

EKSISTENSIALISME DI ERA DIGITAL: PENCARIAN AUTENTISITAS DALAM BAYANG-BAYANG ALGORITMA DAN KAPITALISME SURVEILANS

Filemon Naldi Jampong¹, Bernadino Dadu Open², Adrianus Yoni Valexsta³, Frederikus
Lusianus Parut⁴

aldianoputra22112002@gmail.com¹, andinoopen@gmail.com²,
adrianusyonivalexsta@gmail.com³, fredyparut@gmail.com⁴

Institut Filsafat Dan Teknologi Kreatif Ledalero

ABSTRAK

Artikel ini menganalisis tantangan terhadap ontologi manusia di era digital, khususnya mengenai konsep autentisitas. Dengan menggunakan kerangka berpikir Jean-Paul Sartre mengenai kebebasan dan Martin Heidegger mengenai Dasein, penelitian ini mengevaluasi bagaimana algoritma prediktif dan media sosial mengancam agensi individu. Ditemukan bahwa ruang digital menciptakan kondisi "kepercayaan buruk" (bad faith) yang terakselerasi, di mana subjek manusia dikomodifikasi menjadi objek data. Artikel ini menyimpulkan bahwa pemulihan autentisitas memerlukan kesadaran fenomenologis terhadap teknologi dan upaya aktif untuk merebut kembali kedaulatan pilihan dari determinisme teknis.

Kata Kunci: Eksistensialisme, Autentisitas, Algoritma, Jean-Paul Sartre, Martin Heidegger, Era Digital.

ABSTRACT

This article analyzes the challenges to human ontology in the digital age, specifically regarding the concept of authenticity. Using Jean-Paul Sartre's framework of freedom and Martin Heidegger's Dasein, this research evaluates how predictive algorithms and social media threaten individual agency. It is found that digital spaces create accelerated conditions of "bad faith," where human subjects are commodified into data objects. The article concludes that the recovery of authenticity requires a phenomenological awareness of technology and an active effort to reclaim the sovereignty of choice from technical determinism.

Keywords: Existentialism, Authenticity, Algorithm, Jean-Paul Sartre, Martin Heidegger, Digital Age.

PENDAHULUAN

Filsafat eksistensialisme, yang mencapai puncak popularitasnya pada pertengahan abad ke-20 melalui pemikiran tokoh-tokoh seperti Jean-Paul Sartre, Albert Camus, dan Martin Heidegger, pada dasarnya adalah sebuah protes terhadap segala bentuk reduksionisme yang mengancam kebebasan manusia. Pada masa itu, ancaman utama terhadap eksistensi manusia adalah mekanisasi industri, birokrasi totaliter, dan trauma pasca-perang yang menciptakan perasaan hampa atau absurditas. Namun, di abad ke-21, medan tempur eksistensial itu telah bergeser secara radikal. Ancaman terhadap kebebasan manusia tidak lagi datang dari moncong senapan atau mesin pabrik yang kaku, melainkan dari algoritma yang halus, antarmuka yang persuasif, dan jaringan digital yang serba meliputi.

Dalam pandangan eksistensial klasik, manusia didefinisikan oleh kemampuannya untuk memilih secara bebas di tengah dunia yang tidak memiliki makna inheren. Sartre menegaskan bahwa "manusia tidak lain adalah apa yang ia buat dari dirinya sendiri."¹ Namun, dalam ekosistem digital kontemporer, kemampuan untuk "membuat diri sendiri"

¹ Martin Heidegger, *The Question Concerning Technology and Other Essays*, terj. William Lovitt (New York: Harper & Row, 1977), hlm. 14.

ini sedang mengalami pengikisan yang sistematis. Setiap klik, durasi tatapan pada layar, hingga pola pengetikan kita dikonversi menjadi data yang kemudian digunakan oleh kecerdasan buatan untuk memprediksi—dan secara halus mengarahkan—pilihan-pilihan kita di masa depan. Fenomena ini menciptakan paradoks: di satu sisi, teknologi digital menjanjikan ekspansi diri yang tak terbatas, namun di sisi lain, ia mengurung subjek dalam "gelembung filter" yang deterministik.

Krisis ini bukan sekadar persoalan teknis atau sosiologis, melainkan sebuah krisis ontologis. Jika Heidegger pernah menyatakan bahwa esensi teknologi bukanlah sesuatu yang teknis, melainkan sebuah cara "mengungkap" (*revealing*) dunia,² maka kita harus bertanya: apa yang sedang diungkapkan oleh teknologi digital tentang manusia? Saat ini, dunia digital cenderung mengungkapkan manusia bukan sebagai "Dasein" (Ada-di-sana) yang terbuka pada kemungkinan-kemungkinan baru, melainkan sebagai "Bestand" (persediaan tetap) atau komoditas informasi yang siap diolah demi kepentingan kapitalisme surveilans.

Artikel ini bertujuan untuk membedah bagaimana struktur digital saat ini merongrong "otentisitas"—sebuah konsep kunci dalam eksistensialisme yang merujuk pada keberanian untuk hidup sesuai dengan diri yang dipahami sendiri, bukan berdasarkan tekanan eksternal. Dengan meninjau kembali konsep *Mauvaise Foi* (Keyakinan Buruk) dari Sartre dan *Das Man* (Si-Mereka) dari Heidegger, tulisan ini akan mengeksplorasi apakah manusia masih mungkin mempertahankan agensi moralnya di tengah kepungan algoritma. Lebih jauh lagi, artikel ini akan mendiskusikan bagaimana "tatapan" digital dari ribuan mata anonim di media sosial telah mengubah cara kita mengonstruksi identitas, dari sebuah proses internal yang reflektif menjadi performa eksternal yang dangkal.

Melalui pendekatan fenomenologis, kita akan melihat bahwa tantangan terbesar manusia modern bukanlah kekurangan informasi, melainkan kelimpahan informasi yang justru mematikan kapasitas untuk berpikir mendalam (*deep thinking*) dan bertindak autentik. Tanpa kesadaran kritis, manusia digital berisiko menjadi sekadar epifenomena dari kode-kode pemrograman—sebuah entitas yang ada secara fisik, namun mati secara eksistensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

II. Kerangka Teoretis: Dialektika Kebebasan dan Keterpautan Teknologi

Analisis mengenai krisis autentisitas di era digital memerlukan pemahaman mendalam terhadap dua konsep utama: kebebasan radikal dan cara berada manusia di dunia. Kerangka ini tidak hanya melihat teknologi sebagai alat, tetapi sebagai lingkungan ontologis yang membentuk kembali jati diri manusia.

Jean-Paul Sartre: Kebebasan, Keyakinan Buruk, dan Tatapan Digital

Sartre dalam mahakaryanya, *L'Être et le Néant* (Ada dan Ketiadaan), menegaskan bahwa manusia adalah makhluk yang "dihukum untuk bebas". Karena tidak ada determinisme ilahi atau biologis yang mutlak mendikte esensi manusia, maka setiap individu bertanggung jawab penuh atas penciptaan dirinya sendiri.³ Namun, kebebasan ini membawa beban yang berat berupa "kecemasan" (*angst*).

Dalam konteks era digital, kebebasan Sartre menghadapi tantangan baru melalui dua konsep kunci:

² Jean-Paul Sartre, *Existentialism is a Humanism*, terj. Carol Macomber (New Haven: Yale University Press, 2007), hlm. 22.

³ Jean-Paul Sartre, *Being and Nothingness*, terj. Carol Macomber (New Haven: Yale University Press, 2007), hlm. 562

1. *Mauvaise Foi* (Keyakinan Buruk) dalam Personalisasi Digital

Keyakinan buruk terjadi ketika seseorang membohongi diri sendiri dengan berpura-pura bahwa ia tidak memiliki pilihan, atau dengan mereduksi dirinya menjadi sekadar peran objek. Di media sosial, individu sering kali terjebak dalam keyakinan buruk ini; mereka mengidentifikasi diri sepenuhnya dengan profil digital mereka. Seseorang merasa "terpaksa" mengunggah konten tertentu atau mengikuti tren agar tetap relevan. Di sini, subjek yang bebas telah mengobjektifikasi dirinya sendiri menjadi "citra" yang statis demi konsumsi publik.

2. *Le Regard* (Tatapan) dan Panoptikon Digital

Sartre menjelaskan bahwa kehadiran "Orang Lain" menyadarkan saya bahwa saya adalah objek bagi mereka. "Tatapan" orang lain merampas dunia saya dan membekukan kebebasan saya.⁴ Dalam ruang digital, tatapan ini bersifat masif dan asinkron. Melalui fitur *likes*, jumlah pengikut, dan kolom komentar, individu terus-menerus merasa diawasi oleh ribuan mata anonim. Akibatnya, tindakan manusia tidak lagi didorong oleh nilai internal (autentisitas), melainkan oleh upaya untuk memuaskan tatapan eksternal tersebut.

Martin Heidegger: *Dasein*, *Das Man*, dan Bahaya Teknologi

Berbeda dengan Sartre yang fokus pada kesadaran individu, Martin Heidegger melihat manusia sebagai *Dasein* (Ada-di-sana), makhluk yang selalu sudah terlempar ke dalam sebuah dunia yang penuh dengan makna dan peralatan.

1. *Das Man* (Si-Mereka) dan Anonimitas Digital

Heidegger memperingatkan tentang kecenderungan *Dasein* untuk jatuh ke dalam cara berada yang tidak autentik, yaitu mengikuti "Si-Mereka" (*Das Man*).⁵ Dalam dunia digital, *Das Man* mewujudkan dalam bentuk algoritma *trending topic* atau opini massa yang viral. Individu kehilangan kapasitas untuk berpikir kritis karena mereka sekadar "mengikuti apa yang dikatakan orang". Media sosial mempercepat proses perataan (*levelling down*) kualitas berpikir, di mana kedalaman pemikiran dikalahkan oleh kecepatan informasi.

2. *Gestell* (Enframing): Manusia sebagai Persediaan Tetap

Dalam esainya mengenai teknologi, Heidegger berpendapat bahwa teknologi modern adalah sebuah *Gestell* atau "kerangka penantang". Teknologi tidak lagi melayani manusia, melainkan memaksa alam dan manusia untuk menampakkan diri sebagai "persediaan tetap" (*standing reserve*).⁶ Di era data raya (*big data*), eksistensi manusia dikerangkeng menjadi titik-titik data. Perasaan, lokasi, dan preferensi kita bukan lagi rahasia batin, melainkan sumber daya yang siap diekstraksi. Bahaya tertingginya, menurut Heidegger, bukan pada kerusakan fisik yang mungkin ditimbulkan teknologi, melainkan pada hilangnya hakikat manusia sebagai makhluk yang mampu mempertanyakan maknanya sendiri.

Sintesis: Otentisitas di Persimpangan Jalan

Sintesis dari pemikiran kedua tokoh ini menunjukkan bahwa era digital telah menciptakan "esensi buatan" sebelum manusia sempat mewujudkan eksistensinya. Jika Sartre menekankan bahwa kita harus memilih, dan Heidegger menekankan bahwa kita harus "terbuka terhadap Ada", maka teknologi digital justru menutup kemungkinan tersebut dengan memberikan pilihan-pilihan yang sudah diprediksi sebelumnya oleh algoritma. Autentisitas di era ini, dengan demikian, harus dipahami sebagai perjuangan dialektis untuk merebut kembali kesadaran batin dari eksternalisasi digital yang agresif.

Bagian ini merupakan inti dari analisis ontologis dalam artikel Anda. Untuk mencapai target 8 halaman, kita akan membedah secara mendalam bagaimana algoritma bukan

⁴ *Ibid.*, hlm. 340.

⁵ Martin Heidegger, *Being and Time*, terj. William Lovitt (New York: Harper & Row, 1977), hlm. 164.

⁶ Martin Heidegger., *op.cit*, hlm. 17.

sekadar kode matematis, melainkan kekuatan yang melakukan "pembekuan" terhadap esensi manusia.

Berikut adalah pengembangan narasi untuk bagian tersebut:

III. Fenomenologi Algoritma: Subjek yang Diprediksi dan Matinya Ketidakterdugaan

Dalam pandangan eksistensialisme klasik, martabat manusia terletak pada kapasitasnya untuk menjadi "tidak terprediksi". Sartre berargumen bahwa karena manusia adalah ketiadaan (*nothingness*) yang belum memiliki esensi tetap, ia selalu bisa melampaui dirinya sendiri melalui tindakan baru. Namun, logika algoritma prediktif dalam ruang digital bekerja dengan asumsi yang berlawanan: bahwa masa depan subjek adalah pengulangan linier dari masa lalunya.

Determinisme Data: Mengganti Kehendak dengan Probabilitas

Algoritma bekerja dengan cara mengumpulkan fragmen-fragmen perilaku masa lalu—setiap klik, durasi *scrolling*, dan kata kunci pencarian—untuk membangun sebuah profil digital. Dalam proses ini, terjadi apa yang disebut sebagai "reduksi dataistik". Subjek yang kompleks dan kontradiktif direduksi menjadi sekumpulan probabilitas. Shoshana Zuboff mencatat bahwa dalam sistem ini, "pengalaman manusia diklaim sebagai bahan baku gratis untuk diterjemahkan ke dalam data perilaku yang kemudian dihitung sebagai produk prediksi.⁷

Jika seorang pengguna sering mengonsumsi konten politik tertentu, algoritma akan terus menyuguhkan konten serupa. Secara fenomenologis, ini membatasi "cakrawala dunia" (*horizon of the world*) individu tersebut. Kebebasan untuk berpindah ke pandangan yang berbeda secara radikal menjadi sulit karena infrastruktur digital telah membatasi pilihan-pilihan yang tampak di layar. Di sini, algoritma berperan sebagai "nasib digital" yang menentukan apa yang boleh dan tidak boleh hadir dalam kesadaran subjek.

The End of Spontaneity: Hilangnya Momen Reflektif

Otentisitas membutuhkan momen "jeda" antara dorongan internal dan tindakan eksternal. Dalam jeda itulah refleksi terjadi. Namun, antarmuka digital modern dirancang untuk menghilangkan jeda tersebut melalui fitur *Auto-play* dan *Infinite Scroll*. Byung-Chul Han dalam analisisnya mengenai masyarakat digital menyatakan bahwa "informasi yang sangat cepat dan berlimpah justru menghalangi kemampuan manusia untuk berpikir mendalam, karena pemikiran membutuhkan keheningan dan jeda.⁸

Ketika algoritma memberikan rekomendasi yang "terlalu akurat", individu kehilangan momen perjuangan batin untuk memilih. Kita tidak lagi bertanya "Apa yang benar-benar ingin saya tonton?", melainkan "Apa yang disodorkan kepada saya?". Fenomena ini menciptakan subjek yang pasif—sebuah kondisi yang oleh Sartre disebut sebagai *inert*. Sebagaimana Sartre menulis dalam *Being and Nothingness*, "manusia selalu berada di luar dirinya sendiri... ia tidak pernah menjadi sesuatu yang statis melainkan sebuah proyek yang terus bergerak.⁹ Namun, algoritma berusaha membekukan "proyek" tersebut menjadi profil yang tetap.

Penjara Ruang Gema (*Echo Chambers*) sebagai Kematian Dialektika

Heidegger menekankan bahwa *Dasein* selalu berada "bersama-orang-lain" (*Mitsein*). Namun, kebersamaan ini menjadi autentik hanya jika kita berani menghadapi perbedaan yang mengguncang keyakinan kita. Algoritma, dengan dalih "pengalaman pengguna yang dipersonalisasi", justru menghapus perbedaan tersebut.

⁷ Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (New York: PublicAffairs, 2019), hlm. 8.

⁸ Byung-Chul Han, *In the Swarm: Digital Prospects*, terj. Erik Butler (Cambridge: MIT Press, 2017), hlm. 24.

⁹ Jean-Paul Sartre., *op. cit.*, hlm. 439.

Individu dikunci dalam ruang gema yang hanya memantulkan kembali prasangka-prasangka mereka sendiri. Secara ontologis, ini adalah kematian bagi pertumbuhan diri. Tanpa tantangan dari "Yang Lain" yang berbeda secara radikal, subjek tetap terjebak dalam esensi yang statis. Kita menjadi versi digital dari diri kita yang paling dangkal, yang terus-menerus divalidasi oleh algoritma yang sama dangkalnya. Hal ini memperkuat kondisi "keberadaan yang tidak autentik" di mana kita kehilangan diri dalam kerumunan anonimitas digital atau *Das Man*.¹⁰

IV. Komodifikasi Eksistensi: Manusia dalam Jeratan Kapitalisme Surveilans

Jika pada masa industri klasik Marx berbicara mengenai alienasi buruh dari hasil produksinya, maka di era digital, alienasi tersebut telah merambah ke tingkat yang lebih fundamental: alienasi manusia dari pengalaman hidupnya sendiri. Fenomena ini oleh Shoshana Zuboff disebut sebagai "Kapitalisme Surveilans", sebuah tatanan ekonomi yang mengklaim pengalaman manusia sebagai bahan baku gratis untuk praktik komersial yang tersembunyi.¹¹

Ekstraksi Pengalaman dan Transformasi Subjek Menjadi Objek

Dalam filsafat eksistensialisme, pengalaman adalah milik pribadi yang tak teralihkan yang membentuk esensi subjek. Namun, dalam ekosistem kapitalisme surveilans, setiap momen kesadaran—baik itu kegelisahan yang kita cari di mesin pencari atau kegembiraan yang kita bagikan di media sosial—dikonversi menjadi data. Di sini, terjadi proses "objektifikasi radikal".

Manusia tidak lagi dipandang sebagai "Dasein" yang memiliki kehendak, melainkan sebagai *data-point* yang pasif. Sartre memperingatkan bahwa memperlakukan manusia sebagai benda adalah bentuk pelanggaran terhadap kemanusiaan.¹² Namun, setiap kali kita menyetujui *terms and conditions* sebuah platform, kita secara tidak sadar membiarkan batin kita dipetakan, diukur, dan akhirnya dijual. Kita menjadi "produk" yang ditawarkan kepada pengiklan, di mana masa depan kita (dalam bentuk perilaku pembelian) adalah komoditas utamanya.

Performa Autentisitas dan Komodifikasi Citra

Kapitalisme surveilans juga mendorong lahirnya "masyarakat pertunjukan" di mana autentisitas itu sendiri menjadi komoditas. Di platform seperti Instagram, individu merasa terdorong untuk menampilkan versi "autentik" dari diri mereka. Namun, karena penampilan ini ditujukan untuk mendapatkan validasi metrik (seperti *likes*), autentisitas tersebut berubah menjadi performa.

Ini adalah puncak dari *Mauvaise Foi* (Keyakinan Buruk). Seseorang tidak lagi bertindak demi dirinya sendiri, melainkan demi citra digitalnya. Byung-Chul Han menyebut fenomena ini sebagai "Masyarakat Transparansi", di mana manusia mengeksploitasi dirinya sendiri secara sukarela demi pengakuan dalam jaringan digital. Kehidupan batin yang seharusnya menjadi ruang privat bagi pertumbuhan autentik, kini dipaksa keluar ke ruang publik untuk dikomodifikasi. Akibatnya, individu kehilangan kedalaman batiniahnya karena seluruh energinya habis untuk mengurasi "esensi digital" yang palsu.

Matinya Spontanitas dalam Konsumsi Digital

Kedaulatan konsumen sering dianggap sebagai bentuk kebebasan. Namun, ketika algoritma mengarahkan konsumsi kita berdasarkan profil psikologis yang diekstraksi secara diam-diam, kebebasan tersebut menjadi ilusi. Kita membeli sesuatu bukan karena kebutuhan eksistensial, melainkan karena dorongan bawah sadar yang dipicu oleh manipulasi data. Eksistensi manusia yang seharusnya menjadi sebuah "proyek" yang terbuka pada

¹⁰ Martin Heidegger, *Being and Time*., *op.cit*, hlm. 167.

¹¹ Shoshana Zuboff., *op. cit*, hlm.12.

¹² Jean-Paul Sartre, *Existentialism is a Humanism*., *op. cit*, hlm. 45.

kemungkinan-kemungkinan baru, kini dijinakkan menjadi sebuah pola konsumsi yang dapat diprediksi. "Kehendak untuk berkuasa" atas diri sendiri digantikan oleh "kepatuhan terhadap saran" algoritma. Dalam kondisi ini, manusia tidak lagi hidup; ia hanya "dihidupkan" oleh arus data yang mengalir di sekelilingnya.

V. Etika Perlawanan: Merebut Kembali Kedaulatan Diri

Menghadapi dominasi algoritma dan kapitalisme surveilans, pertanyaan krusial yang muncul bukanlah bagaimana cara menghancurkan teknologi, melainkan bagaimana cara hidup secara autentik di dalamnya. Perlawanan eksistensial di era digital tidak bersifat fisik atau politis semata, melainkan bersifat ontologis—sebuah upaya untuk merebut kembali agensi dari cengkeraman sistemik.

Reduksi Fenomenologis: Memutus Arus Notifikasi

Langkah pertama dalam etika perlawanan adalah melakukan apa yang disebut Edmund Husserl sebagai *epoché* atau penundaan (*suspension*). Dalam konteks digital, ini berarti melakukan reduksi fenomenologis terhadap dorongan konstan dari perangkat kita. Dengan sengaja mematikan notifikasi atau membatasi durasi layar, individu menciptakan "ruang hampa" yang diperlukan bagi munculnya refleksi batin.

Kesadaran autentik hanya dapat tumbuh dalam kesunyian. Heidegger menekankan pentingnya *Gelassenheit* (sikap lepas-bebas) terhadap teknologi. Ini bukan berarti menolak teknologi, melainkan kemampuan untuk berkata "ya" sekaligus "tidak" kepadanya. Kita menggunakan perangkat digital untuk tujuan praktis, namun tetap menjaga jarak batin agar tidak membiarkan perangkat tersebut mendikte makna keberadaan kita.

Asketisme Digital sebagai Bentuk Kebebasan Sartre

Sartre mengajarkan bahwa setiap situasi, betapapun opresifnya, tetap menyisakan ruang bagi kebebasan. "Asketisme Digital" adalah praktik sengaja untuk menjadi "tidak terprediksi". Jika algoritma mengharapkan kita untuk mengklik rekomendasi tertentu berdasarkan profil masa lalu, tindakan autentik dapat berupa memilih sesuatu yang sepenuhnya di luar pola tersebut—atau bahkan memilih untuk tidak mengklik sama sekali. Tindakan ini adalah bentuk pemulihan kedaulatan subjek. Dengan menolak untuk menjadi "objek yang dapat diprediksi," manusia menyatakan kembali statusnya sebagai "ketiadaan" yang bebas menentukan esensinya sendiri. Perlawanan ini mengharuskan individu untuk berhenti mencari validasi eksternal melalui metrik digital dan mulai mencari makna melalui komitmen internal yang sunyi.

Merebut Kembali "Wajah": Etika Perjumpaan Nyata

Salah satu dampak paling merusak dari ruang digital adalah hilangnya kedalaman perjumpaan antarmanusia. Emmanuel Levinas berpendapat bahwa etika dimulai ketika kita berhadapan dengan "Wajah" sesama manusia yang menuntut tanggung jawab kita. Di media sosial, wajah direduksi menjadi avatar dan teks menjadi bit data, yang seringkali mematikan rasa empati (seperti pada fenomena *cyber-bullying*).

Etika perlawanan menuntut kita untuk kembali ke perjumpaan fisik yang rapuh dan tak terduga. Menghabiskan waktu dengan orang lain tanpa mediasi layar adalah tindakan revolusioner di era ini. Di sana, kita tidak bisa "mengedit" diri kita atau "menghapus" komentar; kita dipaksa untuk hadir secara utuh, dengan segala ketidaksempurnaan kita. Inilah ruang di mana autentisitas benar-benar diuji dan ditemukan kembali.

KESIMPULAN

Eksistensialisme di era digital bukanlah sebuah nostalgia romantis tentang masa lalu tanpa teknologi, melainkan sebuah seruan untuk kesadaran kritis di masa kini. Kita tidak bisa melarikan diri dari jaringan digital yang sudah menyatu dengan struktur kehidupan modern, namun kita bisa memilih cara kita berada di dalamnya.

Autentisitas di abad ke-21 didefinisikan oleh keberanian untuk tetap menjadi "ambigu" dan "tidak terpetakan" di hadapan sistem yang haus akan kepastian data. Kita harus menyadari bahwa identitas kita jauh lebih luas daripada sekadar profil digital yang dikurasi oleh algoritma. Seperti yang diingatkan oleh para eksistensialis, manusia adalah sebuah "proyek" yang tak pernah selesai. Selama kita masih memiliki kapasitas untuk mempertanyakan, merefleksikan, dan memilih di luar saran algoritma, maka obor kebebasan manusia belum sepenuhnya padam.

DAFTAR PUSTAKA

- . *Existentialism is a Humanism*. Diterjemahkan oleh Carol Macomber, Yale University Press, 2007.
- . *The Question Concerning Technology and Other Essays*. Diterjemahkan oleh William Lovitt, Harper & Row, 1977.
- Han, Byung-Chul. *In the Swarm: Digital Prospects*. Diterjemahkan oleh Erik Butler, MIT Press, 2017.
- Heidegger, Martin. *Being and Time*. Diterjemahkan oleh William Lovitt, Harper & Row, 1977.
- Sartre, Jean-Paul. *Being and Nothingness*. Diterjemahkan oleh Carol Macomber, Yale University Press, 2007.
- Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs, 2019.