

VOL.3, NO.2, DESEMBER 2019

E-ISSN: 2598-0785

KONEKSI



PENERBIT:

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

HEPI (HUMANIS, ENTREPRENEUR, PROFESIONAL, INTEGRITAS)



FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Koneksi merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun.

Koneksi menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi, terutama di bidang periklanan, *marketing communication*, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antar budaya, komunikasi bisnis, dll. Koneksi diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.

Dewan Penyunting

- Dr. Eko Harry Susanto, M.Si. (Universitas Tarumanagara)
- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S. (Universitas Tarumanagara)
- Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.Kom. (Universitas Tarumanagara)
- Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si.
- Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si.
- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Ega Rifa Lifiani
- Devita Novelia
- Terasuci Salona

Sekretariat Administrasi

- Ady Sulistyo
- Purwanti

Alamat redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon : 021-56960586, Fax : 021-56960584

Hp : 081 8653 538

email : koneksi@untar.ac.id

Website : <http://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi>

DAFTAR ISI

| | |
|--|---------|
| Pesan Propaganda Rasisme Film “8 Mile” Nathan Tjhai, Sinta Paramita..... | 295-302 |
| Komunikasi Interpersonal Antara Kakak dengan Adik Kandung Berkebutuhan Khusus (Studi Kasus pada Kakak yang Mempunyai Adik Kandung Penyandang Autisme) Jessica Laurance, Riris Loisa..... | 303-311 |
| Komunikasi Antarpribadi Orang Tua dan Remaja yang Kecanduan Media Sosial di Tangerang Elvita Laurensia Santoso, H.H. Daniel Tamburian..... | 312-320 |
| Representasi Ketidaksetaraan Gender pada Serial Drama <i>13 Reasons Why</i> (Analisis Wacana Kritis Van Dijk) Reginald Gusli, Wulan Purnama Sari..... | 321-327 |
| Instagram dan <i>Self Disclosure</i> dalam Perspektif Komunikasi Antarpribadi terhadap Siswa - Siswi SMA Santo Kristoforus II Jovita Clarissa, H.H. Daniel Tamburian..... | 328-335 |
| Hambatan Komunikasi Antarbudaya Pekerja Asing yang Bekerja di Jakarta Reza Kristiani, Lusia Savitri Setyo Utami..... | 336-343 |
| Citra Diri dalam Instagram Jokowi Cindy, Wulan Purnama Sari..... | 344-350 |
| Pembentukan Identitas Diri Para Pelaku <i>Cover Dance</i> K-Pop di Jakarta Dwi Sabrina, Lusia Savitri Setyo Utami..... | 351-357 |
| Komunikasi Antar Persona Ibu dan Anak Bertato Politik Identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Framing Pemberitaan Kampanye Pilpres 2019 pada Medcom.id) Laylia Farida, M. Gafar Yoedtadi..... | 358-365 |
| Analisis Framing Detik.com dan Kompas.com terhadap Pemberitaan Kualitas Udara Jakarta Terburuk di Dunia Nishya Gavrila, Farid Rusdi..... | 366-371 |
| Analisis Model Komunikasi dalam Foto Jurnalistik Derli Omega Sombu, Eko Harry Susanto..... | 372-377 |
| Pola Komunikasi Antarbudaya Mertua dan Menantu Beda Etnis Stefanny Cristina M.S, Ahmad Junaidi..... | 378-383 |

| | |
|---|---------|
| <i>Self- Representation</i> di Era Digital (Analisis Semiotika Acara TV <i>Black Mirror</i> Episode Nosedive) Clarisa Tan, Wulan Purnama Sari..... | 384-391 |
| Konstruksi Berita Penggerebekan Asrama Mahasiswa Papua Surabaya Di TvOne Dwi Devita, Muhammad Gafar Yoedjadi..... | 392-397 |
| <i>Self Disclosure</i> Pengguna <i>Bottled</i> di Wilayah Jakarta Evelyn Natasha, Septia Winduwati..... | 398-404 |
| Komunikasi Antarpribadi Orang dengan HIV/AIDS (ODHA) yang Sudah Melakukan <i>Self - Disclosure</i> Leo Sukarno, Roswita Oktavianti..... | 405-413 |
| Analisis Ketertarikan Generasi Milenial pada <i>Longform Journalism</i> <i>Visual</i> Interaktif Kompas Desy Kristi Yanti, Eko Harry Susanto..... | 414-419 |
| Pemaknaan Konten dalam Media Sosial (Studi Pada Pengguna Aplikasi Bigo Live di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi) Stella Kesuma, Lusia Savitri Setyo Utami..... | 420-426 |
| Ritual Sajen pada Penganut Sunda Wiwitan (Studi Komunikasi Budaya pada Penganut Sunda Wiwitan) Melina, Suzy S. Azeharie..... | 427-434 |
| Fenomena Curhat <i>Online</i> pada @Cerminlelaki di Instagram Ben Thiodanu, Wulan Purnama Sari..... | 435-441 |
| Fenomenologi Pengguna Vape pada Perempuan di Komunitas @Dragoncloudz.id Winna Tedjasukmono, Eko Harry Susanto..... | 442-446 |
| Konstruksi Konsep Diri Sepasang Remaja dalam Film Dua Garis Biru Rahayu Kurnia Kinasih, Farid Rusdi..... | 447-452 |
| Pengaruh Kepercayaan Diri dan Harga Diri terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal Remaja di Jakarta Eunike Azalia Pribadi, Rezi Erdiansyah..... | 453-462 |
| Komunikasi antara Jasa Kurir Sepeda dengan Pelanggan (Studi Kasus Kurir Kamiantar Jakarta) Cayandi Susanto, Gregorius Genep Sukendro..... | 463-469 |
| Komunikasi Antarpribadi antara Orang Tua dan Anak Usia Remaja dalam Pembentukan Kepercayaan Diri Anak Prima Frieda, H.H Daniel Tamburian..... | 470-477 |

| | |
|--|---------|
| Representasi Kemiskinan dalam Film Korea Selatan (Analisis Semiotika Model Saussure pada Film Parasite) | |
| Michelle Angela, Septia Winduwati..... | 478-484 |
| Fenomena <i>Catcalling</i> sebagai Bentuk Pelecehan Seksual secara Verbal terhadap Perempuan di Jakarta | |
| Angeline Hidayat, Yugih Setyanto..... | 485-492 |
| <i>Self Disclosure</i> Individu <i>Queer</i> melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @kaimatamusic) | |
| Dhiya Fauziani Hadiana, Septia Winduwati..... | 493-500 |
| Proses Komunikasi Organisasi di dalam Biro Iklan di Ada Indonesia dan Ada Singapura | |
| Claudia Harlim, Gregorius Genep Sukendro..... | 501-505 |
| Pemberitaan Kasus PT PLN (Persero) di Media Siber dan Penerapan Kode Etik Jurnalistik (Analisis Framing Pemberitaan <i>Blackout</i> Listrik 4 Agustus 2019 di Okezone.Com) | |
| Lavenia, Lusia Savitri Setyo Utami..... | 506-513 |

Self- Representation di Era Digital (Analisis Semiotika Acara TV Black Mirror Episode Nosedive)

Clarisa Tan, Wulan Purnama Sari
clarisarachel@gmail.com, wulanp@fikom.untar.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Abstract

The rise of technology and information makes it easier for humans to communicate, introducing new aspects about the relationship between individual freedom and technology. Digital technology and social media are very influential in everyday life, communication between family and friends is not limited by geographical challenges. Social media makes it easier to express and understand ourselves through online communities. This research aims to see how self-representation in the digital era is shown through Netflix TV show Black Mirror episode Nosedive by Charlie Brooker. The researcher conducted a semiotic analysis on the first episode in Season 3, "Nosedive," regarding the self-representation shown and how the relationship was created through social media in all Lacie Pound's relationships. Obsessed with social rankings Lacie must carry out positive interactions and represent herself according to social standards. Rating values in Nosedive make relationships between people seem fake because they are concerned with the judgments given to each other. All people in the world must follow the existing social standards or they can be exiled because they have low ratings. Nosedive mimics the real life problem of obsession with social achievement through cognitive alienation that tells their current excitement with digital and social connectivity. This study uses Charles Sanders Peirce's semiotics theory with a qualitative research method approach. Researchers collect data by observation and documentation, library research and online sources.

Keywords: *black mirror, nosedive, relationship, self-representation, social media.*

Abstrak

Munculnya teknologi dan informasi memudahkan manusia untuk berkomunikasi, memperkenalkan aspek-aspek baru tentang hubungan antara kebebasan individu dan teknologi. Teknologi digital dan media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi antara keluarga dan teman tidak dibatasi oleh tantangan geografis. Media sosial memudahkan mengekspresikan dan memahami diri kita sendiri melalui komunitas *online*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *self-representasi* di era digital yang ditunjukkan dalam acara TV *Black Mirror* episode *Nosedive* karya Charlie Brooker. Penulis melakukan analisis semiotika pada episode pertama di Musim 3, "*Nosedive*," mengenai *self-representasi* yang ditunjukkan dan bagaimana hubungan yang diciptakan terhadap melalui media sosial dalam semua hubungan Lacie Pound. Terobsesi dengan peringkat sosial Lacie harus melakukan interaksi positif dan merepresentasikan dirinya sesuai dengan standar sosial. Peringkat nilai dalam *Nosedive* membuat hubungan antar masyarakat menjadi palsu karena mereka mementingkan penilaian yang diberikan satu sama lain. Semua masyarakat dalam dunia itu harus mengikuti standar sosial yang ada atau mereka dapat diasingkan karena memiliki penilaian yang rendah. *Nosedive* meniru masalah kontemporer obsesi prestasi sosial melalui pengasingan kognitif, yang menceritakan kegembiraan mereka saat ini dengan konektivitas digital dan sosial. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders

Peirce dengan pendekatan penelitian metode kualitatif. Peneliti mengumpulkan data dengan observasi dan dokumentasi, studi pustaka dan sumber *online*.

Kata Kunci: *black mirror*, hubungan, media sosial, *nosedive*, *self-representasi*.

1. Pendahuluan

Selama ribuan tahun, manusia telah menggunakan media untuk merepresentasikan diri mereka sendiri. Generasi saat ini mengunggah foto *selfie* ke *instagram* atau *snapchat* dan menulis *update* di *facebook* atau *tumblr*, dengan media sosial, orang-orang biasa berbagi *self-representasi* mereka dengan audiens yang lebih besar daripada sebelumnya (Rettberg, 2016).

Digital self-presentation adalah istilah yang digunakan saat menampilkan kepribadian, preferensi, atau gaya hidup seseorang secara *online* (Sung, et al., 2016). Menurut Rettberg (2016) *digital self-representation* adalah percakapan yang memungkinkan suara baru didengar. Namun, masyarakat mendisiplinkan representasi digital seperti *selfie* dan *blog*. Rettberg (2016) menjelaskan bahwa representasi adalah objek, tanda yang dipandang dibangun dengan cara tertentu, baik *selfie* maupun *tweet* adalah ekspresi dari representasi diri. Sedangkan presentasi adalah tindakan untuk mempresentasikannya.

Media sosial membuka tempat dimana individu dapat mencari konfirmasi dan validasi melalui persetujuan dan pendapat orang lain (Bazarova dan Choi, 2014). Manusia juga berbagi lebih banyak secara *online* (Brandt, 2014; Zigterman, 2013), seperti kehidupan sehari-hari, dan kadang-kadang berbagi untuk menampilkan diri sendiri dalam cahaya yang cerah. Memberi peringkat satu sama lain, keinginan untuk menyoroti fitur terbaik yang dimiliki, dan pada gilirannya menghasilkan sikap *fake it till you make it*.

Pada acara TV *Black Mirror* yang muncul di Netflix bentuk *self-representation* di era digital sangat jelas digambarkan pada episode *Nosedive*. *Black Mirror* adalah seri antologi yang memanfaatkan kegelisahan kolektif manusia dengan dunia modern, masing-masing episode bersifat *stand-alone* menceritakan sebuah kisah yang tajam dan menegangkan menjelajahi tema-tema *techno-paranoia* kontemporer. Judulnya, *Black Mirror*, mengacu pada cara tampilan layar ponsel, komputer, dan televisi saat dimatikan. Teknologi telah mengubah semua aspek kehidupan manusia; di setiap rumah; di setiap meja; di setiap telapak tangan - layar plasma; sebuah monitor; *Smartphone* – *Black Mirror* mencerminkan keberadaan Abad 21 manusia. Serial ini dibuat dan ditulis oleh Charlie Brooker, dan eksekutif diproduksi oleh Brooker dan Annabel Jones (Sumber: insider.com dan roottentomatoes.com).

Salah satu aspek yang sering tampak dalam interaksi sosial adalah keinginan untuk menciptakan kesan yang baik bagi orang lain (Nezlek & Leary, 2002). Penggunaan media sosial telah menjadi tren global, orang-orang berpartisipasi dalam kegiatan sosial *online* dengan mewakili diri mereka sendiri sehingga representasi diri sudah merupakan syarat partisipasi dalam situs jejaring sosial (Thummim, 2012).

Berdasarkan pemaparan diatas, hal yang membuat penulis tertarik melakukan penelitian adalah *self representasi* di era digital dalam acara TV *Black Mirror* episode *Nosedive*. Karena itu, penulis ingin mengangkat masalah ini sebagai bahan pembuatan penulisan ilmiah dengan judul “*self-representasi* di era digital (Analisis Semiotika acara TV *Black Mirror* episode *Nosedive*).

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *self-representation* di era digital ditampilkan dalam acara TV *Black Mirror* episode *Nosedive*.

Penelitian analisis semiotika Charles Peirce ini menggunakan beberapa teori seperti, teori komunikasi massa (Romli, 2016) karena dalam penelitian ini acara TV *Black Mirror* episode *Nosedive* merupakan sebuah media massa yang menyampaikan pesan kepada penonton dan media sosial merupakan media massa. Peneliti menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman (1959) yang dapat membantu dengan menjelaskan *self-representasi* yang ditunjukkan oleh karakter dan menjelaskan mengapa karakter sangat mementingkan penilaian.

Penulis mengambil penelitian Wulan Purnama Sari (2015), Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Iklan Pond's *White Beauty* Versi Gita Gutawa) sebagai referensi dan acuan dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian terdahulu sebelumnya ialah Wulan Purnama Sari (2015) membahas mengenai konstruksi kecantikan dan stereotip gambaran kecantikan bagi perempuan Indonesia dalam iklan Pond's *White Beauty* sedangkan penulis melakukan penelitian *self-representasi* di era digital dalam acara TV *Black Mirror* episode *Nosedive*.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah (Gunawan, 2013). Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2012) penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran yang kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan, dan melakukan studi pada situasi sosial yang alami (Bungin, 2007).

Penulis menggunakan metode analisis semiotika dengan menggunakan pendekatan analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Peirce menandakan bahwa manusia hanya dapat berpikir dengan medium tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi lewat sarana tanda. Tanda dalam kehidupan manusia terdiri dari berbagai macam, antara lain tanda gerak ataupun isyarat, tanda verbal yang dapat berupa ucapan kata, maupun tanda non-verbal yang berupa bahasa tubuh (Sobur, 2012).

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan semiotika dengan pendekatan Peirce. Berdasarkan analisis semiotika menurut Charles Sanders Peirce makna terdiri atas:

1. Tanda (*Sign*): sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indra manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk hal lain diluar tanda itu sendiri.
2. Objek (*object*): konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau suatu yang merujuk tanda.
3. Interpretan (*interpretant*): interpretasi, penafsiran, pemahaman seseorang tentang tanda.

3. Hasil Penemuan dan Diskusi

Penulis menemukan 12 *scene* dalam acara TV Black Mirror episode Nosedive yang mengindikasikan *self-representasi* di era digital yang telah dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Peirce. Tabel analisis 1 sampai 12 menunjukkan bahwa karakter Lacie Pound terobsesi untuk mendapatkan peringkat tinggi pada sistem peringkat masyarakat tersebut. Peringkat media sosial terkoneksi dengan peringkat dalam dunia nyata, seperti sistem kelas sosial. Masyarakat dengan peringkat tinggi dapat memiliki banyak keuntungan seperti; diskon rumah, akses pekerjaan, *upgrade* kelas pesawat, dan lain-lain.

Lacie harus menempatkan dirinya dengan orang-orang kelas atas untuk mendapatkan popularitas dan meningkatkan poinnya dengan cepat. Lacie berusaha untuk mendapatkan popularitas dengan memposting lebih banyak cerita, interaksi positif, dan ia harus merepresentasikan dirinya yang sesuai dengan standar sosial yang diterima secara umum. Sepanjang episode, Lacie menjadi begitu terperangkap dalam peringkatnya, menampilkan citra dan gaya hidup yang dipaksakan untuk menerima peringkat yang lebih tinggi. Saat Lacie menolak sistem peringkat dalam masyarakat itu ia lepas kendali dan menunjukkan sisi dirinya yang tidak pernah ia tunjukkan kepada orang lain. Setelah implan retina dan *gadget* dilepas ia merasa bebas dan tidak mengkhawatirkan peringkatnya sehingga ia bisa berkata dan berbuat sesukanya.


Tabel 1. Analisis Semiotika Nosedive

| | |
|---------------------|---|
| <i>SIGN</i> |  |
| <i>OBJECT</i> | Seorang perempuan menggigit biskuit dan langsung memuntahkannya dengan raut wajah meringis lalu mengambil foto biskuit tersebut dan mempostingnya untuk menaikkan ratingnya. |
| <i>INTERPRETANT</i> | Dari raut wajah Lacie dapat diketahui bahwa biskuit dan kopi yang dibelinya tidak enak, tetapi Lacie tetap memposting biskuit dan kopi tersebut dengan <i>emoji</i> senyum untuk mendapatkan penilaian. Makanan telah menjadi bagian besar jejaring sosial dengan mengambil foto makanan orang-orang mempostingnya tidak hanya untuk diri mereka sendiri, tetapi juga untuk dibagikan kepada orang lain dengan memposting foto makanan lebih mudah untuk menjangkau orang lain Lacie membagikan foto makanannya, ia dapat mendapat perhatian dari orang-orang (aglow.com & bu.edu). |

Self-representasi di era digital dalam *Nosedive* menggambarkan individual yang serupa. Berpakaian dengan skema warna serupa, berperilaku serupa yang sesuai dengan standar mereka. Hubungan mereka akan satu sama lain menjadi palsu karena satu sama lain berusaha untuk mendapatkan peringkat tinggi setelah interaksi mereka bukannya menciptakan interaksi yang asli.

Sistem peringkat dalam *Nosedive* membuat semua manusia menjadi aktor dalam kehidupan mereka untuk menciptakan kesan tertentu pada orang lain. Hubungan kehidupan nyata manusia menjadi dangkal karena orang lebih peduli tentang mendapatkan peringkat tinggi dari satu sama lain, daripada memiliki interaksi nyata.

Tabel 2. Analisis Semiotika Nosedive

| | |
|---------------|---|
| <i>SIGN</i> |  |
| <i>OBJECT</i> | Seorang perempuan membacakan pidatonya dengan sangat dramatis dan berlinang air mata di depan seorang lelaki. Mereka bertengkar dan berujung dengan memberikan penilaian yang jelek satu sama lain. |

| | |
|---------------------|---|
| <i>INTERPRETANT</i> | Menurut Ryan, pidato Lacie terlalu berlebihan dan berusaha terlalu keras untuk mengesankan kaum 4,5 keatas. Ryan merasa Lacie telah berubah sejak ia terlalu fokus dengan penilaiannya. Lacie sangat mengandalkan pidatonya, ia berharap dengan menampilkan pidato yang menyentuh maka ia akan mendapatkan <i>rating</i> tinggi dari para peringkat 4,5 keatas. Perilaku Lacie <i>offline</i> di rumah dan dirinya <i>online</i> adalah perilaku yang sangat kontras. <i>Front-stage</i> Lacie adalah versi yang dipercaya akan menguntungkan bagi orang lain karena sikapnya dan cara dia membawa dirinya. Hal ini dapat membantu mengelola kesan saat bertemu dengan orang lain. Dirinya sendiri di rumah merasa nyaman dan membuat kesalahan dengan meneriaki adik laki-lakinya adalah dirinya di <i>backstage</i> . |
|---------------------|---|

Dalam kehidupan karakter *Nosedive* sehari-hari mereka membentuk perilaku dan penampilan untuk mengendalikan cara orang lain memandangnya (Goffman, 1995). Manusia memakai "wajah", topeng, yang berbeda di semua situasi sosial. Penonton mendapatkan akses ke tahap "*front*" yang merupakan cara setiap individu menempatkan dirinya, seperti halaman profil media sosial. Manusia mendapatkan perasaan memiliki melalui interaksi sosial ini. Tetapi hal pertama yang menjadi fokus mereka adalah bagaimana orang lain memandang mereka karena penilaian dalam dunia itu sangat penting.

4. Simpulan

Acara Netflix *Black Mirror* menggambarkan kenyataan dimana media dan teknologi telah mengambil alih kehidupan manusia. Manusia saat ini telah memodifikasi representasi diri mereka agar lebih sesuai dengan ranah *online* tempat jutaan orang menunggu untuk dinilai dan menilai seseorang. Manusia membentuk dan menciptakan diri idealnya untuk disajikan di media sosial, dan berusaha meningkatkan popularitas diri melalui pengembangan *brand* pribadi diri. Peringkat pada manusia tidak menghasilkan keaslian di dunia. Peringkat membuat seseorang mulai menghabiskan hidup mereka, dan setiap tindakan yang mereka lakukan dimotivasi oleh keinginan mereka untuk mendapatkan status dan peringkat yang lebih tinggi. Hal ini merupakan obsesi yang dimiliki banyak orang saat ini tentang bagaimana orang lain melihatnya melalui media sosial. Kehidupan manusia ditentukan oleh peringkat mereka, mereka kehilangan rasa individualitas mereka daripada menunjukkan diri mereka sendiri. Setiap karakter hidup untuk menyenangkan orang lain. Lacie memasuki setiap situasi yang ditentukan untuk menyenangkan orang-orang di sekitarnya dan menerima peringkat tinggi dalam hidup sebagai dirinya sendiri.

Sistem peringkat dalam *Nosedive* menyerupai *platform* media sosial kita saat ini. Banyak manusia tampaknya lebih peduli dengan kehidupan *online*, daripada yang sebenarnya dijalani. *Filter* dapat menjadi alat yang berguna untuk membuat foto *Instagram* menjadi lebih menarik, tetapi dapat juga terlibat dengan menyaring kehidupan manusia di media sosial. *Memposting* foto untuk menunjukkan betapa hebatnya hidup seseorang ketika sebenarnya manusia hanya mengedepankan yang terbaik secara *online*, memangkas hal-hal buruk. Secara terus menerus manusia memeriksa profil media sosial, untuk melihat berapa banyak *like* yang didapatkan, dan

apakah ada seseorang yang memposting sesuatu yang menarik karena manusia terobsesi dengan media sosial.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin berterima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung, dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini sampai selesai.

6. Daftar Pustaka

- Bazarova, N.N., and Choi, Y.H. (2014). Self-disclosure in social media: Extending the functional approach to disclosure motivations and characteristics on social network sites, *Journal of Communication*, vol. 64, pp. 635-657.
- Brandt, R. (2014). Google divulges numbers at I/O: 20 billion texts, 93 million selfies and more (online). <http://www.bizjournals.com/sanjose/news/2014/06/25/google-divulges-numbers-at-i-o-20-billion-texts-93.html%3E> (diakses: 16 Agustus 2019)
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Jakarta: Erlangga.
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nezlek, J. B., & Leary, M. R. (2002). Individual differences in self-presentational motives in daily social interaction. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 28, 211-223.
- Rettberg, J. W. (2014). *Seeing ourselves through technology: How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. Springer (online). https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/9781137476661_1.pdf (diakses: 16 Agustus 2019)
- Romli, Khomsahrial, (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Gramedia Grasindo Gramedia Widiasarana Indonesia
- Rotten Tomatoes. (n.d). Black Mirror. (online). https://www.rottentomatoes.com/tv/black_mirror (diakses: 30 Agustus 2019)
- Sari, Wulan Purnama. (2015). Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Beauty Versi Gita Gutawa). (online). <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/18/39> (diakses: 6 Desember 2019)
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sung, Y., Lee, J-A., Kim, E., and Choi, S-M. (2016) Why we post selfies: Understanding motivations for posting picture of oneself, *Journal of Personality and Individual Differences*, vol. 97, pp.260-265.
- Thumim, Nancy. (2012). *Self-Representation and Digital Culture*. (online). <https://link.springer.com/book/10.1057/9781137265135> (diakses: 16 Agustus)

- Urie, C. 2019. 10 surprising things you didn't know about 'Black Mirror'. (online). <https://www.insider.com/black-mirror-fun-facts-2018-10#the-name-black-mirror-refers-to-a-blank-video-screen-3> (diakses: 15 Oktober 2019)
- Zigterman, B. (2013). Number of photos taken in 2014 will approach 1 trillion thanks to selfie explosion. (online) <http://bgr.com/2013/12/24/how-many-selfies-were-taken-in-2013/%3E> (diakses: 16 Agustus 2019)
-