

TRANSFORMASI BUDAYA DIGITAL *SOCIETY 5.0* DALAM IKLAN 'INTRODUCING APPLE VISION PRO'

Muhammad Ifan Hidayatulloh

Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mencari makna representasi transformasi budaya digital Society 5.0 yang terdapat pada iklan Introducing Apple Vision Pro. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan makna representasi transformasi budaya digital Society 5.0 tersebut, penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Makna transformasi budaya digital Society 5.0 sebagai pembuka era komputer spasial. (2) Makna budaya digital baru seperti meeting virtual secara nyata di ruang fisik, kerja lebih multitasking. (3) Makna ketiga adalah perubahan gaya hidup seperti dulunya lebih suka nonton di bioskop dengan layar lebar, namun Vision Pro memiliki fitur itu.

Kata Kunci: *Semiotika, Apple Vision Pro, Budaya Digital Society 5.0*

Abstract

This research aims to find out and find the meaning of the representation of Society 5.0's digital cultural transformation contained in the Introducing Apple Vision Pro advertisement. To analyse and describe the meaning of the representation of the digital cultural transformation of Society 5.0, this research uses Roland Barthes' semiotic analysis. The results of this research show that (1) The meaning of the digital cultural transformation of Society 5.0 as the opening of the spatial computer era. (2) The meaning of new digital culture such as real virtual meetings in physical spaces, more multitasking work. (3) The third meaning is a change in lifestyle, such as previously preferring to watch in cinemas with a big screen, but the Vision Pro has that feature..

Keyword: *Semiotic, Apple Vision Pro, Society 5.0 Digital Culture*

1. Introduction

Pada era digital yang terus berkembang, inovasi dalam teknologi memainkan peran yang semakin penting dalam industri elektronik terutama pada sektor komunikasi. Tanpa kita sadari juga, industri komunikasi sudah mengalami ambang menuju revolusi masyarakat yang dikenal sebagai *Society 5.0*. Ini menandakan bahwa evolusi manusia semakin maju dan canggih. *Society 5.0* ini menekankan integrasi manusia dengan sistemasi tingkat tinggi dan kecerdasan buatan. Dalam hal ini manusia bukan lagi hanya pengguna teknologi, melainkan menjadi bagian integral teknologi tersebut baik dalam pengambilan keputusan secara efektif dan efisien. Bisa disimpulkan revolusi industri 4.0 menggunakan AI, dan kecerdasan buatan sebagai komponen utamanya sedangkan *Society 5.0* menggunakan teknologi modern hanya saja mengandalkan manusia sebagai komponen utamanya.

Society 5.0 mencapai tingkat konvergensi yang tinggi antara dunia maya (ruang virtual) dan ruang fisik (ruang nyata). Di masyarakat informasi masa lalu (*Society 4.0*), orang-orang akan mengakses layanan *cloud (database)* di dunia maya melalui internet dan mencari, mengambil, dan menganalisis informasi atau data. Di *Society 5.0*, sejumlah besar informasi dari sensor di ruang fisik terakumulasi di dunia maya. Di dunia maya, data besar ini dianalisis oleh kecerdasan buatan (AI), dan hasil analisis diumpungkan kembali ke manusia di ruang fisik dalam berbagai bentuk.¹

Di masyarakat informasi masa sebelumnya (*Society 4.0*), praktik umum adalah mengumpulkan informasi melalui jaringan dan menganalisisnya oleh manusia. Namun, di *Society 5.0*, orang, benda, dan sistem semuanya terhubung di dunia maya dan hasil optimal yang diperoleh oleh AI yang melebihi kemampuan manusia dimasukkan kembali ke ruang fisik. Proses ini membawa nilai baru bagi industri dan masyarakat dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

Revolusi tersebut salah satunya dalam bentuk *spatial computing* berupa perpaduan teknologi *augmented reality (AR)*, kecerdasan buatan (AI) serta inovasi spasial lainnya untuk menghasilkan dunia virtual dan fisik yang terintegrasi langsung dengan penggunaannya. Perusahaan Apple telah menjadi pelopor dalam menghadirkan teknologi *spatial computing* tersebut yang revolusioner bagi penggunaannya di seluruh dunia. Produk tersebut memadukan konten digital atau virtual dengan dunia fisik secara mulus, sekaligus memungkinkan pengguna untuk tetap hadir dan terhubung dengan orang lain.

Apple memperkenalkan *headset virtual reality*-nya pada iklan Apple Vision Pro di platform YouTube tanggal 6 Juni 2023 dengan judul '*Introducing Apple Vision Pro*' dan memiliki jumlah tontonan sebanyak 55.528.858 kali.² Ini menandakan minat akan kemajuan teknologi berbasis kecerdasan buatan dengan konsep *spatial computing* mulai diminati masyarakat. Dalam video iklan dengan durasi 9 menit 20 detik, Apple dengan serius dan sangat detail mengenalkan produknya kepada penonton. Apple mengemas pengenalan produk Vision Pro menggunakan elemen visual yang membuat penonton takjub akan inovasi yang di luar kepala manusia.

2. Method

Untuk mengetahui bagaimana representasi budaya digital *Society 5.0* dalam iklan *Introducing Apple Vision Pro*, peneliti menggunakan pendekatan paradigma konstruktivisme. Pandangan semiotika Roland Barthes lebih mengacu kepada paradigma konstruktivisme, karena paradigma konstruktivis lebih relevan jika digunakan untuk

melihat realitas signifikannya objek yang akan diteliti salah satunya ialah iklan yang merupakan bagian dari media massa, dari paradigma konstruktivisme dapat dijelaskan melalui empat dimensi, yaitu:³

1. Ontologis: *relativism*, realitas merupakan tata letak sosial. Kebenaran suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.
2. Epistemologis: *transactionalist / subjectivist*, pemahaman tentang suatu realitas atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti.
3. Axiologis: Nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian. Peneliti sebagai *passionate participant*, fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial. Tujuan penelitian lebih kepada rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti.
4. Metodologis: menekankan empati dan interaksi dialektis antara peneliti dengan responden untuk merekonstruksi realitas yang diteliti, melalui metode-metode kualitatif seperti *participant observation*. Kriteria kualitas penelitian *authenticity* dan *reflectivity*: sejauh mana temuan merupakan refleksi otentik dari realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial.

Peneliti berharap dengan menerapkan paradigma konstruktivisme, dapat mengungkap sejauh mana budaya digital *Society 5.0* yang digambarkan dalam iklan *Introducing Apple Vision Pro* dengan teknis analisis data sebagai berikut:

1. Mengumpulkan tangkapan layar berupa gambar dan teks. Lalu juga mengumpulkan audio atau dialog pada scene iklan *Introducing Apple Vision Pro* yang memiliki unsur transformasi budaya digital *Society 5.0*.
2. Mendeskripsikan unsur tanda yang menggambarkan transformasi budaya digital *Society 5.0* dalam iklan, sesuai dengan *two order of signification* Roland Barthes. Dengan menggunakan elemen denotasi, konotasi, dan mitos.
3. Menganalisis dengan menggunakan sistem pertama yaitu denotasi. Denotasi menurut Noth merupakan pemaknaan yang menggambarkan tanda yang sebenarnya tidak memiliki makna, hanya sebagai objek tanda yang Nampak oleh mata. Denotasi memunculkan tanda berupa budaya, perilaku, dan propaganda yang muncul dalam *scene*.
4. Kemudian peneliti menganalisis data dengan konotasi. Menurut Sobur konotasi merupakan sifat asli tanda membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi.


Pembaca memiliki peran yang sangat penting dalam konotasi. Peneliti memaknai suatu tanda dan simbol dalam setiap *scene* dalam iklan tersebut.

5. Ketika analisis denotasi dan konotasi telah selesai, peneliti melakukan analisis pemaknaan mitos. Data yang telah dilakukan analisis sebelumnya diteliti, apakah memiliki mitos atau tidak. Mitos didapatkan dari konotasi yang berkembang dan denotasi yang membentuk suatu tanda baru, kemudian membentuk persamaan makna. Sehingga dapat membentuk makna lainnya karena ada pergeseran makna dari denotasi ke mitos. Mitos sendiri adalah sebuah konotasi yang telah berbudaya.
6. Kemudian data didefinisikan secara menyeluruh, lalu peneliti menarik kesimpulan atasnya. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan semiotika model Roland Barthes mengenai makna transformasi budaya digital *Society 5.0* dalam iklan *Introducing Apple Vision Pro*.


3. Result and Discussion

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Peta Roland Barthes mengaitkan unsur tanda, penanda, dan petanda hingga muncul makna pesan yang ingin disampaikan iklan tersebut. Dalam peta Roland Barthes diuraikan unsur pembangun dari sebuah makna yaitu tanda denotasi, penanda (signifier), petanda (signified), tanda denotatif, penanda konotasi, petanda konotasi. Unsur-unsur tersebut berperan penting dalam membangun makna yang terkandung seperti apa yang kemudian ditangkap oleh masyarakat. Denotatif merupakan makna yang sebenarnya dari suatu tanda, sedangkan konotatif merupakan bagaimana cara seseorang untuk menggambarkan suatu tanda tersebut. pada bagian konotatif penulis lebih menginterpretasikan tanda didasari dengan perasaan dan pikiran.

Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya yang menjadi sistem pemaknaan tataran kedua. Pada mitos sebuah petanda bisa mempunyai beberapa penanda. Mitos menyajikan serangkaian kepercayaan mendasar yang terpendam pada ketidaksadaran representator. Ketidaksadaran adalah sebetulnya kerja ideologis yang memainkan peran pada tiap representasi.


<p style="text-align: center;">Penanda</p> <p>Ada produk Apple Vision Pro di kepala wanita</p>	<p style="text-align: center;">Petanda</p> <p>Konsep seseorang sedang menggunakan produk Apple Visio Pro yang telah dipasang di kepalanya.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif</p> <p style="text-align: center;">Iklan Introducing Apple Vision Pro Scene 1</p> <div style="text-align: center;">  </div>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p>Gambar seorang wanita yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro dengan latar belakang suara “era komputer spasial telah tiba”</p>	<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p>Konsep seorang wanita yang menggunakan Apple Vision Pro di kepalanya yang menunjukkan sedang mengoperasikan teknologi tersebut.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif</p> <p>Pesan mengenai seorang wanita yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro di kepalanya yang menandakan bahwa produk tersebut siap dipakai dengan mengucapkan kalimat “era komputer spasial” yang menandakan produk bisa dinikmati publik.</p>	
<p style="text-align: center;">Tanda Mitos</p> <p>Dengan data di atas memunculkan sebuah mitos, dimana di masa depan sebuah era baru bernama komputer spasial merubah transformasi digital hingga budaya digital itu sendiri.</p>	

Pada scene pertama peneliti menemukan makna denotatif yaitu seorang wanita yang menggunakan produk Apple Vision Pro yang sedang digunakan di kepalanya. Makna konotatif yang penulis temukan adalah Pesan mengenai seorang wanita yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro di kepalanya yang menandakan bahwa produk tersebut siap dipakai dengan mengucapkan kalimat “era komputer spasial” yang menandakan produk bisa dinikmati publik. Kemudian dari kedua makna tersebut memunculkan sebuah mitos di masa depan akan ada sebuah era baru bernama komputer spasial yang akan merubah transformasi digital hingga budaya digital itu sendiri.

<p style="text-align: center;">Penanda</p> <p>Ada wanita sedang duduk di ruang keluarga yang sedang memakai Apple Vision Pro dan mengobrol dengan temannya</p>	<p style="text-align: center;">Petanda</p> <p>Konsep seorang wanita sedang duduk santai di ruang keluarga mengoperasikan Apple Vision Pro dengan gerakan bola matanya dan mengobrol dengan temannya</p>
<p>Tanda Denotatif Iklan Introducing Apple Vision Pro Scene 2</p> 	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p>Gambar seorang wanita yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro duduk di ruang keluarga dan mengoperasikan Apple Visio Pro dengan gerakan bola matanya untuk menavigasi, dengan latar belakang suara “Anda melihat dunia dan segala isinya”.</p>	<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p>Konsep seorang wanita yang menggunakan Apple Vision Pro di kepalanya dengan duduk santai di ruang tamu. Pengoperasian produk cukup menggerakkan bola mata dan mengobrol dengan temannya tanpa melepas Vision.</p>
<p>Tanda Konotatif</p> <p>Pesan mengenai seorang wanita yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro sedang mengoperasikan dengan gerakan bola mata dan gestur jari untuk memilih dan menavigasi kursor. scene kamera yang dari jauh masuk ke Vision mengartikan seperti memudahkan penonton untuk membayangkan bagaimana produk tersebut digunakan seperti layar tampilan YouTube. Kemudian wanita tersebut mengobrol dengan temannya tanpa melepas Vision di kepalanya, karena bagian depan Vision dilengkapi layar panel yang merepresentasikan visual mata pengguna yang sebenarnya</p>	
<p>Tanda Mitos</p> <p>Dengan temuan makna di atas memunculkan sebuah mitos berupa nantinya di masa depan ketika produk tersebut diluncurkan publik membuat seseorang akan lebih betah di rumah dan tidak menggunakan teknologi lain seperti hp atau layar pc yang memiliki ruang terbatas. Muncul juga sifat baru kemungkinan manusia akan sulit atau mengurangi interaksi dengan orang lain (individualis).</p>	

Pada scene kedua peneliti menemukan makna denotatif yaitu seorang wanita yang menggunakan produk Apple Vision Pro duduk di sebuah ruang keluarga dan mengoperasikan produk tersebut dan mengobrol dengan temannya tanpa melepas Vision

yang dipakai di kepalanya. Makna konotatif yang penulis temukan adalah Pesan Pesan mengenai seorang wanita yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro sedang mengoperasikan dengan gerakan bola mata dan gestur jari untuk memilih dan menavigasi kursor. scene kamera yang dari jauh masuk ke Vision mengartikan seperti memudahkan penonton untuk membayangkan bagaimana produk tersebut digunakan seperti layar tampilan YouTube. Kemudian wanita tersebut mengobrol dengan temannya tanpa melepas Vision di kepalanya, karena bagian depan Vision dilengkapi layar panel yang merepresentasikan visual mata pengguna yang sebenarnya. Kemudian dari kedua makna tersebut memunculkan sebuah mitos di masa depan ketika produk tersebut diluncurkan publik membuat seseorang akan lebih betah di rumah dan tidak menggunakan teknologi lain seperti hp atau layar pc yang memiliki ruang terbatas. Muncul juga sifat baru kemungkinan manusia akan sulit atau mengurangi interaksi dengan orang lain (individualis).

<p style="text-align: center;">Penanda</p> <p>Ada seorang wanita dan pria sedang menggunakan Apple Vision Pro untuk mengerjakan tugas, video call dengan rekan kerja serta share screen layar macbook ke screen Vision Pro.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda</p> <p>Konsep seorang wanita dan pria sedang bekerja dengan layar multitasking, video call dengan rekan kerja membahas pekerjaan dengan menggunakan Apple Visio Pro</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif Iklan Introducing Apple Vision Pro Scene 3</p> 	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p>Gambar seorang wanita dan pria sedang menggunakan Apple Vision Pro untuk mengerjakan tugas, video call dengan rekan kerja serta share screen layar macbook ke screen Vision Pro</p>	<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p>Konsep seorang wanita dan pria yang menggunakan Apple Vision Pro di kepalanya sedang melakukan pekerjaan yang multitasking, video call dengan rekan kerja untuk membahas pekerjaan, dan memperlebar layar pekerjaan dari layar mac ke vision yang lebih luas.</p>

Tanda Konotatif


Pesan mengenai seorang wanita sedang *me-share screen* pekerjaannya dari layar macbook ke Vision Pro yang lebih luas. Kemudian wanita tersebut juga sedang berpresentasi dan video call dengan rekan kerjanya dan seorang pria juga bekerja dengan Vision Pro serasa multitasking tanpa menggunakan layar yang banyak cukup menggunakan satu produk

Tanda Mitos

Dengan temuan makna di atas memunculkan sebuah mitos berupa nantinya di masa depan pekerjaan akan semakin mudah di mana tidak memerlukan sebuah panel yang besar atau banyak panel untuk bisa membantu pekerjaan yang *multitasking*. Video call pada scene tersebut komunikator melihat komunikasi berupa avatar atau animasi hasil representasi yang memunculkan sebuah komunikasi baru. Kemungkinan seseorang bisa rapat pada dunia virtual dan berkomunikasi dengan rekan kerjanya seperti di ruang rapat tanpa datang langsung secara fisik di dunia nyata.

Pada scene ketiga peneliti menemukan makna denotatif yaitu Ada seorang wanita dan pria sedang menggunakan Apple Vision Pro untuk mengerjakan tugas, video call dengan rekan kerja serta share screen layar macbook ke screen Vision Pro. Makna konotatif yang penulis temukan adalah Pesan mengenai seorang wanita sedang *me-share screen* pekerjaannya dari layar macbook ke Vision Pro yang lebih luas. Kemudian wanita tersebut juga sedang berpresentasi dan video call dengan rekan kerjanya dan seorang pria juga bekerja dengan Vision Pro serasa multitasking tanpa menggunakan layar yang banyak cukup menggunakan satu produk. Dan menemukan juga makna mitos berupa nantinya di masa depan pekerjaan akan semakin mudah di mana tidak memerlukan sebuah panel yang besar atau banyak panel untuk bisa membantu pekerjaan yang *multitasking*. Video call pada scene tersebut komunikator melihat komunikasi berupa avatar atau animasi hasil representasi yang memunculkan sebuah komunikasi baru. Kemungkinan seseorang bisa rapat pada dunia virtual dan berkomunikasi dengan rekan kerjanya seperti di ruang rapat tanpa datang langsung secara fisik di dunia nyata.

Penanda	Petanda
Ada seorang sedang menonton layar yang besar dan melengkung di ruang keluarga	Konsep seseorang sedang menonton film dengan layar yang sangat besar melebihi ruang keluarganya.
Tanda Denotatif	
Iklan Introducing Apple Vision Pro Scene 4	

	
<p>Penanda Konotatif</p> <p>Gambar seorang yang sedang menggunakan produk Apple Vision Pro di ruang tamu dengan layar cukup besar dan melengkung</p>	<p>Penanda Konotatif</p> <p>Konsep seorang yang menggunakan Apple Vision Pro dengan layar Vision yang lebih besar dari ruang keluarga dengan layar melengkung</p>
<p>Tanda Konotatif</p> <p>Pesan mengenai seorang yang sedang menggunakan Apple Vision Pro dan menonton sebuah film dengan layar tampilan yang bisa melengkung dan luasnya lebih dari ukuran ruang keluarga seperti menonton di bioskop dengan layar yang besar tanpa perlu keluar rumah</p>	
<p>Tanda Mitos</p> <p>Dengan data di atas memunculkan sebuah mitos, dimana di masa depan orang-orang tidak lagi mendatangi bioskop karena cukup di rumah saja bisa menonton film dengan Apple Vision Pro bisa memperbesar tampilan layar film hingga sebesar layar bioskop.</p>	

Pada scene keempat peneliti menemukan makna denotatif yaitu seorang sedang menonton layar yang besar dan melengkung di ruang keluarga. Makna konotatif yang penulis temukan adalah Pesan mengenai seorang yang sedang menggunakan Apple Vision Pro dan menonton sebuah film dengan layar tampilan yang bisa melengkung dan luasnya lebih dari ukuran ruang keluarga seperti menonton di bioskop dengan layar yang besar tanpa perlu keluar rumah. Kemudian dari kedua makna tersebut memunculkan sebuah mitos di masa depan orang-orang tidak lagi mendatangi bioskop karena cukup di rumah saja bisa menonton film dengan Apple Vision Pro bisa memperbesar tampilan layar film hingga sebesar layar bioskop.

Dari temuan di atas banyak ditemukan makna representasi transformasi budaya digital Society 5.0 Mengindikasikan bahwa iklan Introducing Apple Vision Pro memiliki banyak pesan mengenai transformasi budaya digital Society 5.0 yang ingin disampaikan. Meskipun tidak sepenuhnya benar pada realitas kehidupan nyata, tetapi setidaknya membuka mata masyarakat luas sedikit realitas budaya digital yang akan berubah di masa depan. Peneliti juga menunjang analisis dengan gambar scene yang menunjukkan makna transformasi budaya digital Society 5.0 yang terjadi.

Makna pertama yang dapat diambil adalah bahwa pada pembukaan video iklan, Apple dengan jelas dan lantang mengatakan jika produk Apple Vision Pro menjadi pembuka sebuah era yaitu era komputer spasial. Era tersebut sebagai pembuka perubahan drastis bentuk komunikasi di dunia nyata. Dibuktikan dengan produk tersebut beda dengan produk serupa karena memiliki teknologi dan sensor yang banyak.

Makna kedua penulis menemukan jika di masa depan setelah produk tersebut dipasarkan merubah budaya digital yang pertama setiap orang bisa bekerja di rumah lebih fleksibel dan multitasking hanya cukup dengan 1 alat. Pekerjaan tersebut bisa berupa video call, desain, rapat dengan rekan kerja di ruang virtual. Ini juga merubah budaya digital lagi berupa rapat di ruang virtual dengan melihat animasi atau virtual dari representasi setiap komunikasi. Sehingga dengan rapat di ruang virtual tersebut tanpa menghadiri ke ruang fisik yang nyata. Ini juga membuat pekerjaan atau pendidikan juga bisa menjadi lebih fleksibel tanpa melihat ruang dan waktu.

Makna Ketiga ada pada layar yang bisa diperbesar hingga melebihi ruang fisik yang asli. Ini pastinya akan menimbulkan orang-orang akan lebih memilih menonton film di rumah lebih banyak dan akan menurunkan minat orang untuk menonton di bioskop yang harus datang dan butuh waktu serta tenaga untuk pindah ke suatu tempat.

Makna keempat kemungkinan pastinya akan timbul makna yang negatif, dalam hal ini semua transformasi budaya digital di era Society 5.0 menimbulkan sikap individualistik dan asosialis. Di mana individu lebih mengurangi intensitas bertemu dengan orang lain.

Daftar Pustaka

¹ Mayumi Fukuyama, *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society*, Japan SPOTLIGHT 27, Agustus 2018.

² Apple, *Introducing Apple Vision Pro*, YouTube, Juni 2023, diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 11.43 GMT+7 dengan alamat situs <https://www.youtube.com/watch?v=TX9qSaGXFyg&t=1s>

³ Wibowo, I. W., *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 200, 2013.