

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena pergeseran prinsip utilitas pada media sosial melalui perspektif utilitarianisme John Stuart Mill. Definisi dari pergeseran prinsip utilitas pada media sosial sendiri adalah sebuah pergeseran dari nilai ideal media sosial dari yang semula untuk memenuhi rasa keterhubungan menjadi obsesi kepada popularitas. Utilitarianisme John Stuart Mill, terutama distingsinya soal kualitas kesenangan luhur dan rendah, digunakan dalam penelitian ini untuk mengkritik cara beroperasi media sosial yang menilai suatu hal berdasarkan aspek kuantitatifnya.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan kepustakaan dengan model masalah aktual. Objek material penelitian adalah pergeseran utilitas pada media sosial. Sementara objek formal penelitian ini adalah utilitarianisme John Stuart Mill. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah dan pustaka penunjang lainnya. Analisis penelitian ini menggunakan metode hermeneutika filosofis dan unsur metodis yang digunakan adalah interpretasi, koherensi internal, hermeneutika filosofis, dan deskripsi.

Hasil penelitian ini menunjukkan: *pertama*, permasalahan pergeseran utilitas media sosial berakar pada fakta bahwa media sosial bukanlah saluran (*channel*) tetapi wadah (*platform*) bagi terjadinya interaksi. Media sosial bukan sekadar memfasilitasi, tetapi juga mengubah cara berinteraksi, termasuk mengubah orientasi penggunaan media sosial dari konektivitas ke popularitas. *Kedua*, distingsi jenis kesenangan Mill dapat digunakan untuk mengkritik cara menilai suatu hal dalam media sosial berdasarkan aspek kuantitatifnya. Jumlah perolehan *like*, *retweet*, *share*, *love*, atau *friend* dan *follower* tidak dapat menjadi ukuran untuk menilai kualitas hubungan personal, konten, atau diri pengguna media sosial.

Kata kunci: Utilitarianisme, Media Sosial, Keterhubungan, Popularitas, Distingsi Kesenangan

ABSTRACT

This study aims to analyze the phenomenon of the shifting social media's utilities through the perspective of John Stuart Mill's utilitarianism. The shifting in social media's utilities is a shift on social media's ideal purposes from fulfilling the sense of connectedness to an obsession with a popularity. John Stuart Mill's utilitarianism, especially his distinction about the high and low pleasure's quality, is used in this study to criticize the way social media operates which rates things based on their quantitative aspects.

The type of this research is a qualitative and literature one with an actual problem model. The material object of this research is the shifting in principle of utility on social media. While the formal object of this research is John Stuart Mill's utilitarianism. The data that used in this research sourced from books, scientific journals, scientific articles and other supporting libraries. This research was carried out in several stages: inventory, classification, analysis, and compilation of the results. This research is using a philosophical hermeneutics method as an analysis and methodical elements that used in this study includes: interpretation, internal coherence, philosophical hermeneutics, and description..

The results of this study shows, *first*, the problem of social media's utilities shifting which rooted in the fact that social media is not a channel but a platform for an interaction. Social media is not only facilitates, but also changes the way of how to interact, including changing the orientation of social media's purposes from connectivity to popularity. *Second*, Mill's distinction about type of pleasure can be used to criticize the way things are judged on social media based on their quantitative aspects. The number of likes, retweets, shares, love, or friends and followers cannot be a measure for assessing the quality of personal relationships, content, or social media users.

Keywords: Utility, Utilitarianism, Social Media, Connectedness, Popularity, Happiness Distinction.