

**DISKURSUS KAPITALISME PENGAWASAN
(ANALISIS WACANA KRITIS MODEL FAIRCLOUGH DALAM FILM
“THE SOCIAL DILEMMA”)**

OLEH:

**JAWAHIRUS SANIAH
E021171305**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

**DISKURSUS KAPITALISME PENGAWASAN
(ANALISIS WACANA KRITIS MODEL FAIRCLOUGH DALAM FILM
“THE SOCIAL DILEMMA”)**

OLEH:

**JAWAHIRUS SANIAH
E021171305**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi :Diskursus Kapitalisme Pengawasan (Analisis Wacana Kritis
Model Fairclough dalam Film “*The Social Dilemma*”)
Nama Mahasiswa :Jawahirus Saniah
Nomor Induk :E021171305
Departemen :Ilmu Komunikasi

Makassar, 2 Agustus 2022

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

NIP 196410021990021001



Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si.

NIP 197402232001121002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

NIP: 196410021990021001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Jawahirus Saniah
NIM :E021171305
Program Studi :Ilmu Komunikasi
Jenjang :S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan Saya yang berjudul:

Diskursus Kapitalisme Pengawasan (Analisis Wacana Kritis Model Fairclough dalam Film “*The Social Dilemma*”)

adalah karya tulisan Saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka Saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 31 Juli 2022

Yang menyatakan,



Jawahirus Saniah

KATA PENGANTAR

Salam. *Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Puja dan puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Lembut, Allah SWT. atas segala rahmat dan cinta kasih-Nya yang melampaui segala bahasa dan logika. Teriring shalawat dan salam senantiasa tercurah pada kekasih Allah, Nabi Muhammad SAW. beserta para keluarga dan juga sahabat-sahabatnya.

Melalui tulisan ini izinkan penulis mengantarkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis, Jabaruddin dan Andi Aryani Rajab yang tak pernah selesai dalam mendoakan dan menyayangi penulis. Begitu juga dengan adik-adik tersayang, Muaiyadah dan Ahmad Hannan Pasuloi, dua manusia yang selalu menjadi alasan penulis untuk tetap hidup dengan penuh pengharapan menghadapi dunia ini.

Selain itu, berakhirnya masa studi yang ditandai dengan penyusunan skripsi ini tentu dapat terselesaikan berkat banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Karenanya, lewat lembaran ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Sudirman Karnay, M. Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, sekaligus penasihat akademik yang senantiasa memberi dukungan penuh pada penulis dari awal hingga selesainya masa studi.
2. Dr. Alem Febri Sonni, M. Si. selaku pembimbing yang telah memercayai serta meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.

3. Seluruh dosen beserta staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu, wawasan, pengetahuan, dan bantuan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Jeff Orlowski serta seluruh kru film *The Social Dilemma* dan *Exposure Labs* yang telah menyambut baik dan mendukung penelitian ini. Semoga gerakan ini lekas membawa perubahan sosial ke arah yang lebih baik.
5. Perempuan-perempuan yang akan selalu penulis sayangi sekaligus hormati, Cha, Adelia, Ahvi, Kartika, dan Ai. Jikalau benar semesta ada banyak, semoga kita dipertemukan kembali dalam tiap-tiap versinya.
6. Sahabat yang telah menemani separuh usia penulis, Opi, Nhatsir, Syahrul, Radhi, Ainul, Pallang dan Hatta. Terima kasih telah menemani kisah klasik yang banyak lucunya, sedihnya, dan kacaunya.
7. Saudari baruku yang dipertemukan melalui KKN Unhas Gel. 106 Wilayah Maros 2. Marin, Anita, Asti, Upe, Ipa, dan Namirah. Senang memiliki kalian sebagai keluarga kecil baru yang hangat.
8. Badan Pengurus Korps Ilmu Komunikasi (Kosmik) periode 2019-2020 dan periode 2020-2021, lebih khusus *Communication Study Club* atas ruang berproses serta kesempatan mengembangkan diri yang telah diberikan.
9. Kosmik beserta warga yang bernaung di dalamnya, terima kasih telah sudi dijadikan sebagai tempat berdiskusi, berpetualang dan bersenang-senang. Terima kasih pula untuk kakak yang lebih pantas penulis sebut sebagai guru— Kak Hajir, Kak Jung, Kak Iki, Kak Aslam, Kak Daus, Kak Momo, Kak Yudi, Kak Cakra, Kak Ihlusul, Kak Huda, Kak Rachmat, Kak Ukhwani, Kak Feby, Kak Yahya dan kakak lainnya yang dalam keterbatasan ruang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

10. Adik-adik yang akan selalu penulis kenang sebagai manusia dengan hati dan budi yang baik— Nurin, Oca, Fira, Fara, Appang, Maldhi, Salman, Indra, Marva, Fayed, Susan, dan Maya. Rasa kasihku tak akan pernah putus.
11. Kawan-kawan angkatan penulis, Capture 2017 khususnya mahasiswa jago konsentrasi penyiaran, moga senantiasa *pancen oye* di masa mendatang.
12. Kalangan yang sering penulis repotkan selama masa kuliah dengan berbagai kenangan yang mereka bawa, Eja, Resky, Ilu, Ninun, Muhaimin, Sukma, Ay, Lisa, Wees, Wildan, dan Sultan. Terima kasih dengan sungguh.
13. Para pemikir, ilmuwan, filosof, yang buah pikirannya ikut membentuk sudut pandang penulis baik dalam menyusun tugas akhir ini maupun dalam memandang dunia sehari-hari.
14. Mereka yang datang dengan banyak ilmu tentang kehidupan dan hiburan, Paulo Coelho, Aan Mansyur, Pak Sapardi, Theoresia Rumthe, Weslly Johannes, Baron Ryan, Alex Turner, Harry Styles, dan Jannabi. Terima kasih telah memeluk rasa lelah dan riuh gemuruh di kepala.

Juga pada seluruh pihak yang dengan bantuan sekecil apapun telah menyukseskan penyusunan tugas akhir. Penulis mendedikasikan skripsi ini pada mereka yang hidup dalam ketidakadilan. Terakhir, sebagai penutup, penulis ingin berterima kasih pada diri sendiri; terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, sebab perjuangan dan hal-hal baik adalah bunga yang mekar sepanjang tahun.

Makassar, 31 Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

JAWAHIRUS SANIAH. *“Diskursus Kapitalisme Pengawasan (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Film The Social Dilemma)” (Dibimbing oleh Sudirman Karnay dan Alem Febri Sonni)*

Film dokumenter *“The Social Dilemma”* yang disutradarai oleh Jeff Orlowski, mengungkap intrik tersembunyi di balik media sosial dan *platform* pencarian yang sering digunakan. Oleh karena itu, skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana wacana kapitalisme pengawasan ditampilkan dalam film, serta untuk mengetahui analisis mikrostruktur, mesostruktur, dan makrostruktur pada film.

Metodologi yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan model Analisis Wacana Kritis oleh Norman Fairclough dengan unit analisis multi-dimensi terdiri dari teks, praktik diskursif, dan praktik sosial budaya. Dalam menunjang model analisis tersebut, Analisis Wacana Kritis model Jäger dan Maier turut digunakan dengan siklus dispositif film yang memperlihatkan dialog dan pemikiran, tindakan atau isyarat, dan materialisasi wacana. Data dikumpulkan melalui observasi konten film, hasil wawancara sutradara, dan literatur terkait. Teori yang digunakan adalah Teori Kapitalisme Pengawasan oleh Shosana Zuboff. Selain itu juga menggunakan konsep Alienasi dan Kesadaran Palsu oleh Karl Marx sebagai konsep pendukung.

Dari hasil analisis diperoleh bahwa *“The Social Dilemma”* merupakan film yang menyuarakan diskursus perlawanan atas kapitalisme pengawasan. Ini diidentifikasi melalui teks yang mengindikasikan terdapat praktik-praktik industri teknologi (media sosial), cara kontrol pemilik modal terhadap pengguna, menanamkan kesadaran palsu, dan eksploitasi data. Praktik diskursus dan keberpihakan film juga tersingkap melalui wawancara terhadap sutradara serta respon yang didapat dari penonton sebagai konsumen karya. Diskursus kapitalisme pengawasan yang dimuat dalam film pun juga turut dilatarbelakangi oleh faktor-faktor sosiokultural yang saling berkaitan.

Kata Kunci: Film Dokumenter, The Social Dilemma, Analisis Wacana Kritis, Kapitalisme Pengawasan, Media Sosial

ABSTRACT

JAWAHIRUS SANIAH. *“Surveillance Capitalism Discourse (Critical Discourse Analysis Norman Fairclough in the Film The Social Dilemma)”*
(Supervised by Sudirman Karnay and Alem Febri Sonni)

The documentary “The Social Dilemma” directed by Jeff Orlowski, uncovers the hidden intrigue behind social media and most-used search platforms. Therefore, this research aims to find out how the discourse of surveillance capitalism is presented in the film and to find out the analysis of microstructure, mesostructure, and macrostructure within the film.

The methodology for this research is a qualitative approach using Critical Discourse Analysis model by Norman Fairclough with multi-dimensional analysis units, consist of text, discourse practice, and sociocultural practice. To support this analytical model, Jäger and Maier's Critical Discourse Analysis model is also used through a dispositive cycle in the film which shows dialogues and thought, actions or gestures, and discourse materialization. The data was collected through observation of film content, interviews with the director, and other related literature. The theory used is the Surveillance Capitalism by Shosana Zuboff. In addition, the concepts of Alienation and False Consciousness by Karl Marx is also used as a supporting concept.

The result showed that "The Social Dilemma" is a film that voices the discourse of resistance to surveillance capitalism. These are identified through texts which indicate that there are practices in the technology industry (social media), capital owners ways of controlling users, instilling false consciousness, and data exploiting. The discourse practice and the film's standpoint is also revealed through interviews with the director and the responses received from the audience as consumers of the film. The surveillance capitalism discourse contained in the film is also motivated by interrelated sociocultural factors.

Keywords: Documentary Film, The Social Dilemma, Critical Discourse Analysis, Surveillance Capitalism, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	9
D. Kerangka Konseptual.....	10
1. Perkembangan Komunikasi dan Media Sosial	10
2. Kapitalisme dan <i>Surveillance Capitalism</i>	13
3. Film Dokumenter sebagai Kritik Sosial.....	16
4. Analisis Wacana Kritis.....	20
E. Definisi Konseptual	25
F. Metode Penelitian	25
1. Waktu dan Objek Penelitian	25
2. Jenis Penelitian.....	26
3. Teknik Pengumpulan Data	26
4. Teknik Analisis Data	27
BAB II	30
TINJAUAN PUSTAKA	30
A. Pengantar Teori Media	30
Perkembangan Media Komunikasi.....	30
Era Media Baru	32
Peta Teori Media Massa	34

B.	Dunia Siber dan Media Sosial.....	37
	Tinjauan Atas ‘Cyber’	37
	Ruang Tak Terbatas Media Sosial	42
C.	<i>Surveillance Capitalism</i>	45
	Asal Mula Kapitalisme.....	45
	Wajah Baru Kapitalisme.....	47
	Kapitalisme Pengawasan	49
	Data Sebagai Komoditas.....	51
D.	Film Dokumenter	56
	Tipe Pendekatan Film Dokumenter	59
E.	Analisis Wacana Kritis	64
	Pengertian, Ciri, dan Sifat Wacana	64
	Analisis Wacana Kritis	65
	Karakteristik Analisis Wacana Kritis	66
	Model Norman Fairclough	70
	Wacana Kritis Melalui Medium Film Dokumenter.....	76
BAB III		78
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		78
A.	Film “The Social Dilemma”	78
B.	Rumah Produksi <i>Exposure Labs</i>	82
C.	Sutradara Jeff Orlowski	83
BAB IV		85
HASIL DAN PEMBAHASAN		85
A.	Hasil Penelitian	85
	1. Potongan-potongan Film yang Representatif dan Bermakna.....	86
	2. Penggambaran melalui Praktik Nondiskursif dalam Film	107
B.	Pembahasan	113
	1. Mikrostruktur (Dimensi Tekstual)	113
	2. Mesostruktur (Praktik Diskursif).....	118
	3. Makrostruktur (Praktik Sosiokultural).....	128
DAFTAR PUSTAKA		134
LAMPIRAN		138

BAB I

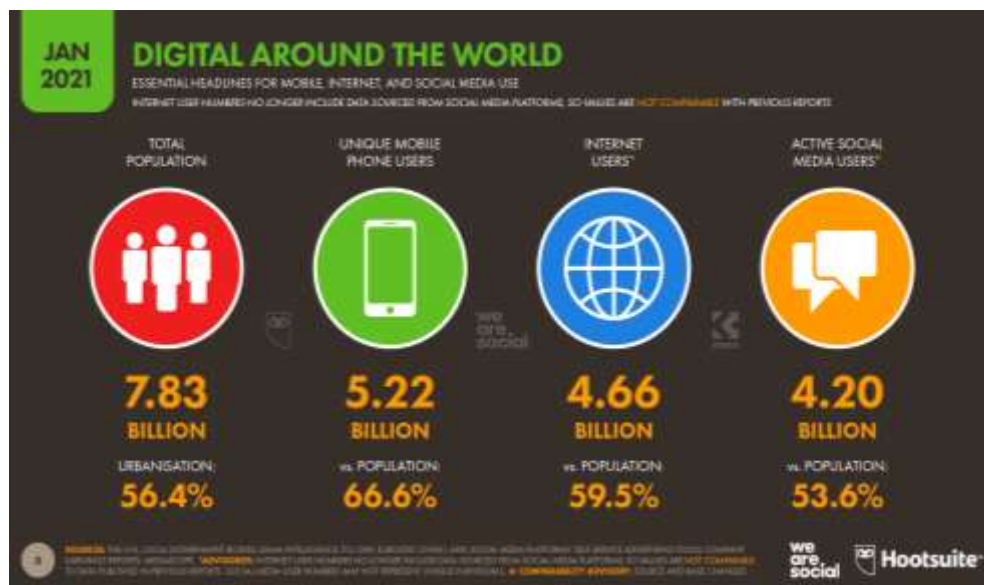
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi telah memberi kontribusi besar dalam menciptakan keberagaman media. Inilah salah satu ciri media baru yang ditandakan dengan bergesernya ketersediaan media yang dahulu sulit diakses dan terbatas menuju dunia media yang membuka banyak kemungkinan. Kemunculan media yang telah mengalami digitalisasi merupakan konsekuensi dari perkembangan teknologi, sejalan dengan hadirnya sistem terhubung atau internet (*interconnected network*) membuat paparan media telah menyentuh hampir seluruh masyarakat modern. Pada dunia yang serba cepat seperti sekarang ini, media dalam segala bentuknya telah menjadi bagian dari kehidupan manusia entah disadari atau tidak.

Internet dianggap bukan hanya sekadar produk teknologi tetapi mesin perubahan sosial, yang telah memodifikasi bentuk pendidikan, ekonomi, politik, dan hubungan sosial secara umum. Internet ditempatkan sebagai media komunikasi yang penting karena tidak terlepas dari karakteristik internet itu sendiri. Boleh dikatakan bahwa “jejaring” tidak lagi mewakili teknologi informasi semata, tetapi juga telah melebar pada terminologi di bidang antropologi, sosiologi, budaya, dan ilmu sosial lainnya yang kian berkembang karena adanya mobilitas dari masyarakat, komoditas, kapital, tanda-tanda, hingga informasi yang berkembang di dunia global. Oleh karena itu, jejaring tidak hanya melibatkan perangkat seperti komputer atau *smartphone* tetapi juga melibatkan individu-individu.

Dalam setiap perkembangan teknologi, media sebagai sarana komunikasi pun ikut berubah. Perubahan media lama menuju media baru bermakna bahwa media baru kini menempatkan khalayak tidak sekadar sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan. Karenanya hadir lah situs jejaring sosial (*social networking site*) atau lebih dikenal dengan media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat penggunanya, juga sebagai media yang memberikan ruang komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

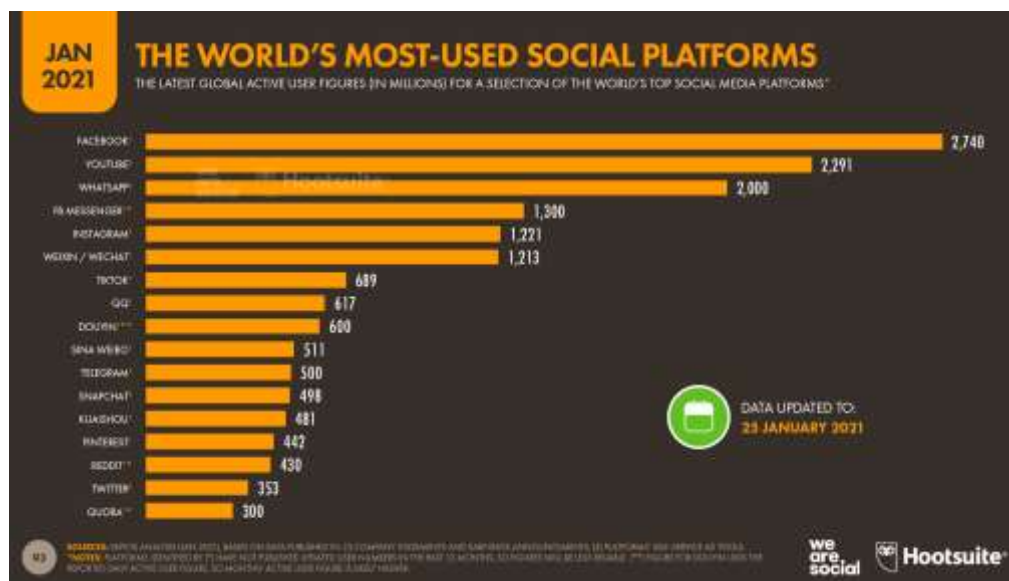


Gambar 1.1 *Digital Around The World*
 Sumber: Hootsuite & We Are Social (2021)

Berdasarkan data yang dirilis We Are Social bersama Hootsuite menunjukkan 5,22 miliar orang telah menggunakan ponsel saat ini, setara dengan 66,6% dari total populasi dunia per Januari 2021. Di antara para pengguna ponsel terdapat 4,66 miliar jiwa yang juga menggunakan internet, naik 316 juta (7,3%)

sejak tahun lalu. Penetrasi internet global pun saat ini mencapai 59,5%. Sedangkan untuk pengguna media sosial menyentuh angka 4,20 miliar pengguna, angka ini telah tumbuh sebesar 490 juta jiwa selama 12 bulan terakhir, dengan rata-rata pertumbuhan tahun-ke-tahun ialah lebih dari 13%. Dengan begitu, jumlah pengguna media sosial kini setara dengan lebih dari 53% dari total populasi dunia.

Dari data yang tersaji tersebut mengindikasikan bahwa kemajuan teknologi sangat memengaruhi tingkat interaksi di dunia digital dalam hal ini media sosial. Bukan tanpa alasan, dalam interaksi media sosial khalayak dibentuk oleh kumpulan individu yang bebas menjadi apa dan siapa saja dalam berbagi pengalaman, tidak dibatasi faktor geografis, berasal dan terdiri dari berbagai lapisan dan kategori sosial bersifat heterogen, serta memerankan dua posisi sekaligus yakni konsumen dan produsen dari suatu informasi. Hal tersebut membuat industri digital berlomba-lomba menggaet pengguna untuk platform digital mereka seperti yang tersaji dari data berikut.



Gambar 1.2 *The World's Most-Used Social Platforms*
 Sumber: Hootsuite & We Are Social (2021)

Dapat dilihat dari data tersebut, setidaknya 6 platform teratas memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan, sementara 17 lainnya paling sedikit memiliki 300 juta pengguna. Di antara daftar tertera, lima aplikasi teratas yang paling sering diakses berasal dari perusahaan raksasa, yakni Facebook (kini berubah nama menjadi Meta) melalui platform Facebook, WhatsApp, Messenger, dan Instagram serta Google dengan platform Youtube milik perusahaan mereka. Scott Galloway (2017) menyebut perusahaan raksasa tersebut sebagai *The Four Horsemen* atau Empat Penunggang Kuda yang terdiri dari Amazon, Apple, Meta, dan Google.

Masih berkesinambungan dengan kemajuan teknologi dan media, di sisi lain salah satu industri yang mengalami kepesatan adalah industri film. Munculnya film sebagai media baru sangat membantu proses penyampaian pesan pada tataran komunikasi massa karena mencakup komponen budaya universal. Film bahkan menjadi salah satu media modern yang mampu menjangkau massa dan memengaruhi khalayak, juga dapat dikatakan bahwa film harus menggambarkan wajah masyarakat serta merepresentasikan budaya sehingga sebuah film memiliki tujuan untuk memvisualisasikan skenario dunia nyata dan menggambarkannya secara halus melalui konsep, penggambaran karakter dan plot.

Saat pertama kali genre dokumenter hadir di tahun 1926, film dokumenter didefinisikan sebagai penggunaan sarana kreatif dalam upaya untuk menyampaikan peristiwa atau realita. Film dokumenter memiliki fungsi yang lebih besar dari sekadar menyampaikan informasi. Seorang pembuat film dokumenter ingin agar penonton tidak hanya menyadari topik yang dibahas, tetapi juga memahami dan berempati dengan masalah yang disodorkan oleh subjek dalam film. Oleh karena

itu film dokumenter sering kali digunakan sebagai media penyampai kritik dikarenakan sifatnya yang lekat dengan data dan fakta.

Salah satu film dengan poin kritik yang menggambarkan realita era modern yakni *“The Social Dilemma”* karya Jeff Orlowski yang diproduksi oleh Exposure Lab dan didistribusikan oleh Netflix pada tahun 2020 lalu. Film ini mencoba mengulik bagaimana selama beberapa puluh tahun terakhir, perusahaan teknologi telah banyak memberi inspirasi, kegembiraan, dan koneksi untuk para penggunanya. Produk dan layanan media sosial telah terjalin ke dalam kehidupan milyaran orang. Singkatnya, teknologi membuat dunia menjadi lebih baik. Namun ada sisi lain dari teknologi yang selama ini luput dari perhatian para penggunanya, seperti bagaimana jejaring sosial mencuri kendali waktu orang tanpa sepengetahuan mereka, dan beragam dampak negatif lain di baliknya.



Gambar 1.3 Poster Resmi *“The Social Dilemma”*
Sumber:IMDb (2020)

Mengungkap sisi gelap dari perusahaan teknologi raksasa (*silicon valley*), “*The Social Dilemma*” memadukan gaya dokumenter investigasi dengan drama naratif yang membuka mata. Film ini menampilkan wawancara dengan banyak mantan karyawan, eksekutif, dan profesional lainnya dari perusahaan teknologi papan atas dan platform media sosial, seperti Facebook, Google, Twitter, Mozilla, dan YouTube. Orang-orang yang diwawancarai ini memanfaatkan pengalaman di perusahaan mereka untuk mendiskusikan bagaimana platform itu kendati membawa kemudahan bagi masyarakat, namun juga telah menyebabkan konsekuensi sosial, politik, psikologi dan budaya yang problematik.

Kapitalisme hadir dalam berbagai bentuk dan rupa di era postmodern. Media dan industrinya adalah salah satu alat yang kerap digunakan kapitalis untuk memperoleh banyak keuntungan. Media yang pada awalnya berfungsi sebagai institusi sosial untuk melayani kepentingan publik mendapatkan informasi, kini berkembang menjadi institusi yang mengalami pergeseran idealisme yang menunjukkan bahwa media kini tidak hanya berperan sebagai institusi sosial saja namun juga institusi ekonomi dan institusi politik.

Esensi masalah dari pengelolaan teknologi media sosial ini meliputi model bisnis berbasis iklan dan pengawasan data yang menggerakkan hampir semua jejaring sosial untuk secara implisit memanipulasi penggunaanya agar meningkatkan waktu dalam mengakses platform demi menghasilkan lebih banyak keuntungan dan semakin mengesampingkan persoalan etika moral. Hal-hal seperti ini didefinisikan Shoshana Zuboff (2019) sebagai *surveillance capitalism* atau kapitalisme pengawasan.

Dalam pandangan mazhab kritis, industri media telah mengabaikan kesadaran khalayak, di mana mereka seolah-olah terhibur, sementara mereka tidak sadar bahwa ada harga yang harus dibayar. Pada akhirnya media sosial yang dianggap sebagai titik terang bagi kehidupan sosial di era modern tidaklah lebih dari sekadar institusi yang disetir oleh logika ekonomi dengan bagaimana data para pengguna media sosial digunakan sebagai komoditas nyata yang dijual untuk memengaruhi dan memanipulasi penggunanya.

Sehubungan dengan yang telah dijelaskan sebelumnya, diskursus atau wacana mengenai relasi antara teknologi, media sosial, dan kapitalisme di atas kemudian menjadi latar belakang dari keresahan-keresahan yang patut untuk diteliti dari perspektif komunikasi berupa teks wacana kritis. Sejalan dengan penelitian terdahulu milik Dahlian Ayu Novianti pada tahun 2013 dengan judul “Analisis Wacana Kritis Fairclough pada Film *The Hunger Games*”, diperoleh kesimpulan bahwa teks, baik dalam bentuk bahasa lisan maupun visual, dalam film *The Hunger Games* mengindikasikan adanya wacana kapitalisme. Dengan menggunakan teori Kapitalisme Marxis dan didukung teori Kekuasaan dan Ilmu pengetahuan oleh Michel Foucault.

Penelitian yang juga relevan dengan penelitian kali ini adalah jurnal dari Ruth Florescia Simanjuntak dan Sugeng Wahjudi yang terbit tahun 2019 berjudul “Kontra Hegemoni Melalui Perspektif Van Dijk pada Film *The True Cost* sebagai Refleksi *Fast Fashion Industries*” Penelitian Ruth dan Sugeng menampilkan kontra hegemoni atas industri *fast fashion* yang dimunculkan dalam film dokumenter “*The True Cost*” serta mengetahui secara kritis akan ideologi apa yang ditawarkan oleh

aktor dan sutradara film dokumenter “*The True Cost*” dalam melawan hegemoni industri *fast fashion* yang kapitalistik.

Terakhir ada pula penelitian di tahun 2020 milik Abdillah Hanifan dengan judul “Representasi Kapitalisme dalam Film Dokumenter *Rayuan Pulau Palsu*: Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Dokumenter”. Penelitian Abdillah menunjukkan tiga makna sesuai dengan analisis semiotika Roland Barthes pada sequence film dokumenter baik tanda visual maupun audio yang ditampilkan dalam keseluruhan film yaitu makna konotatif, denotatif, dan mitos.

Penelitian yang akan dilaksanakan kali ini memiliki letak kesamaan dari tiga penelitian terdahulu yakni sama-sama mengangkat wacana kapitalisme. Namun, pada penelitian kali ini wacana kapitalisme yang diangkat berbeda dengan teorisasi kapitalisme klasik milik Karl Marx, penelitian kali ini mengambil teorisasi kapitalisme pengawasan milik Shoshana Zuboff dengan unit amatan penelitian berupa film bertema potret persoalan teknologi media sosial dan praktik kerjanya secara industrial (wacana kapitalisme).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian kali ini ialah:

1. Bagaimana wacana kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*) ditampilkan dalam film dokumenter-drama “*The Social Dilemma*”?
2. Bagaimana mikrostruktur, mesostruktur, dan makrostruktur dalam analisis wacana kritis model Norman Fairclough pada film dokumenter-drama “*The Social Dilemma*”?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui wacana kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*) ditampilkan dalam film dokumenter-drama “*The Social Dilemma*”.
- b. Untuk mengetahui mikrostruktur, mesostruktur, dan makrostruktur dalam analisis wacana kritis model Norman Fairclough pada film “*The Social Dilemma*”.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis

Menjadi sumbangan pemikiran ilmiah bagi ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berfokus pada penelitian analisis wacana kritis dengan model milik Norman Fairclough.

- b. Secara praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembuka mata bagi masyarakat akan realitas media sosial sehingga dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial kedepannya.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi untuk para pekerja pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang platform media digital dan media sosial.

D. Kerangka Konseptual

1. Perkembangan Komunikasi dan Media Sosial

Kata komunikasi diartikan sebagai proses manusia merespon perilaku simbolik dari orang lain. (Adler & Rodman, 2006:4). Bahasa, gestur, kata, dan tanda, merupakan bagian dari simbol yang digunakan manusia dalam mendefinisikan sesuatu atau menyampaikan sesuatu ke orang lain. Sehingga bagaimana bahasa, kata, gestur, tanda digunakan manusia adalah apa yang dipelajari dalam ilmu komunikasi, termasuk juga bagaimana implikasi yang muncul dari penggunaan berbagai simbol tersebut.

Ada beberapa tingkatan dalam level komunikasi yang dilakukan berdasarkan cakupannya. Level terkecil adalah intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan yang terbesar adalah komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi tingkat tertinggi dengan cakupan tujuan komunikasi terluas dan jumlah orang yang terlibat paling banyak. Pesan yang dikirim ke khalayak sasaran yang luas dan beragam melalui surat kabar, majalah, televisi, radio, dan internet disebut sebagai komunikasi massa (Adler & Rodman, 2006:8). Dengan kata lain, media massa mengacu pada media yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dalam komunikasi massa.

Media komunikasi berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Tersedianya media baru yang memungkinkan terjadinya generasi dan distribusi pesan melalui digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan. Kapasitas untuk memberikan interaksi ini memungkinkan pengguna media baru untuk memilih informasi yang

mereka konsumsi sambil juga mengatur keluaran informasi yang dihasilkan dan membuat pilihan yang mereka pilih. Kemampuan untuk memberikan interaktivitas adalah kunci untuk memahami media baru (Flew, 2002:11-22).

Media baru (*new media*) adalah jenis media yang memungkinkan generasi pesan dan transmisi melalui digitalisasi, konvergensi, interaksi, dan pengembangan jaringan. Interaksi atau *interactivity* ini yang menjadi pembeda antara media konvensional yang masih analog dan media media baru berbasis digital. Menurut Graham (2004:11) kehadiran teknologi komunikasi sejatinya memberi kemudahan untuk siapapun dalam berinteraksi dan saling terhubung dalam waktu bersamaan, bahkan teknologi mampu mewakili kehadiran atau keterlibatan fisik dalam berkomunikasi. Graham melihat interaksi ini dalam konsep kerja teknologi media baru dalam aktivitas manusia sehari-hari.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Manovic (2001:64) bahwa konsep interaktivitas pada media baru sebenarnya telah membawa pengaburan (*transcendence*) terhadap batasan-batasan fisik dan sosial. Realitas virtual dan komunitas virtual semakin meningkat. Munculnya media baru bertepatan dengan munculnya identitas virtual. Kecenderungan ini muncul sebagai akibat dari media baru yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan ruang sebanyak mungkin di media baru, menyebarkan jaringan mereka sejauh mungkin, dan menghadirkan persona yang berbeda dari identitas kehidupan nyata mereka (Flew, 2002:25).

Jelas bahwa terobosan teknologi informasi kontemporer membawa masyarakat global menuju akhir sosial. Proses akhir sosial ini, menurut Alan Touraine, merupakan produk modernisasi, yang mencapai puncaknya saat ini, dan disebut sebagai hipermodernisasi kontemporer. Proses sosial kini dipercepat dan mencapai keadaan maksimal di tangan media internet yang menciptakan berbagai informasi relasi sosial. Realitas yang ada ini membuat individu-individu penikmatnya seolah saling berlomba dalam sebuah arena duel, kontes tantangan, rayuan, dan godaan masyarakat konsumen (Piliang, 2004:233).

Jelaslah bahwa umat manusia saat ini sangat bergantung pada teknologi. Kehadiran internet, diikuti dengan munculnya media sosial di dalamnya, telah membawa banyak masalah etika dalam komunikasi. Berbagi dan mengunduh informasi yang dilindungi hak cipta, serta penggunaan identitas fiktif untuk hal negatif, keduanya tidak etis dan ilegal. Namun, kebebasan yang diberikan internet, khususnya dalam hal media sosial, tampaknya telah mencekik kepekaan etis. Apa yang seharusnya tidak dilakukan, menjadi "normal" untuk dilakukan. Kenyataannya, seringkali ada individu yang meyakini bahwa hal itu bukanlah suatu kesalahan.

Dalam bukunya *Communication 2.0*, Darmastuti menyebutkan argumentasi Stanley J Baran dan Edward T Hall bahwa komunikasi merupakan fondasi peradaban. Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Perubahan di satu sisi akan berdampak di sisi lainnya. Darmastuti melanjutkan, komunikasi media sosial akan berdampak pada:

1. Kepercayaan, nilai, dan sikap
2. Pandangan dunia
3. Organisasi sosial
4. Tabiat manusia
5. Orientasi kegiatan
6. Persepsi diri dan orang lain

(Darmastuti, 2011:218)

2. Kapitalisme dan *Surveillance Capitalism*

Kapitalisme adalah sebuah konsep atau ideologi yang didasarkan pada keyakinan bahwa pemilik modal dapat menjalankan usaha untuk memaksimalkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Menurut beberapa ahli, sistem ini telah ada di Eropa sejak abad ke-16, saat individu atau kelompok bertindak sebagai satu kesatuan yang dapat memiliki atau memperdagangkan benda-benda milik pribadi, khususnya barang modal, tanah, dan sumber daya manusia, untuk memproses peralihan dari barang modal ke barang jadi.

Salah satu aliran pemikiran yang paling berpengaruh adalah Marxisme, yang memberikan jalan untuk mengkaji masyarakat dan institusinya melalui analisis media (Berger, 2000:39). Keterasingan, materialisme, kesadaran palsu, perselisihan kelas, dan hegemoni adalah prinsip-prinsip Marxis. Struktur ekonomi yang ada dalam masyarakat diwakili oleh Marx sebagai "basis". Sistem ekonomi, atau bentuk produksi, memiliki dampak yang rumit dan signifikan terhadap "suprastruktur", atau institusi dan nilai masyarakat. Dalam situasi ini, kapitalisme lebih dari

sekedar sistem ekonomi; tetapi juga berdampak pada pandangan, nilai, tipe kepribadian, dan budaya orang secara keseluruhan.

Kepemilikan modal pribadi dianggap sebagai hak yang tidak dapat dicabut oleh ideologi kapitalis, yang mendasarkan keputusan ekonomi pada kepentingan pribadi. Konsumen tertarik untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan dalam situasi ini. Preferensi konsumen terhadap barang dan jasa ditentukan oleh kapitalis dan produsen. Kapitalisme juga dipandang telah menyebarkan kesadaran palsu dengan menumbuhkan pandangan dunia yang mendominasi yang membuat orang berpuas diri.

Pihak yang berkuasa menanamkan kesadaran parsial atau gagasan fiktif kepada kaum proletar agar proletariat tetap terpinggirkan, sementara borjuasi mempertahankan *status quo* dominannya. Kesadaran palsu digunakan dan diperdagangkan sedemikian rupa sehingga target kesadaran palsu sama sekali tidak menyadari bahwa mereka telah terbuai. Inilah yang disebut Gramsci sebagai hegemoni dimana penguasa atau pemilik modal berusaha mendominasi 'kepentingan' mereka pada kelas sosial yang lebih rendah dan dalam ketidaksadaran membuat hal tersebut seolah-olah wajar.

Dalam keterkaitannya di era digital saat ini, Kuss dan Griffiths (dalam Griffiths & Szabo, 2014) mengungkapkan kecanduan internet didefinisikan sebagai penggunaan media sosial yang berlebihan yang mengarah pada perilaku yang tidak diinginkan. Kecanduan media sosial adalah jenis kecanduan internet di mana orang didorong oleh keinginan untuk menggunakan media sosial secara berlebihan. Hal tersebut tidak lepas dari tanggung jawab industri teknologi raksasa yang terus berupaya

memanipulasi pengguna melalui teknik desain yang dibuat persuasif. Pengguna merupakan pemasok data sekaligus objek periklanan online. Platform media sosial melakukan monetisasi data pengguna untuk kepentingan bisnis.

Sushona Zuboff (2018:8) mendefinisikan hal tersebut sebagai proses kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*). Kapitalisme pengawasan cukup berbeda dari sejarah kapitalisme pasar dalam banyak aspek, tetapi dalam satu hal utama tetap meniru pola kapitalisme pasar. Kapitalisme berkembang dengan mengklaim hal-hal yang hidup di luar dinamika pasar dan membawa mereka ke dalam dinamika pasar sehingga mereka dapat diubah menjadi komoditas untuk dijual dan dibeli. Misalnya, kapitalisme industri yang mengklaim alam sebagai “modal”, sementara alam hidup dalam ruang dan waktunya sendiri. Setelah mengklaim alam sebagai bagian dari pasar, lahirlah real estat, sebagai tanah yang bisa dijual dan dibeli.

Setidaknya ada dua konsep yang coba dipaparkan Zuboff dalam menjelaskan bentuk kapitalisme di era digital saat ini, yang pertama ialah istilah *surveillance capitalism* itu sendiri dan yang kedua adalah *surplus behaviour*. Dikarenakan masih minimnya karya literatur mengenai topik terkait maka kedua istilah tersebut belum memiliki padanan kata yang resmi dalam Bahasa Indonesia. Shoshana Zuboff menemukan istilah *surveillance capitalism* atau kapitalisme pengawasan pada tahun 2014 dalam kaitannya dengan pengawasan kontemporer. Kapitalisme pengawasan, menurut Zuboff, adalah struktur pasar baru dan logika khusus akumulasi kapitalis.

Kapitalisme pengawasan adalah logika akumulasi yang berasal dari era baru penggunaan teknologi digital yang memperdagangkan jejak digital.

Selanjutnya *behavioral surplus* dapat diterjemahkan menjadi surplus perilaku yang didefinisikan sebagai serangkaian data pengguna yang melebihi dari kebutuhan dalam pengembangan layanan. Data tersebut diambil dari “pengalaman pribadi manusia” tanpa ada yang dikecualikan, bisa berupa lokasi seseorang, usia, profesi, gaya hidup, kebiasaan hingga mencakup setiap gerakan, percakapan, ekspresi wajah, suara, teks, dan gambar yang dapat diakses oleh *platform*. Kemudian diekstraksi oleh *artificial intelligence* dalam hal ini algoritma untuk membuat prediksi presisi yang memungkinkan pelanggan mereka tidak hanya menargetkan iklan secara lebih efektif, tetapi juga menerapkan pilihan yang dapat memengaruhi perilaku.

3. Film Dokumenter sebagai Kritik Sosial

Film merupakan salah satu tatanan komunikasi yang juga termasuk dalam komunikasi massa. Menurut Effendy (2004:91). Film disebut sebagai media komunikasi massa karena merupakan jenis komunikasi yang menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, dalam arti khalayaknya heterogen dan anonim, serta memiliki konsekuensi tertentu. Meskipun ada kesamaan tertentu antara film dan televisi, terutama dari segi audio visualnya, namun dalam proses produksinya sedikit berbeda (Tan dan Wright, dalam Ardianto & Erdinaya, 2005:3).

Turner dalam Irawanto (1999:14) mengemukakan bahwa film merupakan penggambaran dari realitas masyarakat. Dengan kata lain, film didasarkan pada kehadiran kembali tentang apa yang sebenarnya terjadi di masyarakat dan ditampilkan di layar lebar berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaan.

Film, boleh dikatakan, merekam realitas yang ada di masyarakat, yang kemudian diproyeksikan dan disajikan kepada masyarakat dalam sebuah paket audio visual yang diatur sedemikian rupa. Berdasarkan hal tersebut, setiap elemen dalam film tersebut menggabungkan dan ditampilkan untuk mencerminkan realitas, tetapi dalam bentuk yang lebih difabrikasi dengan berbagai ideologi, wawasan, dan ide yang ingin diungkapkan oleh film sebagai media. Inilah sebabnya mengapa film menarik minat yang tinggi di kalangan masyarakat umum, yang lebih suka menikmati hal-hal yang dekat dan relevan dengan mereka.

Film dapat dikatakan sebagai sarana konstruksi dari hal-hal yang benar-benar terjadi dan ada di dunia nyata karena posisinya sebagai media representasi. Sehingga ketika dahulu film hanya dilihat semata-mata sebagai media seni (*art*), pandangan ini berubah seiring dengan munculnya pemahaman baru tentang keberadaan fungsi-fungsi kemasyarakatan yang juga dimiliki dan terkandung dalam sebuah film. Hal ini sejalan dengan pandangan Effendy (2004:54), yang menyatakan bahwa film tidak lagi dicirikan hanya sebagai bentuk seni, tetapi juga sebagai semacam praksis sosial dan komunikasi massa.

Di lain sisi dalam teori kritis Mazhab Frankfurt, kritik mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengenali dan memahami kekuatan hegemonik tertentu sehingga mereka dapat melawan dan mengubahnya. Secara sederhana kritik sosial adalah bentuk dari kepekaan sosial. Kritik sosial murni tidak dimotivasi semata-mata oleh kepentingan pribadi atau sebagian pihak, melainkan mendorong masyarakat untuk memperhatikan isu-isu sosial yang sebenarnya.

Dalam masyarakat, kritik sosial didefinisikan sebagai semacam komunikasi yang berfungsi sebagai kontrol atas jalannya sistem sosial atau proses sosial. Film dokumenter ada dan diakui keberadaannya, karena film ini mempunyai tujuan dalam setiap kemunculannya. Tujuan-tujuan tersebut adalah penyebaran informasi, pendidikan dan tidak menutup kemungkinan untuk propaganda bagi kelompok tertentu (Effendy, 2014:2).

Bahkan media sinema digunakan untuk menyampaikan fenomena masyarakat dan memberikan kritik sosial yang dikemas dalam bentuk film. Sangat mungkin untuk merekayasa bagian-bagian pesan dalam sebuah film dari sudut pandang komunikasi. Itu semua bergantung pada siapa target audiens dan bagaimana pesan harus disampaikan. Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang menggunakan banyak indikator, baik verbal maupun nonverbal. Film dokumenter dapat digunakan untuk berbagai alasan, termasuk memberikan informasi atau berita terkini, biografi, pengetahuan, pendidikan, tujuan sosial, ekonomi, dan politik (propaganda), dan sebagainya termasuk kritik.

Penyajian fakta merupakan aspek terpenting dari film dokumenter. Film dokumenter berfokus pada orang, karakter, peristiwa, dan tempat nyata. Film dokumenter tidak mengarang peristiwa atau kejadian; sebagai gantinya, mereka merekam kehidupan atau peristiwa nyata (Pratista, 2008:4). Berbeda dari film fiksi, film dokumenter tidak memiliki plot tetapi memiliki kerangka kerja yang berpusat pada konsep atau poin si pembuat film.

Selain itu, film dokumenter juga tidak memiliki kategori karakter protagonis dan antagonis, konflik, dan resolusi. Struktur film dokumenter seringkali lugas, dengan tujuan memudahkan penonton untuk memahami dan mempercayai fakta yang diberikan. Berikut adalah genre film dokumenter (Ayawaila, 2008):

1. Dokumenter Laporan Perjalanan
2. Dokumenter Sejarah
3. Dokumenter Potret/Biografi
4. Dokumenter Perbandingan/Kontradiksi
5. Dokumenter Ilmu Pengetahuan (Sains dan Instruksional)
6. Dokumenter Nostalgia
7. Dokumenter Rekonstruksi
8. Dokumenter Investigasi
9. Dokumenter Eksperimen/Seni
10. Dokumenter Buku Harian/*Diary Film*
11. Dokumenter Drama (Dokudrama)

4. Analisis Wacana Kritis

Wacana adalah praksis sosial dalam bentuk interaksi simbolis yang bisa terungkap dalam pembicaraan, tulisan, kial, gambar, diagram, film, ataupun musik (Bloor, 2006:6-7). Berbeda dengan Floor, menurut Foucault wacana lebih dari sekadar serangkaian kata atau proposisi dalam teks melainkan sesuatu yang menghasilkan sesuatu yang lain. Wacana adalah bahasa yang komprehensif yang mencakup konsep, opini, gagasan pikiran dan ide. Wacana juga dikategorikan sebagai teori interpretatif yang mencakup substansi pemikiran yang menitikberatkan pada persoalan interpretasi dan makna.

Analisis wacana muncul dari kesadaran bahwa masalah komunikasi melampaui penggunaan frasa atau bagian kalimat serta fungsi ucapan. Lebih dari itu masalah ada pada struktur pesan dan konteksnya. Wacana tidak hanya dianggap sebagai studi tentang kata-kata dalam analisis wacana kritis, tetapi juga karena terhubung dengan konteks. Bahasa digunakan untuk menggambarkan ketidakseimbangan kekuasaan dalam masyarakat. Analisis wacana kritis bertujuan untuk menjelaskan wacana linguistik tentang peristiwa sosial dan budaya serta proses perubahan dalam masyarakat kontemporer.

Wacana adalah semacam praksis sosial yang menyusun dunia sosial lain (Jorgensen, 2007:117), dan bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam membentuk subjek dan perilaku representasional di masyarakat. Sehingga analisis wacana kritis mengkaji bahasa tidak hanya

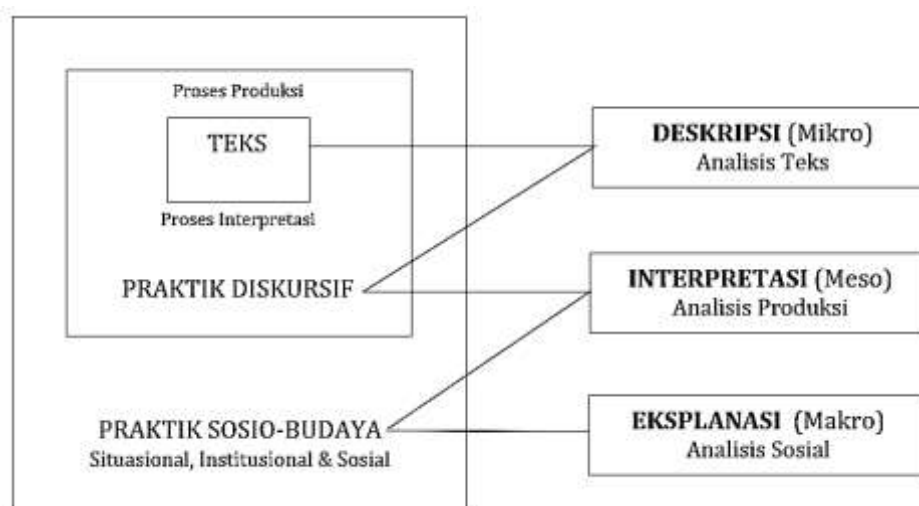
dari sudut pandang linguistik, tetapi juga dalam kaitannya dengan konteks (kondisi sosial).

Terdapat beberapa model dalam analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh para ahli pemikiwan AWK, salah satu di antaranya ialah Norman Fairclough yang memiliki tiga dimensi analisis wacana kritis dimana tiga dimensi ini dibedakan menjadi teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* sebagai tiga tingkatan yang bisa dianalisis secara terpisah sebagai berikut:

- 1) **Teks** dibongkar secara linguistik karena ingin melihat bagaimana sebuah realitas ditampilkan atau dibentuk dalam sebuah teks yang dapat mengarah pada ideologi tertentu, bagaimana pembuat mengkonstruksi hubungannya dengan pembaca (baik formal maupun informal, tertutup atau terbuka), dan bagaimana sebuah identitas ditampilkan (dengan demikian teks digunakan sebagai bentuk representasi dari sesuatu yang mengandung ideologi tertentu).
- 2) **Praktik wacana** merupakan aspek dari proses produksi dan konsumsi tekstual. Proses pembuatan teks terutama difokuskan pada pembuat teks. Proses ini terkait dengan pengalaman pribadi, pengetahuan, kebiasaan, lingkungan sosial, kondisi, keadaan, konteks, dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi bagi penulis tulisan sedangkan konsumsi teks dipengaruhi oleh pengalaman penulis, keahlian, dan berbagai situasi sosial, serta pembaca/penikmat. Bagaimana cara seseorang dapat menerima teks yang telah dihadirkan oleh pembuat teks. Sementara kaitannya dalam distribusi

teks, yaitu sebagai modal dan usaha pembuat teks agar hasil karyanya dapat diterima oleh masyarakat.

- 3) **Praksis sosial budaya** merupakan dimensi yang berkaitan dengan konteks yang berada di luar teks, seperti konteks situasi. Konteks yang berkaitan dengan masyarakat, budaya, dan politik yang memengaruhi keberadaan teks.



Bagan 1.1 Model tiga dimensi AWK
(Sumber: N. Fairclough, 1995:98)

Sementara dalam film, terdapat tiga unsur yang harus dibahas secara tersendiri, yakni wacana diskursif, non-diskursif dan materialisasi wacana. Kaitan ketiganya itulah nanti yang oleh Jäger disebut dispositif yang tidak bisa dilepaskan dari pengertian wacana (Haryatmoko, 2019:113). Dalam film, wacana diskursif, aspek non-diskursif dan materialisasi wacana digambarkan secara lebih jelas daripada sumber-sumber data yang lain. Dispositif AWK dalam film langsung memperlihatkan pembicaraan dan pemikiran sebagai praktik diskursif, tindakan atau isyarat sebagai praktik

non-diskursif, lalu representasi yang dibangun melalui praktik non-diskursif itulah yang menjadi materialisasi wacana.

Menurut Jäger, suatu analisis dispositif mencakup langkah-langkah berikut ini (2009:57):

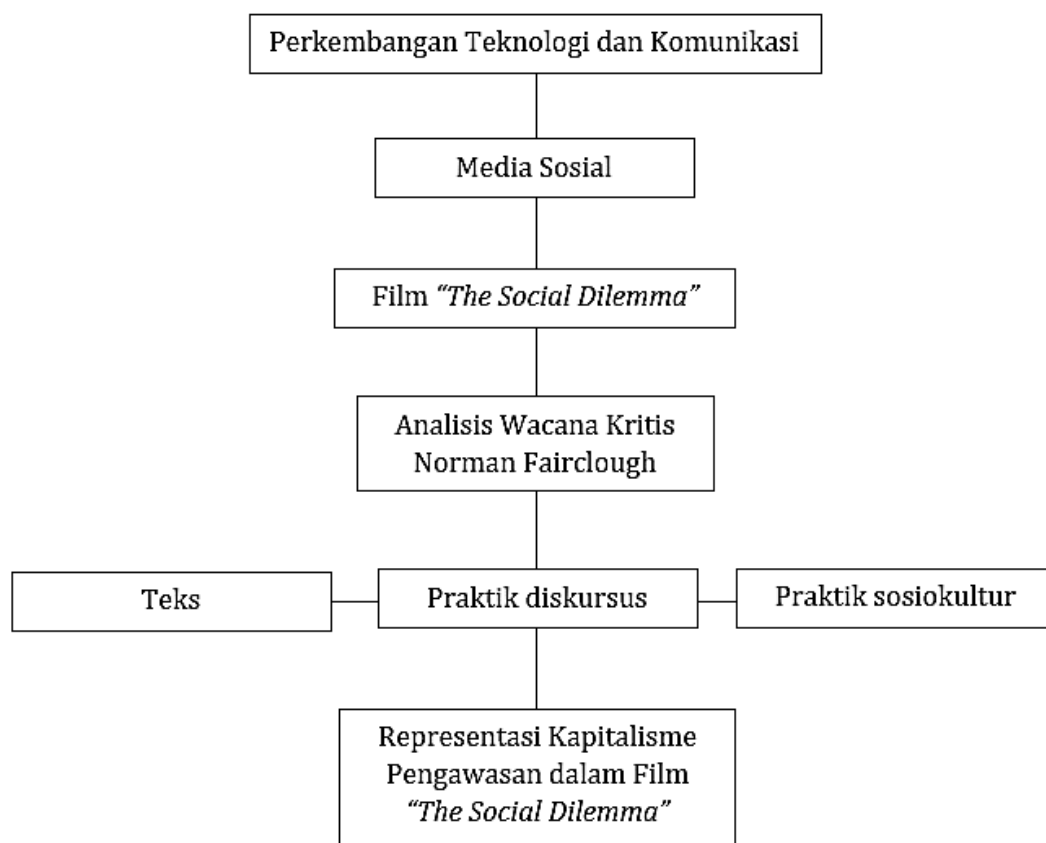
Pertama, merekonstruksi pengetahuan yang dibangun dalam praktik diskursif (melalui AWK). Kedua, merekonstruksi pengetahuan yang dibangun dalam praktik-praktik non-diskursif. Ketiga, merekonstruksi pengetahuan yang dibangun dalam bentuk materialisasinya ke dalam objek, dan praktik non-diskursif yang telah menciptakan materialisasi wacana. Konsep dispositif wacana tersebut diperlihatkan Jäger dalam bentuk segitiga yang berputar dengan tiga titik persinggahan seperti yang tergambar berikut:



Bagan 1.2 AWK dalam Film
(Sumber: Jäger & Maier, 2009)

Relasi ketiga unsur dari segitiga tersebut memang tetap berubah dengan berjalannya waktu sehingga memiliki sejarahnya dan selalu akan dipengaruhi oleh unsur-unsur lain, namun analisis sinkronik tetap diperlukan untuk mengidentifikasi status saat ini. Segitiga itu menunjukkan pentingnya

analisis wacana kritis tidak hanya dianalisis melalui wacana verbal, tetapi juga melalui tindakan maupun materialisasi wacana. Analisis wacana kritis dalam film memperhitungkan itu.



Bagan 1.3 Kerangka Konseptual Penelitian
(Sumber:Diolah oleh peneliti)

Dari pemaparan yang tertera di atas, maka peneliti akan mengkaji film *"The Social Dilemma"* dengan menggunakan analisis wacana kritis model Fairclough dibantu kerangka dispositif Jäger & Maier yang berhubungan dengan ketimpangan dalam sistem pengelolaan media sosial, disertai dengan teori pendukung lainnya seperti teori media siber, teori media sosial, teori konstruksi realitas, serta kapitalisme pengawasan.

E. Definisi Konseptual

1. Diskursus atau wacana adalah kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis.
2. Kapitalisme Pengawasan (*surveillance capitalism*) adalah istilah dari Shoshana Zuboff yang menggambarkan perusahaan teknologi memanfaatkan kebiasaan pengguna internet untuk dikonversi menjadi data (melalui sistem komputasi) dan digunakan untuk berbagai kepentingan bisnis.
3. Film adalah fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumen terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik.
4. *The Social Dilemma* adalah film yang memadukan genre dokumenter investigasi dan drama naratif untuk mengungkap intrik tersembunyi di balik media sosial dan *platform* pencarian yang sering digunakan.
5. Analisis Wacana Kritis adalah analisis wacana yang menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam suatu proses komunikasi. Penelitian kali ini menggunakan model Fairclough.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Januari hingga Juli 2022. Adapun objek penelitian kali ini adalah (1) keseluruhan teks termasuk *scene-scene* dalam Film “*The Social Dilemma*” yang terdapat wacana kapitalisme

pengawasan, (2) kemudian proses produksi, distribusi serta konsumsi film, (3) serta konteks sosial budaya yang memengaruhi keberadaan teks.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Kesimpulan dari pendekatan kualitatif tidak dicapai dengan menggunakan teknik statis atau bentuk perhitungan lainnya. Metode kualitatif, menurut Creswell (2003:18) adalah metode yang mengkonstruksi pernyataan pengetahuan melalui interpretasi berbagai pandangan dari berbagai sumber. Pendekatan kualitatif bersifat interpretatif dan menekankan makna akan kebenaran yang ditangkap secara objektif.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat diperoleh dari kombinasi observasi konten film, hasil wawancara sutradara, dan literatur terkait. Peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data untuk penelitian ini, dengan pembagian analisis wacana kritis Fairclough sebagai berikut:

- i. Tingkatan Mikrostruktural (teks) memakai data berupa transkripsi dialog dari potongan adegan dalam film.
- ii. Tingkatan Mesostruktural (praktik wacana) memakai rekaman video wawancara dari sutradara film dan komentar dari penonton film.

- iii. Tingkatan Makrostruktural (praksis sosiokultural) memakai studi literatur dan penelusuran sejarah terkait konteks latar belakang sosial ekonomi saat film ini dibuat.

4. Teknik Analisis Data

Menurut kerangka model Fairclough tahap analisis pertama menggunakan analisis teks (tuturan, pencitraan, visual) yaitu bagaimana *scene-scene* dipertunjukkan, juga penggunaan bahasa dalam naskah termasuk penggunaan frasa dan metafora untuk menggali apakah teks tersebut mengandung makna atau tindakan tertentu. Elemen-elemen yang dianalisis tersebut dipakai untuk melihat tiga masalah berikut (Eriyanto, 2001:289):

- i. Representasi, merujuk pada realitas sosial (bagaimana orang, kelompok, situasi, keadaan atau apapun) ditampilkan dalam teks, umumnya membawa muatan ideologis tertentu.
- ii. Relasi, merujuk pada analisis bagaimana konstruksi hubungan diantara pembuat film dan penonton, seperti apa teks disampaikan secara informal atau formal, terbuka atau tertutup.
- iii. Identitas, merujuk pada konstruksi tertentu dari identitas pembuat film dan penonton, serta bagaimana personal dan identitas ini hendak ditampilkan.

Tahapan analisis kedua adalah analisis *discourse practice* yang memusatkan perhatian pada bagaimana produksi dan konsumsi teks. Teks dibentuk lewat suatu praktik diskursus, yang akan menentukan bagaimana

teks tersebut diproduksi (dari pihak pembuat film). Maka akan dianalisis tiga faktor utama dari praktik wacana produksi yakni:

- i. Dari sisi pembuat film dalam hal ini sutradara dan penulis
- ii. Dari pihak-pihak yang terlibat di dalam film sebagai narasumber
- iii. Proses berjalannya pembuatan film mulai dari penggarapan ide, pendistribusian, hingga konsumsinya

Tahapan analisis ketiga adalah analisis *sociocultural practice* yang didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media memengaruhi bagaimana wacana muncul dalam media. Praksis sosial budaya menggambarkan bagaimana kekuatan-kekuatan yang ada dalam masyarakat memaknai dan menyebarkan ideologi dominan dalam masyarakat itu sendiri. Ini berarti bahwa pada tahapan ini peneliti menganalisis hal-hal eksternal di luar dari teks yang mampu memengaruhi keberadaan wacana di dalam teks. Menurut Fairclough ada tiga level analisis dalam *sociocultural practice* yakni:

- i. Situasional, mengarah pada waktu atau suasana mikro (konteks peristiwa saat teks/film dibuat), dalam artian teks dihasilkan dalam suatu kondisi atau suasana yang khas, unik sehingga satu teks berbeda dengan teks lainnya.
- ii. Institusi, melihat bagaimana pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana. Institusi bisa berasal dari dalam diri media sendiri, bisa juga kekuatan-kekuatan eksternal. Faktor institusi berhubungan dengan ekonomi media.

- iii. Sosial, faktor ini sangat berpengaruh terhadap wacana yang muncul dalam suatu teks karena ditentukan oleh perubahan masyarakat. Aspek sosial melihat aspek makro seperti sistem politik, ekonomi, ideologi atau budaya dalam masyarakat secara keseluruhan yang dominan dan berkuasa dalam masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengantar Teori Media

Perkembangan Media Komunikasi

Dalam setiap perkembangan zaman, manusia membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya, sebagaimana kedudukan manusia sebagai makhluk sosial disamping sebagai makhluk individu yang berdiri sendiri. Kebutuhan untuk memiliki hubungan sosial dapat terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk menyatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan merasa terisolasi (Amrullah & Sonni, 2015:22). Berlangsungnya komunikasi dalam waktu bersamaan artinya menggunakan media komunikasi. Dalam proses hubungan sosial tersebut, sarana atau media komunikasi yang digunakan barangkali akan berbeda dari waktu ke waktu karena dipengaruhi oleh faktor teknologi.

Berdasarkan sejarahnya, komunikasi mengalami empat fase perkembangan sebagaimana yang dipopulerkan oleh Rogers (1986:26), yang secara langsung maupun tidak berpengaruh pada kemunculan media komunikasi itu sendiri. Menurut Rogers, fase-fase tersebut yaitu masa komunikasi melalui media tulisan (*The Writing Era*), masa media komunikasi tercetak (*The Printing Era*), era komunikasi yang sudah memanfaatkan teknologi walau masih sederhana (*Telecommunication Era*), dan masa di mana media menjadi lebih interaktif dari sebelumnya (*Interactive Communication Era*). Dalam fase yang terakhir, *Interactive Communication Era*, Rogers

mencatat era ini berawal dari ditemukannya ENIAC, sebutan untuk perangkat kerja komputer sederhana yang memiliki lebih dari 18.000 tabung lampu vacuum pada 1946 oleh sekelompok ilmuwan di Universitas Pennsylvania. Sepertiga abad kemudian, penemuan sederhana ini menghasilkan perangkat yang lebih kecil, lebih canggih, dan lebih fleksibel dalam penggunaannya.

Perkembangan teknologi dan dampaknya terhadap kemunculan media juga dikupas dalam *Technological Determinism* yang diperkenalkan oleh McLuhan (Littlejohn, 1999:341-347), yang membagi periodisasi perkembangan komunikasi menjadi empat bagian, yaitu *Tribal Age*, *Literate Age*, *Print Age*, dan *Electronic Age*. Periode pertama, komunikasi terjadi di mana mendengar, bersentuhan, merasa, dan membaui lebih dominan dibandingkan indra penglihatan. Komunikasi yang terjadi pada masyarakat yang primitif ini diklaim McLuhan lebih kompleks diakibatkan stimulasi yang diterima mereka lebih mengutamakan pendengaran dibandingkan visualisasi. Periodisasi selanjutnya berkembang dengan lebih mengutamakan aspek visualisasi. Dalam periode ini fonetik alfabet menjadi bagian utama dalam perkembangan komunikasi manusia.

Pada periode *The Print Age*, dianggap sebagai prototipe dari revolusi industri yang terjadi di belahan dunia. Penemuan mesin cetak oleh Gutenberg mengakibatkan kemajuan di bidang (media) komunikasi manusia, menyebabkan produksi massal dari bahan bacaan yang dapat dinikmati oleh seluruh manusia, bahkan saat seseorang dalam kondisi terisolasi dari orang lain. Periode terakhir menurut McLuhan yaitu *Electronic Age*. Membuka awal dari era modern dan perkembangan teknologi yang kian pesat, awal periode ini

diwakili oleh munculnya komunikasi melalui kabel dengan bunyi panjang-pendek atau telegraf sederhana pertama oleh Samuel Morse—kode atau bunyi panjang-pendek itu kemudian dikenal dengan sebutan Sandi Morse—yang memicu produk komunikasi yang berbasis elektronik dan komputerisasi secara lebih mengejutkan; televisi, *compact disc*, komputer, telepon genggam, dan masih banyak lainnya. Kecanggihan teknologi komunikasi ini memberikan kemudahan tersendiri bagi proses komunikasi manusia.

Era Media Baru

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Straubhaar dan LaRose dalam Nasrullah (2014:13) mencatat adanya perubahan terminologi menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal (*mass production*), distribusi massal (*mass distribution*), sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. Media kini diartikan sebagai sesuatu yang lebih luas.

Adapun menurut John Vivian (2008:262-264), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*. Nicholas Gane dan David Beer (2008) memaparkan karakteristik media baru dengan terma *network* (jaringan), *information* (informasi), *interface* (hubungan), *archive* (arsip), *interactivity* (interaktif), dan *simulation* (tiruan).

Penjelasan mengenai perbedaan antara media lama dan media baru dapat dijabarkan berdasarkan tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (Interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak).	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak).
Komunikasi terjadi satu arah.	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah.
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai.	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber.
Media merupakan instrumen yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial.	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara).
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa.	Khalayak bisa terlihat sesuai karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing.
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran.	Media melibatkan pengalaman khalayak secara ruang dan waktu.

Sumber: Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup: 16.

Holmes (2005:10) bahkan membagi media dalam perspektif historis yang menjadi era media pertama (*first media age*) dengan pola penyiaran atau *broadcast* dan era media kedua (*second media age*) dengan pola interaksi atau *interactivity*, sebagaimana dijelaskan pada tabel di atas.

Namun terminologi ‘media lama’ dan ‘media baru’ nampaknya masih menimbulkan kontroversi baik di kalangan akademis maupun praktisi, sebab penggunaan kata ‘baru’ berarti telah menggantikan dan menghilangkan yang ‘lama’. Padahal meskipun ada beberapa perbedaan, bukan berarti kedua jenis media ini menggeser kehadiran satu sama lain.

Peta Teori Media Massa

Kajian tentang media baru dapat ditelusuri dari gagasan-gagasan teoritik yang sudah ada sebelumnya, yaitu *Medium Theory*, *Media Ecology Theory*, dan *New Media Theory*. Dalam peta teori media massa (Littlejohn & Foss, 2008:289-293). *Medium Theory* hasil pemikiran dari Marshall McLuhan merupakan teori yang berada dalam tradisi sosiokultural (komunikasi sebagai penciptaan dan penggambaran realitas sosial).

Tradisi ini lebih memfokuskan pada pola-pola interaksi daripada karakteristik-karakteristik individual. Para peneliti dalam tradisi ini berkeinginan untuk memahami cara-cara orang secara bersama-sama menciptakan realitas sosial dalam kelompok sosial, organisasi, dan budaya mereka (Littlejohn & Foss, 2008:44). Tradisi sosiokultural didasarkan oleh premis, ketika orang berbicara, maka pada dasarnya mereka sedang memproduksi dan mereproduksi budaya. Kata-kata merefleksikan apa yang sebenarnya ada (Griffin, 2006:28)

McLuhan (dalam Littlejohn & Foss, 2008:290) mengawali pemikirannya dengan mengajukan sebuah tesis: media, terlepas dari apa pun isi yang disampaikan akan berdampak terhadap individu-individu dan masyarakat. Gagasan ini dalam beragam bentuknya adalah apa yang dimaksudkan sebagai "*medium theory*". Televisi memengaruhi kita tanpa memandang apa yang kita tonton, internet memengaruhi masyarakat tanpa memerhatikan situs-situs apa yang mereka kunjungi. Media komunikasi adalah esensi dari peradaban dan sejarah itu diarahkan oleh media yang menonjol (media utama) pada setiap

masanya. Bagi McLuhan dan mentornya, Harold Adam Innis, media adalah perluasan dari pikiran manusia, sehingga media yang menonjol akan memiliki bias pada setiap periode sejarah.

Donald Ellis menyediakan seperangkat proposisi yang merepresentasikan sebuah perspektif kontemporer tentang gagasan-gagasan dasar dari Innis dan McLuhan. Ellis menegaskan bahwa media yang menonjol pada suatu masa akan membentuk perilaku dan pikiran. Ketika media berubah, maka akan merubah pula cara-cara orang dalam berpikir, mengelola informasi, dan berhubungan dengan orang lain. Ada perbedaan yang tajam diantara media lisan, tertulis, dan elektronik. Masing-masing mempunyai efek yang berbeda dalam konteks bagaimana kita berinteraksi dengan setiap medium.

Gagasan teoritik lain yang terkait dengan kehadiran media baru adalah *Media Ecology Theory*, sebuah pemikiran teoritik hasil dari studi yang dilakukan oleh McLuhan. Secara sekilas teori ini menjelaskan bahwa masyarakat telah berevolusi, begitu pula dengan teknologi. Mulai dari abjad hingga internet, internet telah memengaruhi dan dipengaruhi oleh media elektronik. Dengan perkataan lain, *'the medium is the message'*.

Hukum-hukum media menunjukkan bahwa teknologi memengaruhi komunikasi melalui teknologi baru, pandangan *'Media Ecology Theory'* memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan. Sebab bagaimanapun, teknologi dan proses komunikasi memengaruhi lingkungan manusia yang sepanjang hayatnya tak pernah lepas dari kegiatan komunikasi.

Pengaruh teknologi media terhadap masyarakat merupakan gagasan utama dari teori ekologi media. Terdapat beberapa asumsi yang meringkai teori ini yaitu:

1. Media melingkupi setiap tindakan dalam masyarakat.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita.
3. Media mengikat dunia bersama-sama.

Gagasan McLuhan yang tercermin dalam *Classical Medium Theory* menstimulasi lahirnya pemikiran baru yang dikenal dengan *New Media Theory*. Pada tahun 1990, Mark Poster menerbitkan buku yang berjudul "*The Second Media Age*" yang menegaskan periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jejaring, khususnya Internet, akan mengubah masyarakat. Tema-tema yang dibahas dalam *New Media Theory* mencakup beberapa bidang, yaitu kekuasaan dan ketidaksetaraan, integrasi sosial dan identitas, juga perubahan sosial dan pembangunan (McQuail, 2010:141).

Dalam konteks kekuasaan (*power*), sulit untuk menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan penerapan kekuasaan. Media baru tidak secara jelas diidentifikasi dalam konteks kepemilikan, bukan pula akses yang dimonopoli. Arus komunikasi tidak berasal dan "puncak" atau "pusat" masyarakat. Pemerintah dan hukum tidak mengontrol internet dalam suatu cara yang bersifat hierarkis seperti yang dilakukan terhadap "media". Maka dari itu sistem ekonomi yang membungkusnya ikut berbeda karena regulasi yang diterapkan. Media konvensional lebih teregulasi mengingat kehadirannya yang sudah cukup lama.

B. Dunia Siber dan Media Sosial

Tinjauan Atas 'Cyber'

Kata *cyber* banyak digunakan untuk menjelaskan realitas media baru. Konsep media baru itu sendiri pada awalnya diperkenalkan dalam novel science-fiction, *True Name* oleh Vernor, seorang novelis yang juga ahli matematika pada 1981. Vernor menggunakan istilah "*The Other Plane*" untuk menggambarkan keberadaan suatu jaringan. Selanjutnya, konsep ruang lain itu dipopulerkan oleh William Gibson pada 1984 dalam novelnya *Neuromancer* yang mendapatkan ide setelah memperhatikan fenomena keyakinan yang muncul dari anak-anak setelah bermain *video game*.

Anak-anak itu meyakini permainan tersebut, yaitu nyata dan semua bangunan, ruang, interaksi, maupun benda yang ada di permainan itu merupakan suatu kenyataan atau eksis; meski kenyataan itu tidak bisa dijangkau oleh mereka. Gibson kemudian memperkenalkan istilah "*cyberspace*" untuk menjelaskan bahwa ada tempat di mana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak.

"A consensual hallucination experienced daily by billions of legitimate operators, in every nation, by children being taught mathematical concepts- A graphic representation of data abstracted from the banks of every computer in the human system. Unthinkable complexity. Lines of light ranged in the nonspace of the mind, clusters and constellations of data. Like city lights, receding." (William Gibson, 1984)

Pengertian *cyberspace* menurut Gibson adalah sekumpulan data, representasi grafik demi grafik, dan hanya bisa diakses melalui komputer (Bell, 2001:23). *Cyberspace* digambarkan oleh Gibson jauh sebelum teknologi

internet berkembang dan untuk menjelaskan gambaran "*consensual hallucination*" atau seolah-olah ruang atau sesuatu itu ada.

Contoh lain untuk menjelaskan bagaimana *cyberspace* tidak sekedar halusinasi, penjelasan yang digunakan Sean Cubbit (1999) tentang keberadaan diri di layar melalui perangkat tetikus atau mouse. Ketika tetikus itu terhubung dengan komputer, maka tetikus itu merepresentasikan keberadaan "saya" di layar; representasi itu berupa *cursor* atau tanda yang pada umumnya berupa tanda panah. Cubbit menyebutnya sebagai "*the nomadic I-bar/arrow*" yang menjelaskan bagaimana interaksi seseorang dengan layar dan dalam konteks ini sekaligus mempertanyakan dimana keberadaan "saya" karena setiap tangan memindahkan tetikus, maka disitulah keberadaan "saya" di layar.

Sejalan dengan definisi itu, Bromberg (1996) menyamakan *cyberspace* sebagai "*non-linear reality of mind-altering drugs*". Adapun Rushkoff (1994) menggunakan kata *cyberspace* untuk membawa pikiran (manusia) ke tingkat atau level selanjutnya dari kesadaran manusia. Semua definisi ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana realitas di dunia siber itu pada kenyataannya, yaitu nyata di benak individu.

Contoh yang paling sering ditemukan adalah bagaimana orang-orang saling berkomentar melalui laman media sosial, meski di antara yang berkomentar itu tidak berada dalam posisi yang sama atau *asynchronous*, tetapi seolah-olah bentuk komentar itu merupakan percakapan tatap muka secara langsung yang dilakukan sehari-hari sehingga siapa pun bisa merasa bahagia atau sedih ketika membacanya.

Dari berbagai penjabaran mengenai apa sebenarnya *cyberspace* itu, Nasrullah (2014:25-36) kemudian memetakan beragam jenis media siber yang muncul seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, serta mempertimbangkan kegunaan dan/atau fungsi dari media siber itu sendiri sebagai berikut:

1. Situs (*Web Site*)

Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya.

2. *E-mail*

E-mail atau surat elektronik (surel) ini merupakan bentuk media siber yang paling populer setelah situs. Cara kerja surat elektronik ini sama seperti surat konvensional di mana selalu ada tujuan penerima dan isi surat.

3. Forum di Internet (Bulletin Boards)

Fasilitas Mail List atau disebut juga dengan istilah "milis" bekerja pada komunitas yang memiliki kesukaan atau minat yang sama atau berasal dari suatu tempat, misalnya Milis Mahasiswa KBM UGM. Setiap anggota dari komunitas ini, yang telah memiliki akun surat elektronik atau e-mail, tergabung dalam suatu grup. Setiap e-mail yang dikirim oleh anggota grup akan secara otomatis disebarkan kepada anggota grup yang lain.

4. Blog

Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, perkembangan selanjutnya blog banyak memuat jurnal (tulisan keseharian pribadi) si pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung.

5. Wiki

Wiki merupakan situs yang mengumpulkan artikel maupun berita sesuai dengan suatu kata kunci. Mirip dengan kamus, Wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.

6. Aplikasi Pesan

Aplikasi pesan melalui telepon genggam atau bahkan melalui telepon pintar (*smartphone*) lainnya juga bisa dilihat dari cara kerja seperti Line, Kakao Talk, atau WhatsApp yang menampilkan tidak hanya pesan (percakapan) teks, tetapi juga data pesan yang beragam dari audio, visual, dan sebagainya.

7. Internet "Broadcasting"

Internet tidak hanya menampilkan liputan berupa teks atau lampiran (*attach*) file video dan audio semata. Media internet telah tumbuh menjadi media yang mampu menyiarkan secara langsung siaran televisi maupun radio.

8. Peer-to-peer

Seperti halnya cara kerja SMS, *peer-to-peer* (P2P) merupakan media untuk berkomunikasi antar-pengguna di internet, seperti untuk percakapan atau berbagi file untuk mendistribusikan informasi. Selain itu, P2P juga bisa merupakan perangkat berbagi file seperti DropBox dan Google Docs.

9. The RSS

Content-syndication format atau dikenal dengan sebutan RSS ini bekerja untuk mengambil dan mengumpulkan konten berita sesuai dengan keinginan pengguna. Artinya, apabila pengguna menginginkan berita dari situs tertentu atau kanal dari situs itu, maka RSS akan mendeteksi seluruh kata kunci yang terkait dengan konten dimaksud.

10. MUDS

Multi-User Dimensions (MUDs) yang diartikan sebagai suatu program komputer yang diatur agar dapat diakses oleh beragam user dalam satu waktu secara bersamaan. Akses inilah yang bisa digunakan pemain *online game* untuk membangun interaksi komunikasi dengan pemain lain. Ada dua model MUDs, pertama yaitu petualangan (*adventure MUDS*) di mana setiap pemain harus menyelesaikan tugas/misi tertentu dan model sosial (*social MUDS*) yang hanya menjalankan interaksi sosial semata.

11. Media Sosial (Social Media)

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Skype merupakan media yang digunakan untuk memublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Ruang Tak Terbatas Media Sosial

Karnay, Nadjib, dan Wulan (2011) berpendapat bahwa budaya media telah hadir dalam rajutan kehidupan sehari-hari, mendominasi waktu luang dan memberikan bahan yang digunakan orang untuk membangun identitas pribadi. Budaya media merupakan sebuah ketergantungan terhadap media. Media menempati posisi primer dalam kehidupan manusia, orang-orang menghabiskan amat banyak waktu mendengarkan radio, menonton televisi, menikmati musik, dan beragam cara menikmati media. Terlebih saat ini kita telah berada dalam era internet saat segala hal yang kita cari telah menyatu dalam satu corong bernama media sosial, segalanya ada di sana. Maka, budaya media akhirnya mendominasi kehidupan sehari-hari sebagai latar belakang yang selalu hadir dan menggoda kita.

Menurut McGraw Hill Dictionary, media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah

jaringan dan komunitas virtual. Sedangkan menurut Kaplan dan Haenlein (2010:61) Media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi ber-basis internet yang dibangun atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Tidak dapat dipungkiri bahwa suatu interaksi yang terjadi dalam media sosial terbentuk bukan hanya karena adanya teknologi, tetapi juga ada peran ideologi yang melatarbelakanginya.

Aplikasi seperti Twitter, Instagram, atau Facebook, yang bahkan belum ada beberapa dekade lalu, merupakan bagian penting dari lanskap media dan komunikasi saat ini. Facebook, diluncurkan pada tahun 2004, menghubungkan lebih dari 2,85 miliar anggota aktif di seluruh dunia, basis pengguna yang lebih besar sepuluh kali lipat dari populasi Indonesia, belum lagi ekspansinya dengan WhatsApp dan Instagram yang kemudian bergabung dalam Meta Platforms Inc di tahun 2021. YouTube, didirikan pada tahun 2005, memproses lebih dari tiga miliar pencarian per bulan, menjadikannya mesin pencari terbesar kedua di belakang raksasa industri Google (yang kebetulan memiliki YouTube).

Semua ini berarti media sosial bukan lagi sekadar hiburan bagi generasi muda. Mereka memengaruhi semua orang, konsumen serta organisasi, eksekutif bisnis, konsultan, politikus, *entertainer*, tenaga pendidik, dan orang biasa sama-sama berusaha untuk memahami dan mendapatkan cara terbaik memanfaatkan berbagai aplikasi media sosial yang tersedia di pasar. Proses ini melibatkan tidak hanya mengelola 'kehadiran' *online* seseorang tetapi juga memanfaatkan ketersediaan data dari aplikasi media sosial.

Telah banyak penggunaan media sosial yang menunjukkan potensi platform ini. Dalam politik, misalnya, komunikasi media sosial adalah elemen kunci dalam kampanye kepresidenan Barack Obama, yang mengarah pada kemenangannya pada tahun 2008. Kemudian banyak negara dan administrasi publik menggunakan Facebook, Twitter, dan platform serupa, yang bertujuan untuk menciptakan perasaan identitas bernegara di antara warganya melalui media sosial. Dalam industri hiburan, bintang seperti Britney Spears telah membangun strategi komunikasi dan *branding* sepenuhnya melalui media sosial (Kaplan & Haenlein, 2012).

Dalam hubungannya dengan integrasi dan identitas, pertanyaan yang muncul adalah apakah media sosial merupakan kekuatan untuk memecah-belah (*fragmentation*) atau menyatukan (*cohesion*) masyarakat? Sedangkan dalam konteks perubahan sosial, media baru yang berpotensi sebagai agen perubahan ekonomi atau sosial yang direncanakan perlu dipertimbangkan kembali.

Dalam pandangan pertama, ada perbedaan besar antara media massa yang dapat secara sistematis diterapkan untuk pembangunan yang direncanakan melalui informasi dan persuasi massa seperti misalnya dalam kampanye-kampanye kesehatan, kependudukan dan inovasi teknologi yang sifatnya *open-ended* dan *non-purposive* sebagai tipikal dari teknologi baru. Hal-hal tersebut semakin menegaskan ruang tak terbatas yang mampu dihadirkan oleh media sosial, namun di sisi lain, hilangnya arah dan kontrol terhadap isi oleh pengirim (pesan) menjadi krusial

C. Surveillance Capitalism

Asal Mula Kapitalisme

Menurut Karl Marx dalam Sanderson, kapitalisme adalah suatu sistem ekonomi yang memungkinkan beberapa individu menguasai sumber daya produksi vital yang mereka gunakan untuk meraih keuntungan maksimal. Marx menamakan mereka sebagai kaum borjuis (Bungin, 2015:30). Tidak ada kepastian yang jelas kapan tepatnya kapitalisme itu lahir, namun perdebatan mengenai kelahiran kapitalisme ini dapat dilihat melalui penjelasan Karl Marx.

Marx mencoba menjelaskan apa kapitalisme itu dan kapan lahirnya dalam sejarah Eropa. Meskipun Marx menganggap kapitalisme sebagai tipe ekonomi yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan dalam usaha untuk mencapai keuntungan, tetapi ia tahu bahwa sebenarnya hal itu telah dilakukan oleh orang-orang pada ribuan tahun lampau. Marx tidak menyebut perilaku ekonomi yang lebih awal itu dengan kapitalisme, lebih dari itu kapitalisme mencakup sesuatu yang lebih dari sekadar pencarian keuntungan.

Marx berpendapat bahwa kapitalisme adalah suatu sistem ekonomi yang memungkinkan beberapa individu menguasai sumber daya produksi vital, yang mereka gunakan untuk meraih keuntungan maksimal. Marx menamakan mereka sebagai kaum borjuis. Pendapat lain tentang munculnya kapitalisme juga datang dari Eric Wolf, ia mengidentifikasi munculnya kapitalisme pada revolusi industri dengan menyebutkan periode pra industri antara abad XV dan XVI sebagai periode transisi. Pada periode tersebut, yang ada hanya pencarian kemakmuran', bukan 'pencarian keuntungan'.

Kapitalisme lahir pada abad XV hingga XVI dan meluas ke banyak negara pada waktu itu. Lalu pada abad XVII, kapitalisme lebih meluas lagi walaupun pada tingkat yang lebih lambat dari sebelumnya. Perkembangan berikutnya adalah perkembangan kapitalisme merkantilisme, era ini berlangsung pada abad XVII. Kebijakan tersebut berupa pemberian hak monopoli oleh pemerintah kepada perusahaan dagang sehingga perusahaan memperoleh keuntungan dari perdagangan antar negara Eropa dan koloninya.

Setelah sekitar tahun 1730, kapitalisme memasuki fase ketiga, yaitu fase lanjutan dari perluasan yang cepat. Dengan berakhirnya fase ini (sekitar pertengahan abad XIX) kapitalisme mencapai sebagian besar dunia dan selama fase ketiga industrialisasi yang meluas terjadi dalam sebagian besar masyarakat. Pada abad XX, ekonomi dunia kapitalis telah melahirkan unit ekonomi baru, yaitu perusahaan multinasional memiliki cabang-cabang produksi pada lebih dari satu negara. Fase kapitalisme saat ini dikenal sebagai kapitalisme modern.

Salah satu contoh dari kapitalisme modern adalah perusahaan-perusahaan media massa seperti televisi hingga yang paling baru adalah *platform digital* dan media sosial. Kekuasaan media massa tersebut terletak pada kekuasaan kapitalisme ada padanya. Kapital kemudian menjadi kekuatan utama media massa. Penguasaan media massa oleh kapitalis tidak hanya disebabkan karena media massa sendiri memang hidup dari kekuatan modal raksasa sebab membangun media membutuhkan investasi dalam jumlah yang besar, mengingat teknologi media adalah teknologi yang amat mahal dengan jumlah produksi yang eksklusif.

Namun tidak hanya modal besar yang diperlukan untuk membangun suatu intitusi media. Kehidupan media massa akhirnya juga masuk dalam jaringan kapitalis lainnya, yaitu bagaimana membangun sistem yang secara spekulatif dapat mengundang kapital baru untuk masuk dalam jaringan. Kinerja ini berperan untuk menjadikan media massa sebagai total kapitalis.

Konsep total kapitalis ini dimaksud, bahwa media itu sendiri adalah kapitalis kemudian ia juga bekerja untuk mengundang kapital masuk dalam jaringannya melalui penanaman saham dan dana yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan untuk produk-produk iklan yang ditayangkan untuk menghasilkan kapital baru. Dari sini kemudian media-media itu bekerja.

Wajah Baru Kapitalisme

Kemajuan teknologi yang berbasis pada konsep *internet of things* telah mempermudah keberadaan manusia. Tanpa disadari, kebiasaan menggunakan dan memanfaatkan teknologi ini diterjemahkan menjadi data berharga bagi bisnis digital. Menghadapi hal tersebut, paradigma atau wajah baru kapitalisme mulai menampakkan dirinya.

Di dunia digital saat ini, manusia dapat dengan mudah menggunakan berbagai program untuk membantu mereka dalam kegiatan sehari-hari. Mulai dari menampilkan rute perjalanan ke tempat yang belum pernah dikunjungi, memperoleh produk atau layanan melalui aplikasi digital, agenda rapat yang tersimpan di kalender perangkat, dan masih banyak lagi tugas yang dipermudah oleh internet. Perangkat dan internet sering dipandang sebagai alat bermanfaat yang dapat dikontrol sepenuhnya oleh pengguna.

Iklan barang dan jasa yang relevan dengan kebutuhan atau preferensi pengguna kerap muncul di media sosial. Sebagian pengguna ada yang tidak peduli, tetapi ada juga yang sadar dan secara spontan berkomentar bahwa inilah prinsip algoritma yang digunakan mesin pencari internet saat ini. Tapi apakah ini hanya algoritma internet yang dirancang untuk mempermudah pengguna atau ada hal-hal lain yang lebih besar di balik keseluruhan ‘sistem’.

Dalam skenario ini, kebanyakan orang sering gagal dalam memahami bahwa dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* atau perangkat lain, mereka memberikan izin program untuk melihat data pribadi mereka. Misalnya menyetujui akses galeri foto, video, kontak dan apa pun yang disimpan di perangkat pengguna. Contoh lain adalah program peta digital pada perangkat pengguna, yang jika dicermati, berisi catatan perjalanan pengguna ke berbagai tujuan seperti rumah, kantor, restoran, dan situs lainnya.

Padahal semua itu termasuk dalam kategori privasi pengguna, yang tanpa disadari dibagikan dengan pengembang aplikasi. Jika dilihat lebih dalam, kehidupan pribadi konsumen akan lebih kecil ketika semuanya dibagikan di dunia maya, sebab ada pihak ketiga yang memantau aktivitas pengguna. Masalahnya adalah semua tindakan dan kebiasaan tersebut menjadi aset berharga bagi pihak ketiga untuk dijadikan sebagai ‘bahan baku’ yang bisa mengatur perilaku termasuk juga pilihan ekonomi, sosial, bahkan politik dari pengguna media sosial.

Dalam bukunya “*The Age of Surveillance Capitalism*”, Zuboff berfokus pada konsekuensi ekonomi dari implementasi pengawasan kapitalisme. Ulasannya dimulai dengan mengamati perusahaan digital besar yang

berkembang di Amerika Serikat, Zuboff memilih lima perusahaan teknologi: Amazon, Apple, Facebook, Microsoft, dan terutama, Google dengan fitur mesin pencari ke sistem Android yang sekarang terintegrasi pada sebagian besar *smartphone* di seluruh dunia, Zuboff menyiratkan bahwa Google adalah pelopor kapitalisme pengawasan. Riwayat pencarian pengguna, pesan suara, jejak rute peta perjalanan, dan kontak email semuanya diubah menjadi data yang kemudian dijual ke perusahaan digital lain sebagai komoditas.

Kapitalisme Pengawasan

Perlu diketahui sebelumnya bahwa hingga saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan tentang konsep kapitalisme pengawasan masih sangat minim. Bahkan penggunaan istilah “kapitalisme pengawasan” sebagai terjemahan Bahasa Indonesia dari *surveillance capitalism* masih dianggap ambigu dan kadang menimbulkan kebingungan. Banyak yang mengira bahwa kapitalisme pengawasan merupakan bentuk pengawasan dari kapitalisme, atau kapitalisme lah yang sedang diawasi. Padahal sangat jauh dari itu, kapitalisme pengawasan adalah model kapitalisme yang melakukan pengawasan atau kegiatan ‘memata-matai’ segala aktivitas penggunaan internet untuk menghasilkan keuntungan.

Salah satu referensi komprehensif tentang kapitalisme pengawasan pertama kali ditulis oleh Shoshana Zuboff yang mengkaji dan menafsirkan pola pengguna gawai dan internet dalam bukunya “*The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*” yang diterbitkan pada 2019 lalu. Profesor lulusan Harvard Business School ini mengungkapkan keprihatinannya terhadap masa depan masyarakat di tengah

maraknya teknologi informasi melalui buku setebal 704 halaman ini. Zuboff menyoroti beberapa bisnis, seperti Google dan Facebook yang menguasai dan memegang kontrol terhadap teknologi informasi dan digital.

Sepintas sistem komputasi ini tampak bermanfaat, tetapi di satu sisi juga dapat mengganggu ranah pribadi pengguna. Sebagai contoh, seorang mengetik “tips diet dan olahraga” di mesin pencarian, pengguna hanya sekadar ingin mengetahui beberapa cara untuk hidup sehat. Namun kemudian, iklan sepatu dan pakaian olahraga muncul terus-menerus di beranda media sosialnya yang membuat pengguna akhirnya membeli seperangkat pakaian olahraga meskipun itu tidak relevan dengan kebutuhannya. Pola konsumerisme mungkin merupakan salah satu konsekuensi negatif dari kapitalisme pengawasan.

Zuboff menciptakan frasa "*surveillance capitalism*" untuk menggambarkan bagaimana individu telah beralih menjadi suatu komoditas. Teori Kapitalisme Karl Marx dikembangkan oleh Zuboff sebagai faktor yang menyebabkan orang teralienasi dari dirinya sendiri akibat pekerjaan yang dilakukan. Sementara itu, manusia teralienasi dalam kapitalisme pengawasan bukan karena pekerjaannya, tetapi karena domain pribadinya (melalui data digital) dikelola oleh pihak ketiga (Zuboff, 2019:9).

“Surveillance capitalism unilaterally claims human experience as free raw material for translation into behavioral data. Although some of these data are applied to product or service improvement, the rest are declared as a pro-prietary behavioral surplus, fed into advanced manufacturing processes known as “machine intelligence,” and fabricated into prediction products that anticipate what you will do now, soon, and later. Finally, these prediction products are traded in a new kind of marketplace for behavioral predictions that I call behavioral futures markets.” (Shosana Zuboff, 2019)

Kata *surveillance* (pengawasan) dalam kapitalisme pengawasan dipilih karena platform digital ini secara sepihak mengklaim pengalaman manusia sebagai “bahan mentah” gratis untuk diterjemahkan ke dalam data perilaku. Meskipun beberapa dari data ini digunakan untuk peningkatan produk atau layanan, namun sisanya merupakan surplus perilaku dan dimasukkan ke dalam proses manufaktur lanjutan yang biasa dikenal sebagai "kecerdasan mesin", kemudian dibuat menjadi produk prediksi yang dapat mengantisipasi aktivitas apa yang akan dilakukan dalam internet. Akhirnya, produk prediksi ini diperdagangkan di pasar jenis baru yaitu prediksi perilaku yang Zuboff sebut sebagai “pasar perilaku masa depan”.

Sejak awal tulisannya, Zuboff memang sangat menaruh fokus pada hubungan antara kapitalisme dan teknologi. Sebelumnya ia juga menerbitkan buku berjudul “*In The Age of The Smart Machine*” pada tahun 1988 yang menganalisis dan memprediksi dampak teknologi komputer, khususnya di sektor sosial dan ekonomi. Dalam buku tersebut pula Zuboff mengkaji peran teknologi dalam menghancurkan proses manufaktur (industri) konvensional dan orang-orang yang bekerja di dalamnya.

Data Sebagai Komoditas

Setelah pemilihan presiden 2016 di Amerika Serikat dan dilanjut oleh kerusuhan Gedung Putih pasca pemilihan presiden 2020, skandal Cambridge Analytica pada 2018 juga skandal Facebook Files di tahun 2021, banyak orang mulai meninggalkan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan

lainnya secara massal. Namun budaya media sosial, seperti halnya budaya media lainnya, memengaruhi semua orang terlepas dari apakah mereka memilih secara sadar atau tidak.

Dalam analisisnya Zuboff menegaskan bahwa pengguna platform digital sering kali terjebak dalam empat tahap yang disebut "siklus perampasan" (*dispossession cycle*). Keempat tahap ini terdiri dari serangan (*incursion*), pembiasaan (*habituation*), adaptasi (*adaptation*), dan pengalihan (*redirection*). Masing-masing berjalan secara bertahap dan terus berputar seperti sebuah siklus yang tanpa akhir (Zuboff, 2019:140-154).

Agar lebih mudah memahami konsep "kapitalisme pengawasan" yang cukup rumit, Zuboff memberi penjelasan secara sederhana terkait pola keseluruhan teori ini:

Model bisnis: Google dan platform berbasis pengawasan lainnya sering kali dideskripsikan sebagai "*two-side market*" atau tempat di mana terjadi interaksi langsung antara dua (atau lebih) pelaku ekonomi yang saling memberi keuntungan satu sama lain melalui proses penciptaan nilai yang berkelanjutan, tetapi mekanisme kapitalisme pengawasan justru menunjukkan sesuatu yang berbeda. Google telah menemukan cara untuk menerjemahkan interaksi pengguna yang bersifat non-ekonomi menjadi bahan baku surplus perilaku untuk menjadi produk berupa data yang ditujukan untuk transaksi pasar dengan pengiklan sebagai pelanggan sebenarnya.

Penerjemahan surplus perilaku dari luar ke dalam pasar akhirnya memungkinkan perusahaan mengubah investasi menjadi pendapatan. Aset dari bahan baku vital yang berasal dari aktivitas *online* yang bersifat non-ekonomi

dari pengguna membuat korporasi berhasil menciptakan keuntungan dari sesuatu yang tak terlihat dan dengan nol biaya marjinal. Pada awalnya bahan mentah tersebut “tidak sengaja ditemukan” sebagai produk sampingan atau kasarnya “sisa data” dari tindakan pencarian pengguna. Namun setelah menyadari potensinya, aset-aset itu kemudian diburu secara agresif dan sebagian besarnya diperoleh melalui pengawasan terhadap data-data tersebut.

Korporasi secara bersamaan juga turut menciptakan jenis pasar baru di mana "prediksi" menjadi produk dari bahan mentah yang dapat dibeli dan dijual. Jika kapitalisme industri mengubah sumber daya alam menjadi komoditas, maka kapitalisme pengawasan meletakkan klaimnya atas sifat dan perilaku alami manusia sebagai komoditas baru. Saat ini sifat manusia telah digerus dan diambil untuk pasar kapitalisme abad ini.

Namun tetap saja tak pantas untuk menganggap bahwa kerugian ini hanya terletak pada fakta bahwa pengguna *platform* tidak menerima biaya untuk bahan mentah yang mereka suplai. Kritik seperti itu justru akan menyesatkan dan membawa pada solusi untuk menggunakan mekanisme penetapan harga untuk melegalkan praktik ini dan melegitimasi ekstraksi perilaku manusia untuk diperjualbelikan yang justru lebih memperparah keadaan.

Alat produksi:Proses manufaktur Google adalah komponen penting yang belum pernah terjadi dalam sejarah kapitalisme sebelumnya. Teknologi dan teknik spesifiknya disebut "kecerdasan mesin" yang terus berkembang dan kerumitannya semakin mengintimidasi. Istilah kecerdasan mesin hari ini dapat berubah arti menjadi sesuatu yang sangat berbeda dalam satu tahun atau lima tahun ke depan. Misalnya, Google telah digambarkan sebagai inisiator dan

pengembang "kecerdasan buatan" setidaknya sejak tahun 2003, tetapi istilah itu sendiri adalah sesuatu yang dinamis karena kemampuannya berevolusi, dari yang awalnya hanya sekadar program primitif yang dapat memainkan permainan sederhana hingga menjadi sebuah sistem yang dapat mengoperasikan mobil tanpa pengemudi.

Kemampuan kecerdasan mesin memanfaatkan surplus perilaku, dan semakin banyak surplus yang dikonsumsi maka akan semakin akurat pula produk prediksi yang dihasilkan. Meskipun perusahaan platform berkomitmen untuk mengembangkan kemampuan kecerdasan buaatannya hanya untuk keperluan meningkatkan keakuratan fitur Penelusuran, besar kemungkinan Penelusuran tersebut digunakan sebagai sarana untuk terus melatih kemampuan *artificial intelligence*-nya yang terus berkembang.

Jadi dapat dikatakan bahwa dalam kapitalisme pengawasan, kecerdasan mesin lah yang menjadi alat produksinya. Semakin banyak perusahaan yang mengejar keuntungan dengan gaya pengawasan ala Google, dan sebagian besar ilmuwan di bidang data komputer berdedikasi untuk membuat produk prediksi yang meningkatkan rasio klik-tayang (CTR) untuk iklan tertarget. Google memperkenalkan model *deep neural network* yang baru demi menangkap "interaksi fitur prediktif" dan memberikan "kinerja canggih" untuk meningkatkan rasio klik-tayang. Kontribusi seperti ini sama dengan "alat produksi" kapitalisme abad ke-21 yang mahal, canggih, buram, dan eksklusif.

Produk: Kecerdasan mesin memproses surplus perilaku menjadi produk prediksi yang dirancang untuk meramalkan apa yang akan kita rasakan, pikirkan, dan lakukan baik sekarang maupun nanti. Metode ini adalah salah satu

rahasia Google yang paling dijaga ketat. Sifat produknya menjelaskan mengapa Google berulang kali mengklaim bahwa ia tidak menjual data pribadi. Eksekutif Google selalu menegaskan kemurnian privasi mereka karena mereka memang tidak menjual bahan mentah mereka. Sebaliknya, perusahaan menjual prediksi yang hanya dapat dibuat dari timbunan surplus perilaku penggunanya.

Produk prediksi mengurangi risiko bagi pelanggan (dalam hal ini pengiklan), memberi tahu mereka di mana dan kapan harus memasang taruhan. Kualitas dan daya saing produk merupakan fungsi pendekatannya terhadap kepastian: semakin baik produk prediksi, semakin rendah risiko bagi pengiklan dan semakin besar volume penjualan. Google telah belajar menjadi peramal berbasis data yang menggantikan intuisi dengan sains dalam skala besar demi keuntungan pemasang iklan. Awalnya, produk prediksi Google sebagian besar ditujukan untuk penjualan iklan tertarget, tetapi seperti yang kita lihat, iklan hanyalah awal dari proyek kapitalisme pengawasan.

Pasar: Produk prediksi dijual ke pasar jenis baru yang memperdagangkan perilaku manusia secara eksklusif. Keuntungan utama kapitalisme pengawasan berasal dari pasar prediksi perilaku manusia. Meskipun pengiklan adalah pemain dominan dalam jenis pasar baru ini, tapi tidak ada batasan dalam pasar ini. Sistem prediksi yang baru hanya berkaitan dengan iklan, namun sistem tersebut dapat diterapkan ke banyak wilayah lain. Setiap pemodal yang tertarik untuk membeli pinformasi probabilistik tentang perilaku pengguna dan/atau memengaruhi perilaku di masa depan dapat membayar untuk bermain di pasar tempat perilaku individu, kelompok, organisasi, dan seterusnya diekspos dan dijual.

D. Film Dokumenter

Bahasa film, menurut Himawan Pratista (2008:3) merupakan perpaduan antara suara dan bahasa visual. Para pembuat film berharap bahwa film mereka akan memberikan solusi bagi para penonton dan bahwa mereka akan diterima sebagai penggambaran realita.

John Grierson pertama kali mendefinisikan film dokumenter saat mengulas film karya Robert Flaherty berjudul *Nanook of the North* (1926) sebagai “*a creative treatment of actuality*” (sebuah tindakan-tindakan kreatif yang aktual). Menurut Steve Blandford, film dokumenter adalah film yang topiknya memuat orang, peristiwa, atau situasi yang terjadi di dunia nyata dan di luar ranah perfilman.

Sedangkan dalam buku *Representing Reality* (1991), Bill Nichols, seorang pengamat dan pengajar film dokumenter, berpendapat bahwa film dokumenter adalah upaya untuk menceritakan suatu peristiwa atau kenyataan dengan menggunakan fakta dan data.

Menurut Tanzil, berikut persamaan dan perbedaan antara ketiga format yakni dokumenter, film fiksi, dan film berita:

Tabel 2.2 Perbedaan Format Fiksi, Dokumenter, dan Berita

Fiksi	Dokumenter	Berita
Tidak selalu menggunakan fakta dan data dalam mengungkapkan kejadian	Mengungkapkan kejadian dengan menggunakan fakta dan data	Mengungkapkan kejadian dengan menggunakan fakta dan data

Boleh ada unsur khayalan pembuat film	Berpegang pada fakta dan data	Berpegang pada fakta dan data
Subjektif, tergantung sudut pandang pembuat film	Subjektif, tergantung sudut pandang pembuat film; ada keberpihakan	Objektif; mematuhi etika penyampaian berita secara berimbang (cover both side)
Ada pesan yang ingin disampaikan pembuat film	Ada pesan yang ingin disampaikan pembuat film	Bisa saja hanya sekadar melaporkan apa yang terjadi
Alur cerita merupakan elemen utama	Memerlukan alur cerita sebagai media penyampai pesan	Tidak memerlukan alur cerita ataupun elemen dramatik lainnya

(Sumber: *Tanzil, dkk, 2010:20*)

Kesimpulannya film dokumenter adalah film yang mendokumentasikan atau mempresentasikan kenyataan. Artinya film dokumenter menampilkan kembali fakta yang ada dalam suatu kehidupan dengan berbagai sudut pandang yang diambil.

Adapun beberapa ciri khas tertentu yang menggambarkan batasan film dokumenter jika dibandingkan dengan genre film lain ialah:

a. Menyampaikan kebenaran

Film dokumenter pada prinsipnya sesuai dengan fakta, sehingga berperan dalam mengungkapkan dan menggambarkan kebenaran dalam keberadaan manusia. Oleh karena itu, pembuat film dokumenter perlu menyelam lebih dalam dan sepenuhnya ke setiap aspek dari topik atau tema yang diangkat.

b. Konstruksi subjektif

Sudut pandang atau yang sering pula disebut subjektivitas, merupakan komponen penting dalam pembuatan film dokumenter. Secara sederhana pembuatan film dokumenter adalah kegiatan yang membutuhkan sejumlah besar keputusan, bukan hanya kejadian semata tapi juga tentang apa yang harus ditangkap dalam layar, bagaimana merekamnya, alat apa yang digunakan, dan bagaimana menampilkannya kepada penonton. Pembuat film akan mengungkapkan sisi keberpihakannya sebagai opini atau sudut pandang.

c. Konflik kepentingan

Salah satu hal yang perlu diperhatikan ketika menonton film dokumenter yang berpotensi bias dari sudut pandang sutradara adalah sumber dana untuk pembuatan film tersebut. Film dokumenter, seperti halnya pula film fiksi, membutuhkan dana pada tahapan awal produksi. Akibatnya, film dokumenter dapat melalui proses yang dikenal sebagai "memproduksi sesuai permintaan", saat pemberi dana memesan film tersebut sesuai kepentingannya.

d. Etika dan akuntabilitas

Unsur lainnya yang menjadi pertimbangan pembuat film dokumenter adalah penggunaan subjek hidup dan perekaman secara sangat akurat, karenanya film dokumenter kerap dianggap berkaitan dengan praktik jurnalistik sebab terdapat beberapa hal seperti etika yang perlu dipatuhi. (Mardhani, Akbar, Sonni, 2020).

Tipe Pendekatan Film Dokumenter

Pembahasan mengenai *documentary approach* pada dasarnya adalah bentuk yang dapat dilihat dengan mata telanjang dan dirasakan oleh penonton, membawanya lebih dekat ke elemen-elemen *mise en scène*, seperti sinematografi, pengeditan atau *editing*, pencahayaan atau *lighting*, pengaturan lokasi dan ruang atau *setting*, penempatan properti pendukung dan hal-hal lain yang dapat divisualisasikan dan didengar.

Maka tak heran beberapa sosok ahli dalam film dokumenter menganggap metode ini sebagai sub-genre atau gaya film dokumenter. Merujuk pada Bill Nichols dalam *Introduction to Documentary* (2001), berdasarkan aspek dramatis, gambaran visual, gambaran auditif hingga keterlibatan sang pembuat, film dokumenter dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Poetic Documentaries

Seperti namanya, *poetic documentaries* yang pertama kali muncul pada 1920-an menempatkan penekanan yang kuat pada pengalaman, gambar, dan memperkenalkan dunia kepada penonton melalui mata baru. Abstrak dan bebas dalam bernarasi, subgenre *poetic* ini bisa sangat tidak konvensional dan menunjukkan eksperimental dalam isi dan subjeknya. Tujuan utama gaya dokumenter ini adalah untuk mendapatkan respons emosional daripada fakta.

b. Expository Documentaries

Gaya dokumenter ini bisa dibilang paling erat kaitannya dengan apa yang kebanyakan orang pikirkan ketika mendengar kata

"dokumenter". Berbeda dengan dokumenter bergaya puitis, justru berusaha untuk menginformasikan dan/atau membujuk, seringkali melalui narasi yang bebas dari terminologi yang ambigu atau puitis. Gaya penyajian yang jelas sangat ideal bagi mereka yang mencari jenis penceritaan dokumenter yang paling berterus-terang dan paling efektif untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi.

c. Observational Documentaries

Gaya dokumenter observasi bertujuan untuk mengamati dunia di sekitar mereka. Berasal dari tahun 1960-an bersamaan dengan kemajuan dalam peralatan film portabel. Dokumenter observasional berusaha untuk menyuarakan semua sisi dari suatu masalah dengan menawarkan penonton akses langsung ke beberapa momen terpenting (dan seringkali pribadi) dari subjek. Pendekatan observasional memiliki banyak pengaruh selama bertahun-tahun, pembuat film sering menggunakan pendekatan ini untuk menciptakan rasa realisme dan kebenaran.

d. Participatory Documentaries

Gaya dokumenter partisipatif memasukkan pembuat film ke dalam narasi. Penyertaan ini bisa sekecil pembuat film yang menggunakan suara mereka untuk mendorong subjek mereka dengan pertanyaan atau isyarat dari belakang kamera — atau sebesar pembuat film yang secara langsung memengaruhi tindakan narasi.

Ada beberapa perdebatan di komunitas dokumenter mengenai seberapa banyak partisipasi pembuat film yang diperlukan untuk mendapatkan label "partisipatif" dalam sebuah film dokumenter. Bahkan, beberapa orang berpendapat bahwa, karena sifatnya, semua film dokumenter bersifat partisipatif. Terlepas dari itu, gaya ini mungkin salah satu yang paling alami bagi mereka yang baru memulai.

e. Reflexive Documentaries

Dokumenter reflektif mirip dengan dokumen partisipatif karena sering menyertakan pembuat film di dalam film. Namun, tidak seperti partisipatif, sebagian besar pembuat film dokumenter reflektif tidak berusaha untuk mengeksplorasi subjek luar. Sebaliknya, mereka hanya fokus pada diri mereka sendiri dan tindakan pembuatan film. Contoh terbaik dari gaya ini adalah film dokumenter bisu tahun 1929 *Man with a Movie Camera* oleh Soviet Dziga Vertov.

f. Performative Documentaries

Film dokumenter performatif berfokus pada keterlibatan pembuat film dengan subjeknya, menggunakan pengalaman pribadinya atau hubungannya dengan subjek sebagai titik awal untuk mengeksplorasi kebenaran subjektif yang lebih besar tentang politik, sejarah, atau sekelompok orang. Seorang sinematografer sering diminta untuk merekam proses produksi dokumenter, serta cuplikan intim yang menggambarkan hubungan langsung dan seringkali pribadi antara pembuat film dan subjek.

Grezon R. Ayawaila (2008) mengklasifikasikan jenis-jenis film dokumenter menjadi beberapa bagian, yang kemudian dibagi menurut tingkat popularitasnya, seperti yang telah dibahas sebelumnya mengenai metode dokumenter, antara lain:

a. Laporan perjalanan

Awalnya jenis ini adalah dokumentasi antropologis dari para etnografer atau ahli etnologi. Namun dalam perkembangannya banyak hal yang dapat diangkat mulai dari topik yang ringan hingga yang penting, sesuai dengan pesan dan gaya yang dibuat.. Dokumenter semacam ini juga dikenal sebagai *travelogue*, *travel film*, *travel documentary* dan *adventures film*. Karena kemasan acaranya sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini, jenis ini juga digunakan sebagai ajang promosi untuk lokasi-lokasi yang populer.

b. Sejarah

Dikarenakan keakuratan data sangat dijaga dan hampir tidak ada yang salah, baik dalam penyajian data maupun interpretasinya, film dokumenter berjenis sejarah memiliki unsur makna referensial yang sangat kuat (makna yang sangat bergantung pada referensi acara). Film dokumenter gaya ini sering digunakan sebagai pelengkap bagi siswa yang tidak tertarik membaca ulang buku-buku sejarah.

c. Ilmu Pengetahuan

Film ini dirancang khusus untuk mengajarkan penonton bagaimana belajar dan melakukan berbagai hal, seperti bermain gitar akustik atau

blues tingkat pemula, memasang instalasi listrik, menanam bunga yang dijamin tumbuh, tari perut untuk menurunkan berat badan, arung jeram hingga mengarungi lautan, dan sebagainya. Film sains alam juga dibuat dalam film sains, membawa penonton lebih dekat dengan kehidupan hewan liar, tumbuh-tumbuhan, dan kawasan perawan lainnya.

d. Biografi

Sesuai dengan namanya, jenis dokumenter ini berfokus mengangkat tema tentang sosok seseorang. Mereka yang diangkat menjadi tema utama biasanya seseorang yang dikenal luas atau seseorang yang biasa namun memiliki kehebatan, keunikan ataupun aspek lain yang menarik. Biasanya dokumenter ini mengupas aspek *human interest* dari seseorang, sedangkan plot yang diambil biasanya adalah hanya peristiwa-peristiwa yang dianggap penting dan krusial dari orang tersebut bisa berupa sanjungan, simpati, kritik pedas atau bahkan pemikiran sang tokoh.

e. Dokumenter drama (Dokudrama)

Film jenis ini merupakan penafsiran ulang terhadap kejadian nyata, bahkan selain peristiwanya hampir seluruh aspek filmnya (tokoh, ruang dan waktu) cenderung direkonstruksi ulang. Pada praktiknya, ruang (tempat) akan dicari yang mirip dengan tempat aslinya, atau bahkan membangun kembali tempat tersebut sebagai keperluan dari film. Selain menghadirkan beberapa subjek dan menyajikan fakta-fakta, film jenis ini memberi sentuhan naratif agar lebih dekat dengan khalayak.

E. Analisis Wacana Kritis

Pengertian, Ciri, dan Sifat Wacana

Dalam buku *Metode Analisis Teks dan Wacana* dijelaskan bahwa “Wacana” (*discourse*) berasal dari bahasa latin *discurre* (mengalir kesana kemari) dari nominalisasi kata *discursus* (“mengalir secara terpisah”) yang ditransfer maknanya menjadi terlibat dalam sesuatu atau memberi informasi tentang sesuatu (Titscher & Tim, 2009:42)

Dalam buku tersebut pula Vaas menjelaskan makna “wacana” terdiri dari beberapa poin sebagai berikut:

1. Secara umum: tuturan, percakapan, diskusi
2. Penyajian diskursif sederet pemikiran menggunakan serangkaian pernyataan
3. Serangkaian pernyataan atau ujaran, sederet pernyataan
4. Bentuk sebuah rangkaian pernyataan / ungkapan; yang dapat berupa arkeologi: wacana ilmiah, puitis, dan religius
5. Perilaku yang diatur kaidah yang menggiring ke arah lahirnya serangkaian atau sistem pernyataan-pernyataan yang saling terkait (berbagai bentuk pengetahuan) (kedokteran, psikologi, dan sebagainya)
6. Bahasa sebagai sesuatu yang dipraktikan; bahasa tutur
7. Bahasa sebagai suatu totalitas; seluruh bidang linguistik
8. Mendiskusikan dan mempertanyakan kriteria validitas dengan tujuan menghasilkan konsensus di antara peserta wacana

Pada prinsipnya, karena terdapat intertekstualitas maka tidak ada titik awal objektif dan titik akhir yang jelas karena setiap wacana terikat dengan banyak wacana-wacana yang lain.

Michel Foucault memahami wacana bukan hanya serangkaian kata atau proposisi dalam teks, melainkan sesuatu yang memproduksi yang lain (sebuah gagasan, konsep atau efek). Wacana adalah suatu bahasa yang lengkap didalamnya terdapat konsep, opini, gagasan pikiran dan ide. Wacana adalah sebuah teori interpretatif, yakni mengandung muatan pemikiran yang fokus pada persoalan makna dan penafsiran.

Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana terutama berhubungan dengan studi mengenai bahasa atau analisis linguistik, analisis wacana tidak berhenti pada aspek tekstual tetapi juga konteks dan proses produksi dan konsumsi suatu teks, bagaimana bahasa bisa diproduksi dan ideologi dibalikinya. Terdapat tiga pandangan dalam analisis wacana, yaitu pandangan positivisme-empiris, konstruktivisme dan kritis. Dalam penelitian ini cenderung menggunakan pandangan kritis, atau disebut Analisis Wacana Kritis.

Tujuan analisis wacana kritis adalah menjelaskan dimensi linguistik kewacanaan, fenomena sosial, dan kultural dan proses perubahan dalam modernitas terkini. Dalam analisis wacana kritis, wacana merupakan bentuk praktik sosial yang menyusun dunia sosial lainnya (Jorgensen, 2007:117), serta memandang bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam membentuk subjek serta berbagai tindakan representasi yang terdapat di masyarakat. Oleh sebab itu, analisis wacana kritis menganalisis bahasa tidak saja dari aspek kebahasaan, tetapi juga menghubungkannya dengan konteks (kondisi sosial).

Konteks yang dimaksud adalah untuk tujuan dan praktik tertentu termasuk di dalamnya praktik kekuasaan. Misalnya dalam wacana film memunculkan pencerminan ideologi feminis, patriarki, kapitalis dsb. Intinya analisis wacana kritis adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi dan ingin melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks. Dasar analisis wacana kritis adalah interpretasi bahwa setiap teks dimaknai secara berbeda dan menekankan bahwa wacana adalah juga bentuk interaksi (Eriyanto, 2001:xv).

Analisis wacana yang menggunakan pendekatan kritis memperlihatkan keterpaduan antara:(a) analisis teks; (b) analisis proses, produksi, konsumsi, distribusi teks; serta (c) analisis sosiokultural yang berkembang di sekitar wacana itu (Fairclough, 1987:98)

Karakteristik Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis melihat bahasa sebagai faktor penting, yakni bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan dalam masyarakat terjadi. Analisis wacana yang menggunakan pendekatan kritis memperlihatkan keterpaduan antara:(a) analisis teks; (b) analisis proses, produksi, konsumsi, distribusi teks; serta (c) analisis sosiokultural yang berkembang di sekitar wacana itu (Fairclough, 1987:98)

Di dalam analisis wacana kritis, wacana tidak dipahami semata-mata sebagai studi bahasa, melainkan juga menghubungkan dengan konteks. Bahasa digunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan dalam masyarakat. Berikut ini karakteristik penting dari analisis wacana kritis yang disarikan oleh Eriyanto dari tulisan Van Dijk, Fairclough, dan Wodak. (Eriyanto, 2001:7- 14).

a. Tindakan

Prinsip pertama, wacana dipahami sebagai sebuah tindakan (*action*). Wacana diasosiasikan sebagai bentuk interaksi. Wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, seperti untuk memengaruhi, mendebat, membujuk, menyanggah, melawan, bereaksi, dan sebagainya. Terdapat maksud tertentu, baik besar maupun kecil. Oleh karenanya, wacana dipahami sebagai sesuatu yang diekspresikan secara sadar, terkontrol, bukan sesuatu yang diluar kendali atau dieskpresikan di luar kesadaran.

b. Konteks

Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks wacana, seperti latar, situasi, peristiwa dan kondisi. Pandangan Cook (1994) mengatakan, analisis wacana juga memeriksa konteks dari komunikasi: siapa yang mengkomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe dari perkembangan komunikasi; dan hubungan untuk setiap masing-masing pihak. Cook menyebut ada tiga hal yang sentral dalam pengertian wacana, yaitu: teks, konteks dan wacana.

Teks adalah semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang terletak di lembar kertas, melainkan juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra dan sebagainya. Konteks memasukan semua situasi dan hal yang berada diluar teks dan

memengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan dalam bahasa, situasi dimana teks tersebut diproduksi, fungsi yang dimaksudkan, dan sebagainya. Kemudian wacana dimaknai sebagai teks dan konteks secara bersama-sama.

c. Histori

Salah satu aspek yang penting untuk bisa mengerti suatu teks adalah dengan menempatkan wacana tersebut sesuai dengan konteks historisnya. Pemahaman mengenai wacana teks hanya dapat diperoleh apabila kita dapat memberikan konteks historis dimana teks tersebut dibuat. Oleh karena itu, pada waktu melakukan analisis diperlukan suatu tinjauan untuk mengerti mengapa wacana yang berkembang atau dikembangkan seperti itu, mengapa bahasa yang digunakan seperti itu dan lainnya.

d. Kekuasaan

Di dalam analisis wacana kritis juga dipertimbangkan elemen relasi kuasa (*power relations*) di dalam analisisnya. Setiap wacana yang muncul, dalam bentuk teks, percakapan atau apapun, tidak dipandang sebagai suatu yang alamiah, wajar, dan netral tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan adalah salah satu kata kunci hubungan antara wacana dan masyarakat.

Analisis wacana kritis tidak membatasi diri pada detail teks atau struktur wacana saja, tetapi juga menghubungkannya dengan kekuatan dan kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya tertentu. Aspek

kekuasaan tersebut perlu dikritisi untuk mengamati hal-hal yang tersembunyi, hubungannya dengan wacana ialah sebagai suatu kontrol. Satu orang atau kelompok mengontrol orang atau kelompok lain melalui wacana, kontrol yang dimaksud dalam konteks ini tidak harus selalu dalam bentuk fisik dan langsung, tetapi juga secara mental dan psikis. Kelompok yang dominan mungkin membuat kelompok lain bertindak sesuai dengan yang diinginkannya. dan

e. Ideologi

Ideologi memiliki dua pengertian yang bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsikan sebagai suatu pandangan dunia (*worldview*) yang menyatakan nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Secara negatif, ideologi dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikan pemahaman orang mengenai realitas sosial (Sobur, 2004:61)

Ideologi merupakan konsep yang sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal tersebut karena teks, percakapan dan lainnya adalah bentuk dari suatu praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Salah satu strategi utamanya ialah dengan membuat kesadaran kepada khalayak bahwa itu diterima secara cuma-cuma dan begitu saja. Wacana dalam pendekatan ini dipandang sebagai medium oleh kelompok yang dominan, untuk mempersuasi dan

mengomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dominasi yang mereka miliki, sehingga tampak sah dan benar.

Model Norman Fairclough

Analisis Wacana digunakan untuk membongkar praktik kuasa dalam suatu wacana, diantaranya Analisis Wacana Kritis oleh Fairclough. Pendekatan Norman Fairclough menekankan peran aktif wacana dalam mengkonstruksi dunia sosial, juga menggambarkan sisa-sisa marxisme yang lebih tradisional. Bidang utama yang menarik dalam analisis wacana kritis yang dikemukakan Fairclough adalah penyelidikannya terhadap perubahan. (Marianne, 2007:13) Fairclough memusatkan pada persoalan melalui konsep intertekstualitas- yakni, bagaimana teks individu bergantung pada unsur-unsur dan wacana teks lain.

Pendekatan Fairclough intinya menyatakan bahwa wacana merupakan bentuk penting praktik sosial yang memproduksi dan mengubah pengetahuan, identitas dan hubungan sosial yang mencakup hubungan kekuasaan dan sekaligus dibentuk oleh struktur dan praktik sosial lain. Oleh sebab itu, wacana memiliki hubungan dialektik dengan dimensi-dimensi sosial lain (Jorgensen, 2007:123).

Dalam teorinya, Fairclough dan Ruth Wodak berpendapat bahwa analisis wacana kritis adalah perihal bahasa yang mengakibatkan kelompok sosial berargumentasi terhadap ideologi atau pemikiran individu masing-masing. Pandangan itu dalam taraf yang umum menunjukkan bagaimana satu kelompok berusaha memenangkan dukungan publik, dan

bagaimana kelompok lain berusaha dimarjinalkan lewat pemakaian bahasa dan struktur gramatika tertentu.

Norman Fairclough menemukan dan membagi analisis wacana ke dalam beberapa tingkatan dengan penjelasan, seperti :

1. Dimensi Tekstual (Mikrostruktural)

Setiap teks secara bersamaan memiliki tiga fungsi, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Fungsi representasi berkaitan dengan cara-cara yang dilakukan untuk menampilkan realitas sosial ke dalam bentuk teks. Fairclough menandai pada semua itu sebagai ‘analisis linguistik’, walaupun hal itu menggunakan istilah dalam pandangan yang diperluas. Ada beberapa bentuk atau sifat teks yang dapat dianalisis dalam membongkar makna melalui dimensi tekstual, diantaranya:

a. Kohesi dan koherensi

Analisis ini ditujukan untuk menunjukkan cara klausa dibentuk hingga menjadi kalimat, dan cara kalimat dibentuk hingga membentuk satuan yang lebih besar. Jalinan dalam analisis ini dapat dilihat melalui penggunaan leksikal, pengulangan kata (repetisi), sinonim, antonim, kata ganti, kata hubung, dan lain-lain.

b. Tata bahasa

Analisis tata bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam analisis wacana kritis. Analisis tata bahasa dalam analisis

kritis lebih ditekankan pada sudut klausa yang terdapat dalam wacana. Klausa ini dianalisis dari sudut ketransitifan, tema, dan modalitasnya. Ketransitifan dianalisis untuk mengetahui penggunaan verba yang mengonstruksi klausa apakah klausa aktif atau klausa pasif, dan bagaimana signifikasinya jika menggunakan nominalisasi.

Tema merupakan analisis tentang representasi berhubungan dengan bagian mana dalam kalimat yang lebih menonjol dibandingkan dengan bagian yang lain. Sedangkan modalitas digunakan untuk menunjukkan pengetahuan atau level kuasa suatu ujaran. Fairclough melihat modalitas sebagai pembentuk hubungan sosial yang mampu menafsirkan sikap dan kuasa.

c. Diksi

Analisis yang dilakukan terhadap kata-kata kunci yang dipilih dan digunakan dalam teks. Selain itu dilihat juga metafora yang digunakan dalam teks tersebut. Pilihan kosakata yang dipakai terutama berhubungan dengan bagaimana peristiwa, seseorang, kelompok, atau kegiatan tertentu dalam satu set tertentu.

Kosakata ini sangatlah penting karena berhubungan dengan pertanyaan bagaimana realitas ditandakan dalam bahasa dan bagaimana bahasa pada akhirnya mengonstruksi realitas tertentu. Misalnya pemilihan penggunaan kata untuk miskin, tidak mampu,

kurang mampu, marginal, terpinggirkan, tertindas, dan lain-lain. Sebab perbedaan diksi dapat merubah maksud wacana.

2. Dimensi Kewacanaan (Mesostruktural)

Dimensi kedua yang ialah dimensi kewacanaan (*discourse practice*). Dalam analisis dimensi ini, penafsiran dilakukan terhadap pemrosesan wacana yang meliputi aspek penghasilan, penyebaran, dan penggunaan teks.

a. Produksi teks

Pada tahap ini dianalisis pihak-pihak yang terlibat dalam proses produksi teks itu sendiri (siapa yang memproduksi teks). Analisis dilakukan terhadap pihak pada level terkecil hingga bahkan dapat juga pada level kelembagaan pemilik modal.

Media perlu dilakukan analisis yang mendalam mengenai organisasi media itu sendiri (latar belakang wartawan redaktur, pimpinan media, pemilik modal, dll). Hal ini mengingat kerja redaksi adalah kerja kolektif yang tiap bagian memiliki kepentingan dan organisasi yang berbeda-beda sehingga teks berita yang muncul sesungguhnya tidak lahir dengan sendirinya, tetapi merupakan hasil negosiasi dalam ruang redaksi.

b. Penyebaran teks

Pada tahap ini dianalisis bagaimana dan media apa yang digunakan dalam penyebaran teks yang diproduksi sebelumnya.

Apakah menggunakan media cetak atau elektronik, apakah media cetak koran, dan lain-lain. Perbedaan ini perlu dikaji karena memberikan dampak yang berbeda pada efek wacana itu sendiri mengingat setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Contoh: pada kasus wacana media wacana yang disebarkan melalui televisi dan koran memberi efek/dampak yang berbeda terhadap kekuatan teks itu sendiri.

c. Konsumsi teks

Dianalisis dari sisi pihak-pihak yang menjadi sasaran penerima/pengonsumsi teks. Contoh pada kasus wacana media perlu dilakukan analisis yang mendalam mengenai siapa saja pengonsumsi media itu sendiri. setiap media pada umumnya telah menentukan “pangsa pasar”nya masing-masing.

3. Dimensi Praksis Sosial-budaya (Makrostruktural)

Dimensi ketiga adalah analisis praktik sosiobudaya media merupakan analisis tingkat makro yang didasarkan pada pendapat bahwa konteks sosial yang ada di luar media sesungguhnya memengaruhi bagaimana wacana yang ada ada dalam media. Ruang redaksi bukanlah bidang atau ruang kosong yang steril, tetapi juga sangat ditentukan oleh faktor-faktor di luar media itu sendiri.

Berbeda dari tingkatan mikro yang hanya berfokus pada situasi khusus atau kondisi spesial saat teks dibuat, praktik sosial-budaya menganalisis tiga hal yaitu ekonomi, politik (khususnya

berkaitan dengan isu-isu kekuasaan dan ideologi) dan budaya (khususnya berkaitan dengan nilai dan identitas) yang juga memengaruhi institusi media, dan wacananya. Level analisis *sociocultural practice* ini antara lain:

a. Situasional

Setiap teks yang lahir pada umumnya lahir pada sebuah kondisi (waktu) atau suasana khas dan unik. Atau dengan kata lain, aspek situasional lebih melihat konteks peristiwa yang terjadi saat teks dimuat.

b. Institusional

Level ini melihat bagaimana persisnya sebuah pengaruh dari institusi organisasi pada praktik ketika sebuah wacana diproduksi yang bisa berasal dari kekuatan institusional aparat dan pemerintah juga bisa dijadikan salah satu hal yang memengaruhi isi sebuah teks.

c. Sosial

Aspek sosial melihat lebih pada aspek mikro seperti sistem ekonomi, sistem politik, atau sistem budaya masyarakat keseluruhan. Dengan demikian, melalui analisis wacana model ini, kita dapat mengetahui inti sebuah teks dengan membongkar teks tersebut sampai ke hal-hal yang mendalam. Sebab, sebuah teks mengandung ideologi tertentu yang dititipkan penulisnya

agar masyarakat dapat mengikuti alur keinginan penulis teks tersebut.

Wacana Kritis Melalui Medium Film Dokumenter

Masih bersandar pada teori kritis yang pertama kali ditemukan Max Horkheimer pada tahun 1930-an. Awalnya teori kritis berarti pemaknaan kembali gagasan-gagasan ideal modernitas berkaitan dengan nalar dan kebebasan. Pemaknaan ini dilakukan dengan mengungkap deviasi dari gagasan-gagasan ideal tersebut dalam bentuk saintisme, kapitalisme, industri kebudayaan, dan institusi politik borjuis.

Kritik sosial dapat dikelompokkan berdasarkan pengekspresianya dalam dua jenis, yakni kritik yang dilakukan secara terbuka dan kritik yang dilakukan secara tertutup atau terselubung. Kritik sosial secara terbuka berarti kegiatan penilaian, analisis atau kajian terhadap keadaan suatu masyarakat tertentu yang dilakukan secara langsung. Sedangkan kritik sosial yang dilakukan secara terselubung dapat berupa tindakan-tindakan simbolis yang menyiratkan penilaian maupun kecaman terhadap keadaan sosial suatu masyarakat secara tidak langsung.

Di sisi lain media massa merupakan sebuah wadah yang paling besar efeknya dalam menciptakan suatu perbincangan umum atau memunculkan wacana. Salah satu media massa yang cukup efektif dalam menimbulkan wacana perubahan sosial adalah melalui film. Semua film dibuat berangkat dari ideologi pembuatnya. Ideologi itu tidak jarang menimbulkan pro dan kontra. Sebab film, dibalut dengan segala macam prosesnya menyampaikan pesan yang terkadang diuarakan secara implisit, maupun secara eksplisit. Banyak film

yang mengangkat unsur-unsur kehidupan yang jarang dibicarakan atau terlewatkan di masyarakat.

Sementara menurut Haryatmoko (2019:115) diperlukan analisis sinkronik untuk mengidentifikasi keberadaan wacana dalam sebuah film, sebab dalam analisis wacana kritis untuk film tidak hanya mengandalkan analisis wacana verbal, namun juga melalui tindakan atau materialisasi wacana. Karenanya disusunlah langkah-langkah analisis wacana kritis dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut:

1. Membuat ringkasan kisah dengan metode naratif yang mudah diikuti.
2. Menentukan protagonis/tokoh utama/subjek.
3. Menyeleksi percakapan yang representatif melukiskan tema kisah (praktik diskursif).
4. Menjelaskan bentuk-bentuk tindakan (non-diskursif).
5. Menjelaskan materialisasi objek dan maknanya menggunakan semiotika.
6. Teoretisasi film

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Film “The Social Dilemma”

Film *The Social Dilemma* merupakan film yang mengulik problematika dalam pengelolaan industri media sosial dengan spesifikasi sebagai berikut:

Jadwal Tayang	:26 Januari 2020 (Sundance Film Festival)
Jadwal Rilis	:9 September 2020 (Netflix)
Genre	:Dokumenter Investigasi, Drama Naratif
Sutradara	:Jeff Orlowski
Produser	:Larissa Rhodes
Skenario	:Vickie Curtis, Jagjit Singh B., Davis Coombe
Rumah Produksi	: <i>Exposure Labs</i>
Durasi	:94 Menit
Klasifikasi Penonton	:Semua Umur

Sinopsis Film

Film “*The Social Dilemma*” dengan mencoba menyajikan gambaran media sosial yang didesain untuk membuat ketagihan para penggunanya serta sengaja memanfaatkan kondisi psikologis untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa narasumber yang dulunya pernah bekerja pada *platform* media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest dan lainnya memberi kesaksian dalam film dokumenter ini. Mereka yang dulunya inventor dari teknologi media sosial, kini justru menyatakan kekhawatiran mereka akan peran