil alih peran sutradara dalam proyek. Hasil dari proyek tersebut adalah film dokumenter Chasing Ice. (Wikipedia, 2023)

Chasing Ice merupakan sebuah film dokumenter yang menceritakan bagaimana penyusutan lapisan ozon pada lapisan atmosfer yang mengalami percepatan seiring dengan bertambahnya gas rumah kaca. Film ini merupakan film dokumenter perjuangan yang dibuat dengan tujuan mematahkan stigma masyarakat

yang tidak percaya dengan adanya perubahan iklim dan kenaikan permukaan laut. Melalui pengalamannya dalam membuat film dokumenter dengan tema lingkungan sosial inilah yang mendasari Jeff Orlowski membuat film dokumenter “*The Social Dilemma*” dengan harapan Ia dapat mengubah pola pikir masyarakat mengenai media sosial.

“*The Social Dilemma*” mendapatkan respon yang cukup beragam dari pecinta film atau moviegoers. Pada twitter, melalui akun twitternya masing-masing mereka membahas tentang film tersebut bahkan mereka merekomendasikannya kepada teman atau pengguna twitter lain. Seperti yang dilakukan oleh pengguna twitter dengan nama pengguna @FionnMkool2112, dia merekomendasikan film tersebut ketika sedang melakukan diskusi dengan salah satu teman twitternya, @GerwatVirginia dan mengatakan film tersebut sangat bagus karena menunjukkan bagaimana sisi gelap atau bahaya media sosial yang bisa menimpa generasi muda. (Mkool, 2023)