

"NARASI KOMODIFIKASI INDUSTRI TEKNOLOGI DALAM FILM 'THE SOCIAL DILEMMA': ANALISIS EKONOMI POLITIK VINCENT MOSCO"

"THE NARRATIVE OF TECHNOLOGY INDUSTRY COMMODIFICATION IN THE FILM 'THE SOCIAL DILEMMA': VINCENT MOSCO'S POLITICAL ECONOMY ANALYSIS"

Alya Syaquina Zahra^{1*}, Muhamad Syahrul Alamsyah², Rifma Ghulam Dzaljad³

^{1*,2,3} Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Indonesia

¹alyaasyqn@gmail.com, ²syahrulalamsyah042@gmail.com, ³rifmaghulam@uhamka.ac.id

Abstrak

Film dokumenter *The Social Dilemma* (2020) sukses mempopulerkan kritik terhadap bahaya algoritma media sosial dan kapitalisme pengawasan. Namun, di balik narasi kritisnya, film ini menyimpan paradoks: ia diproduksi dan didistribusikan oleh Netflix, sebuah raksasa teknologi yang model bisnisnya juga berbasis pada retensi perhatian dan data pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar kontradiksi tersebut dengan menganalisis bagaimana *The Social Dilemma*, sebagai sebuah produk budaya, justru berpotensi menjadi bagian dari sistem kapitalisme industri teknologi yang ingin dikritiknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis dan berpijak pada kerangka Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco untuk mengkaji aspek komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi dalam produksi dan konsumsi film. Hasil analisis menunjukkan bahwa narasi film, meskipun efektif menggambarkan masalah, menawarkan solusi semu yang bersifat individual dan teknokratis, sehingga gagal menyentuh akar permasalahan sistemik kapitalisme. Kritik yang disampaikan para "pembelot" teknologi pun dinetralisir dan dikomodifikasi oleh sistem yang sama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *The Social Dilemma* adalah sebuah paradoks ideologis: ia berfungsi sebagai "katarsis" bagi publik yang resah, tetapi sekaligus menjadi benteng yang membatasi wacana agar tidak mengancam status quo industri teknologi.

Kata Kunci: *The Social Dilemma*, Ekonomi Politik Media, Vincent Mosco, Kapitalisme Pengawasan, Komodifikasi, Ideologi.

Abstract

The documentary film The Social Dilemma (2020) successfully popularized criticism of the dangers of social media algorithms and surveillance capitalism. However, behind its critical narrative, the film conceals a paradox: it was produced and distributed by Netflix, a technology giant whose business model is also based on retaining customer attention and data. This study aims to unravel this contradiction by analyzing how The Social Dilemma, as a cultural product, has the potential to become part of the very system of technological industrial capitalism it seeks to critique. This study uses a qualitative approach with critical discourse analysis methods and is based on Vincent Mosco's Political Economy of Communication framework to examine aspects of commodification, spatialization, and structuration in film production and consumption. The analysis shows that the film's narrative, while effective in depicting problems, offers pseudo-solutions that are individualistic and technocratic, thus failing to address the systemic roots of capitalism. The criticisms expressed by "technology rebels" are also neutralized and commodified by the same system. This study concludes that The Social Dilemma is an ideological paradox: it serves as a "catharsis" for a restless public, but at the same time serves as a bulwark that limits discourse so that it does not threaten the status quo of the tech industry.

Keywords: *The Social Dilemma*, Political Economy of Media, Vincent Mosco, Surveillance Capitalism, Commodification, Ideology.

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, kemajuan teknologi digital telah mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Pada awalnya diciptakan sebagai alat untuk menghubungkan orang, media sosial sekarang berfungsi sebagai mesin besar yang mengumpulkan, menganalisis, dan memonetisasi data perilaku pengguna. Menurut Shoshana Zuboff (2019), fenomena ini dikenal sebagai "kapitalisme pengawasan" dan menandai era baru di mana pengalaman manusia digunakan sebagai sumber untuk pembuatan komoditas yang dapat diprediksi. *The Social Dilemma*, film dokumenter yang disutradarai oleh Jeff Orlowski dan dirilis oleh Netflix pada tahun 2020, muncul di tengah kekhawatiran publik yang meningkat mengenai dampak negatif algoritma terhadap kesehatan mental, polarisasi politik, dan disintegrasi sosial.

Film ini menjadi fenomena global dengan cepat, memicu perdebatan dan kesadaran umum tentang ancaman yang tersembunyi di balik layar ponsel pintar. *The Social Dilemma* berhasil mengungkap bagaimana platform media sosial dirancang untuk membuat pengguna "kecanduan" dengan memanfaatkan kombinasi wawancara dengan mantan eksekutif dan insinyur dari perusahaan teknologi besar seperti Google, Facebook, Twitter, dan Apple, serta skenario fiksi yang menggambarkan kehidupan remaja yang terjebak dalam algoritma (Orlowski, 2020). Narasumber seperti Tristan Harris, Jaron Lanier, dan Tim Kendall memberikan penjelasan rinci tentang mekanisme psikologis yang mendasari notifikasi, fitur "like", dan sistem rekomendasi yang dimaksudkan untuk meningkatkan retensi pengguna dan waktu layar (Fedtke et al., 2022). Mengingat bahwa pembelot tersebut adalah bagian dari industri yang kini dikritik, kritik yang disampaikan dalam film ini terasa asli dan mendalam.

Namun, *The Social Dilemma* menuai kritik tajam dari banyak akademisi dan pegiat media kritis meskipun berhasil mengangkat masalah penting. Film ini hanya "menggoda" masalah ekonomi politik tanpa berani mencapai kesimpulan ekstrim yang mengancam industri itu sendiri, menurut banyak pengamat (Rowson, 2020). Film ini adalah produksi eksklusif Netflix; model bisnisnya bergantung pada langganan dan data pengguna untuk mempertahankan dominasi pasarnya di pasar streaming yang bersaing (Fitriani & Sulisty, 2024). Apakah mungkin bagi sebuah platform yang merupakan bagian dari oligarki teknologi (FAANG) untuk menghasilkan konten yang benar-benar revolusioner yang mengancam keberadaannya sendiri? Ini adalah pertanyaan penting yang muncul.

Penelitian ini berpusat pada perbedaan antara posisi institusional film sebagai produk kapitalisme digital dan narasi kritisnya. Dalam beberapa penelitian sebelumnya, *The Social Dilemma* telah dilihat dari sudut pandang analisis wacana (Fitriani & Sulisty, 2024; Yanti & Ariska, 2023), tetapi tidak banyak penelitian yang menggunakan kerangka ekonomi politik media untuk mengeksplorasi kontradiksi internal film tersebut. Namun, untuk memahami fenomena ini secara menyeluruh, diperlukan analisis yang mempertimbangkan tidak hanya isi narasi tetapi juga konteks produksi, distribusi, dan konsumsi film sebagai komoditas dalam industri budaya kapitalis.

Menurut artikel ini, *The Social Dilemma* adalah paradoks ideologis. Dengan mengkritik gejala (eksploitasi algoritma), ia juga menjadi alat untuk mempertahankan penyakit (kapitalisme teknologi). Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana mekanisme komodifikasi, spialisasi, dan strukturasi berfungsi selama produksi dan konsumsi film, sehingga narasi kritisnya dapat dijinakkan dan diubah menjadi komoditas yang menguntungkan sistem yang sama. Penelitian ini akan menggunakan kerangka ekonomi politik komunikasi yang dikembangkan oleh Vincent Mosco (1996). Penelitian ini secara khusus berusaha untuk menjawab pertanyaan: bagaimana *The Social Dilemma*, produk budaya Netflix, mempertahankan dan memperkuat ide-ide kapitalisme internet yang dikritik?

Film *The Social Dilemma* (2020) sukses mengkritik bahaya algoritma dan kapitalisme pengawasan. Namun, film ini diproduksi oleh Netflix, sebuah korporasi teknologi raksasa yang model bisnisnya juga bergantung pada retensi perhatian dan data pengguna. Kontradiksi ini menimbulkan pertanyaan fundamental:

1. Apakah mungkin sebuah produk dari sistem kapitalisme teknologi dapat secara efektif mengkritik dan mengancam sistem yang sama?
2. Atau, justru kritik tersebut dikomodifikasi dan dinetralisir untuk memperkuat status quo?

Penelitian ini berangkat dari kontradiksi tersebut untuk membongkar fungsi ideologis film di balik narasi kritisnya dengan menggunakan kerangka Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco (1996).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) yang dikembangkan oleh Norman Fairclough. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menganalisis teks (narasi film), tetapi juga menghubungkannya dengan praktik wacana (produksi dan konsumsi) serta praktik sosiokultural yang lebih luas (struktur kapitalisme digital) (Fairclough, 1995). Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk menggali makna dan kontradiksi di balik narasi film secara mendalam, bukan untuk mengukur atau menguji hipotesis secara statistic.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *The Social Dilemma*, terlepas dari niat baik pembuatnya, terperangkap dalam kontradiksi sistemik yang mendalam. Film ini berhasil mengkritik model bisnis media sosial, namun pada saat yang sama justru mereproduksi logika kapitalisme digital yang menjadi akar masalah. Temuan ini dapat diuraikan melalui tiga lensa analisis Mosco: komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi.



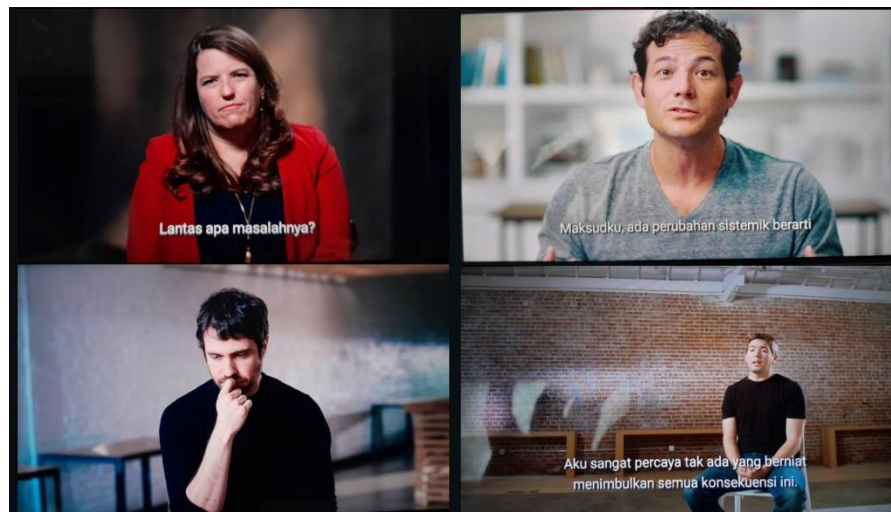
Poster film *The Social Dilemma* memperlihatkan seorang individu yang menatap layar telepon pintarnya di tengah ruangan yang gelap, dengan cahaya dari layar menjadi satu-satunya sumber penerangan. Visual tersebut menggambarkan besarnya pengaruh teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari hingga mampu menyita perhatian pengguna dan menjauhkan mereka dari lingkungan sekitar. Kalimat “The technology that connects us also controls us” menegaskan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku, pola pikir, dan keputusan penggunaannya melalui mekanisme algoritma. Sementara itu, efek glitch dan nuansa warna gelap merepresentasikan adanya manipulasi sistem digital, pengawasan terhadap pengguna, serta eksploitasi data pribadi. Jika dikaji menggunakan perspektif ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco, poster ini mencerminkan konsep komodifikasi, yaitu proses ketika perhatian, aktivitas, dan data pengguna diolah menjadi komoditas bernilai ekonomi yang dimanfaatkan oleh perusahaan platform digital untuk memperoleh keuntungan.

A. Analisis Komodifikasi dalam Film *The Social Dilemma*

Menurut Vincent Mosco (1996), komodifikasi adalah proses mengubah barang, jasa, ide, dan bahkan identitas sosial menjadi produk yang dapat dijual di pasar. Tiga tahap komodifikasi terlihat jelas dalam film *The Social Dilemma*: (1) komodifikasi pengetahuan kritis publik tentang konten Netflix, (2) komodifikasi data dan perhatian pengguna sebagai produk yang dijual kepada pengiklan, dan (3) komodifikasi para "pembelot" teknologi sebagai figur yang dapat dipasarkan.

a. Komodifikasi Kesadaran Kritis Publik

Analisis terhadap adegan-adegan dalam film menunjukkan bagaimana kekhawatiran publik yang semakin meningkat tentang efek negatif media sosial terhadap kesehatan mental, privasi, dan demokrasi yang seharusnya mendorong perubahan structural justru diubah menjadi "konten" eksklusif yang menguntungkan Netflix (Fitriani & Sulisty, 2024). Menurut Jarvis (2020), Sutradara Jeff Orlowski mengakui secara publik bahwa ia ingin membuat film yang "menarik" dan mudah dipahami oleh khalayak luas. Pengakuan ini menunjukkan bahwa, terlepas dari tema yang dibahas secara kritis, tujuan utama produksi film adalah untuk menghasilkan tontonan yang menghibur dan menguntungkan.



Gambar Scene menit 02:02-02:13

Hal ini diperkuat dengan adegan pembuka film yang menampilkan kutipan dari Sophocles: *"Nothing vast enters the life of mortals without a curse"* (00:24-00:26). Adegan ini langsung membingkai media sosial sebagai "kutukan" bagi umat manusia sebuah narasi dramatis yang dirancang untuk menarik perhatian penonton. Seperti yang dijelaskan oleh para pekerja awal media sosial dalam adegan wawancara pertama (02:02-02:13), mereka mengakui bahwa media sosial awalnya diciptakan untuk kebaikan, namun kini telah menyimpang jauh dari tujuan awalnya dan menimbulkan berbagai masalah etika.

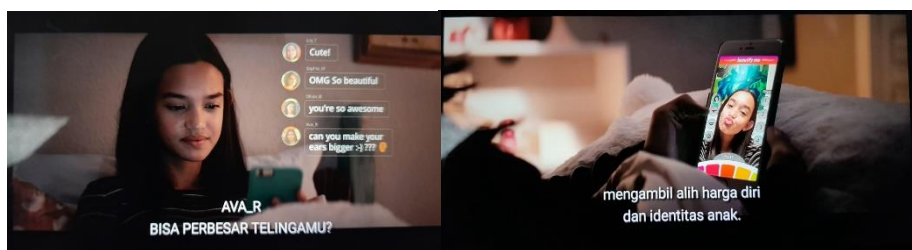
b. Komodifikasi Data dan Perhatian Pengguna



Gambar Scene menit 12:20-13:44

Salah satu adegan paling kunci dalam film adalah penjelasan tentang model bisnis media sosial pada menit [12:20-13:44]. Dalam adegan ini, seorang investor di bidang teknologi menjelaskan: *"For the last ten years, biggest company in Silicon Valley do the business with selling the uses. Advertisers pay for the product that we use, advertisers are the customers. We're the one that being sold"*. Pernyataan ini dipertegas dengan tampilan layar hitam yang menampilkan kalimat: *"If you're not paying for the product, then you are the product"*, dengan kata *"you are the product"* ditekankan dalam warna berbeda.

Adegan ini secara eksplisit mengungkapkan inti dari kapitalisme pengawasan: pengguna dan data perilaku mereka adalah komoditas yang diperjualbelikan. Seperti yang dijelaskan oleh Shoshana Zuboff dalam film, media sosial menjual "kepastian" jaminan bahwa jika perusahaan menempatkan iklan, iklan tersebut akan berhasil mencapai target yang diinginkan. Pengguna dijadikan "produk" tanpa disadari, dan perhatian serta data mereka menjadi sumber keuntungan bagi korporasi teknologi.



Gambar Scene menit 38:03-38:58

Adegan lain yang memperkuat temuan ini adalah ketika Isla, karakter remaja dalam film, terobsesi dengan aplikasi swafoto dan filter kecantikan (menit 38:03-38:58). Dalam adegan ini, Isla terlihat sibuk berswafoto dengan filter yang membuatnya tampak lebih cantik. Setelah mengunggah foto tersebut ke media sosial, ia mendapat banyak komentar positif dan "like". Namun, ketika menemukan satu

komentar yang mengkritik penampilannya, ekspresinya berubah dan ia menjadi sangat murung. Adegan ini menggambarkan bagaimana komodifikasi tidak hanya terjadi pada tingkat data, tetapi juga pada tingkat psikologis perhatian dan validasi sosial dikomodifikasi menjadi mekanisme yang membuat pengguna terus terikat pada platform.

c. Komodifikasi "Pembelot" Teknologi

Fenomena menarik yang terungkap dalam analisis adalah bagaimana para mantan eksekutif teknologi yang menjadi narasumber dalam film seperti Tristan Harris, Jaron Lanier, dan Tim Kendall juga mengalami komodifikasi. Kritik tajam mereka tentang "manipulasi" dan "penipuan" yang telah menjadi pilar bisnis teknologi justru menjadi daya tarik dan keuntungan penjualan film ini (Fedtke et al., 2022). Eksposur yang diberikan kepada para "pembelot" ini meningkatkan jumlah penonton dan memperkuat posisi Netflix di pasar streaming yang semakin bersaing.

Para pembelot ini, meskipun tampak radikal dan kritis, justru menjadi "bintang" yang dapat dipasarkan. Mereka hadir dengan narasi "penyesalan" dan "kesadaran" yang autentik, namun pada saat yang sama, narasi tersebut dikemas dan dijual sebagai tontonan yang menghibur. Seperti yang diakui oleh salah satu narasumber, Joe Toscano: *"This is the worst part, man. I don't like this"* mengindikasikan ketidaknyamanan mereka dalam membicarakan pengalaman di industri teknologi. Namun, ketidaknyamanan ini justru menjadi nilai jual tersendiri.

Kritik mereka, meskipun vokal dan tajam, tidak mengarah pada tuntutan yang radikal seperti penghapusan model bisnis iklan, nasionalisasi platform, atau restrukturisasi kepemilikan data. Fokus mereka lebih pada "desain etis" dan "kemanusiaan teknologi" pendekatan yang dapat dengan mudah digunakan oleh perusahaan teknologi sebagai bentuk greenwashing digital tanpa mengubah dasar kapitalis mereka yang sebenarnya.

B. Komodifikasi Industri Teknologi dan Eksploitasi Pengguna

Secara lebih spesifik, komodifikasi dalam industri teknologi memiliki beberapa dampak signifikan yang dapat dibaca menggunakan kerangka Mosco:

Eksploitasi Data sebagai Komoditas Utama: Film dengan jelas menunjukkan bahwa data pengguna bukan sekadar informasi, melainkan komoditas berharga yang diperdagangkan. Setiap klik, "like", dan interaksi dikumpulkan, dianalisis, dan dimonetisasi. Seperti yang diungkapkan dalam adegan wawancara, perusahaan teknologi tidak menjual produk kepada pengguna mereka menjual pengguna itu sendiri kepada pengiklan.



Gambar Scene menit 34:03-34:13

Eksplorasi Psikologis untuk Retensi: Algoritma dirancang untuk mengeksploitasi kerentanan psikologis manusia. Fitur seperti notifikasi, "like", dan sistem rekomendasi dimaksudkan untuk meningkatkan retensi pengguna dan waktu layar dengan memanfaatkan sistem dopamin dan kebutuhan akan validasi sosial (Fedtke et al., 2022). Adegan keluarga yang tidak bisa lepas dari gadget saat makan malam [menit 34:03-34:13] menggambarkan bagaimana teknologi telah menguasai aspek paling mendasar dari kehidupan sosial manusia, dengan Isla yang nekat memecahkan toples kaca hanya untuk mengambil gadgetnya kembali.

Eksplorasi Perhatian dan Waktu: Dalam kapitalisme digital, perhatian adalah komoditas yang paling berharga. Film menunjukkan bagaimana platform bersaing untuk merebut dan mempertahankan perhatian pengguna, karena semakin lama pengguna terlibat, semakin banyak data yang dapat dikumpulkan dan dimonetisasi. Hal ini mengakibatkan apa yang disebut sebagai "ekonomi perhatian" di mana waktu dan fokus manusia dieksploitasi untuk keuntungan komersial.



Normalisasi dan Naturalisasi Komodifikasi: Yang paling berbahaya adalah proses normalisasi ini. Film menggambarkan bagaimana masyarakat secara bertahap menerima eksploitasi data sebagai hal yang wajar. Dialog antara Cassandra dan Ben dalam adegan (menit 36:45-36:58) menunjukkan perbedaan persepsi: Cassandra melihat gadget sebagai masalah serius, sementara Ben menganggapnya "bukan masalah besar" dan "tidak perlu dibesar-besarkan".

C. Relevansi dengan Perspektif Islam

Sehubungan dengan nilai-nilai Islam, kritik terhadap sistem kapitalis ini diperkuat. Ketika perusahaan media sosial memanfaatkan data pengguna dengan alasan "gratis", mereka menghasilkan keuntungan besar bagi segelintir perusahaan. Model ini bertentangan dengan etika Islam. QS. al-Hasyr (59:7) menyatakan bahwa kekayaan tidak boleh terbatas pada orang kaya. Di sisi lain, QS. al-Baqarah (2:275-280) mengecam praktik riba dan eksploitasi ekonomi yang merugikan. Oleh karena itu, kritik Islam terhadap kapitalisme pengawasan mencakup kritik moral dan spiritual terhadap sistem yang tidak adil dan menindas, bukan hanya masalah teknologi.

D. Daftar Scene Film 'The Social Dilemma' Untuk Analisis

No	Scene	Keterangan	Menit	Relevansi Analisis
1	Adegan Pembuka	Layar hitam dengan kutipan Sophocles: "Nothing vast enters the life of mortals without a curse"	00:24-00:26	Membingkai narasi film tentang media sosial sebagai "kutukan"

No	Scene	Keterangan	Menit	Relevansi Analisis
2	Wawancara Pembelot Teknologi	Para mantan eksekutif memperkenalkan diri dan mengungkapkan kekhawatiran mereka	02:02-02:13	Menunjukkan kredibilitas dan otentisitas kritik, sekaligus komodifikasi "pembelot"
3	Debat Gadget di Keluarga	Cassandra dan ibu berdebat tentang penggunaan gadget Isla yang baru berusia 11 tahun	04:43-04:51	Representasi kecanduan gadget pada anak usia dini
4	Penjelasan Model Bisnis	Investor menjelaskan bahwa pengguna adalah produk yang dijual kepada pengiklan	12:20-13:44	Inti dari komodifikasi: "if you're not paying for the product, then you are the product"
5	Makan Malam Keluarga	Ibu mengumpulkan gadget dan menyimpannya dalam toples, Isla memecahkan toples	34:03-34:13	Dampak kecanduan media sosial pada kehidupan keluarga
6	Pertengkaran Cassandra dan Ben	Cassandra menantang Ben untuk tidak menggunakan gadget selama seminggu	36:45-36:58	Perbedaan persepsi tentang masalah media sosial
7	Isla dan Filter Swafoto	Isla terobsesi dengan filter, mendapat komentar negatif tentang penampilan	38:03-38:58	Dampak psikologis media sosial dan komodifikasi harga diri
8	Penjelasan Algoritma	Visualisasi "papan kontrol" algoritma yang memanipulasi pengguna	± 53:00	Mekanisme eksploitasi psikologis dan retensi pengguna
9	Peringatan dari Pembelot	Pernyataan bahwa alat yang diciptakan mengikis tatanan sosial masyarakat	± 1:00:00	Kritik terhadap dampak sosial media sosial
10	Penutup dan Ajakan	Ajakan untuk perubahan dan kesadaran individu	± 1:22:50	Narasi "Tidak Ada Alternatif" (TINA) individualan solusi indi

Penelitian ini menjadikan film dokumenter *The Social Dilemma* (Orlowski, 2020) sebagai unit analisis utamanya. Film ini dipilih karena merepresentasikan fenomena budaya populer yang mengkritik kapitalisme pengawasan, namun sekaligus merupakan produk dari Netflix, salah satu korporasi teknologi terbesar di dunia yang model bisnisnya

juga bergantung pada retensi perhatian dan data pelanggan (Fitriani & Sulisty, 2024). Dengan menjadikan keseluruhan film sebagai artefak budaya dan teks media, penelitian ini berupaya mengungkap kontradiksi internal antara narasi kritis yang disampaikan film dan posisi institusionalnya sebagai komoditas dalam sistem kapitalisme digital (Mosco, 1996).

Adapun unit pengamatan dalam penelitian ini mencakup empat elemen spesifik yang diamati dan dikumpulkan sebagai data. **Pertama**, adegan dan narasi fiksi, seperti adegan yang menggambarkan kehidupan remaja yang terpengaruh algoritma, adegan "papan kontrol" yang memanipulasi pengguna, serta adegan yang menunjukkan konsekuensi negatif dari kecanduan media sosial (Orlowski, 2020). Adegan-adegan ini dianalisis untuk melihat bagaimana film mengkonstruksi masalah dan urgensi krisis. **Kedua**, wawancara atau testimoni dari para "pembelot" teknologi, yaitu kutipan dan pernyataan dari Tristan Harris, Jaron Lanier, Tim Kendall, dan mantan eksekutif teknologi lainnya (Orlowski, 2020). Fokus analisis diberikan pada pernyataan yang membahas penyebab masalah, solusi yang ditawarkan, dan siapa yang dianggap bertanggung jawab atas perubahan (Fedtke et al., 2022).

Ketiga, elemen visual dan sinematik, seperti penggunaan grafik, metafora visual (misalnya "papan kontrol" algoritma dan visualisasi data yang mengalir), serta suasana film yang membangun pesan tertentu. Elemen visual ini dianalisis untuk melihat bagaimana film menggunakan bahasa sinematik dalam membangun narasi kritisnya (Yanti & Ariska, 2023). **Keempat**, narasi pembuka dan penutup film, yang menjadi fokus untuk melihat bagaimana film memperkenalkan masalah dan bagaimana ia menutup dengan ajakan atau solusi yang ditawarkan. Analisis pada bagian ini penting untuk memahami bagaimana film membingkai masalah dan membatasi kemungkinan solusi yang ditawarkan kepada publik (Rowson, 2020). Keempat unit pengamatan ini dianalisis secara terintegrasi menggunakan kerangka ekonomi politik media Vincent Mosco (1996) untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana film ini mereproduksi logika kapitalisme digital yang ingin dikritiknya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dilema sosial adalah paradoks yang mencerminkan dilema penting dalam masyarakat kapitalis modern. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis dan diskusi. Film ini berhasil menjadi cermin kegelisahan publik, tetapi cermin itu sendiri adalah bagian dari ruangan yang ingin diubah. Kritik terhadap industri teknologi diubah menjadi konten yang menghibur dan menguntungkan Netflix melalui proses komodifikasi. Narasi kritis menyebar di seluruh dunia melalui spesialisasi, tetapi dikendalikan oleh infrastruktur distribusi yang dimiliki oleh kapitalisme digital itu sendiri. Selain itu, strukturasi membatasi potensi perubahan struktural dengan menawarkan solusi individual dan teknokratis. Akibatnya, para "pembelot" teknologi yang menentang sistem justru terkooptasi dan dikomodifikasi oleh sistem yang sama.

Film ini berfungsi sebagai "katarsis" ideologis daripada menjadi "dilema" yang mendorong revolusi atau perubahan sistemik. Ia memberikan rasa puas kepada penonton yang kritis dengan memberi mereka kesan bahwa mereka "sadar" dan dapat melakukan sesuatu, tanpa menuntut mereka untuk menantang kekuatan raksasa teknologi secara langsung. Oleh karena itu, *The Social Dilemma* pada akhirnya tidak menimbulkan ancaman, tetapi hanya mempertahankan kapitalisme digital sebagai sumber masalahnya. Sebenarnya, kritik membutuhkan pergeseran dari solusi individual menuju perubahan struktural yang kolektif dan sistemik. Ini termasuk aturan yang ketat, restrukturisasi kepemilikan data, dan kesadaran kritis yang tidak hanya terfokus pada konsumsi konten tetapi juga pada aksi kolektif yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fedtke, J., Ibahrine, M., Wang, Y., & Zaid, B. (2022). 'Zombies for their profit': Social networks in the age of surveillance capitalism. *Interactions*, XXIX(2). <https://interactions.acm.org/archive/view/march-april-2022/zombies-for-their-profit>
- Fitriani, A., & Sulisty, P. R. (2024). Analisis wacana kritis dalam film dokumenter *The Social Dilemma*. *Komunikator*, *16*(2). <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/download/23019/9639>
- Jarvis, R. M. (2020, September 11). 'The Social Dilemma' documentary director compares tech giants to fossil fuel industry. *The Hollywood Reporter*. <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/the-social-dilemma-documentary-director-compares-tech-giants-to-fossil-fuel-industry-4059191/>
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication: Rethinking and renewal*. Sage Publications. <https://linc.nus.edu.sg/search~S16?/cP96+Eco.Pi+2002/cp++++96+ecopi+2002/-3%2C-1%2C0%2CE/frameset&FF=cp++++96+ecomo&1%2C1%2C>
- Orlowski, J. (Director). (2020). *The Social Dilemma* [Film]. Netflix. <https://www.netflix.com/title/81254224>
- Rowson, J. (2020, September 27). Re: *The Social Dilemma* and its implications [Comment on James Tyler Carpenter's email]. TOK-SOCIETY-L Archives. <https://listserv.jmu.edu/cgi-bin/wa?A3=ind2009&L=TOK-SOCIETY-L&E=Quoted-printable&P=41343988&B=-0000000000edd33105b04d9e95&T=text%2Fhtml;%20charset=UTF-8&pending=>
- Yanti, Y., & Ariska, E. (2023). Reflection of hierarchical culture through the directive speech acts in "The Social Dilemma" documentary. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i13.13752>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs. <https://www.publicaffairsbooks.com/titles/shoshana-zuboff/the-age-of-surveillance-capitalism/9781610395694/>