

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

*Cancel culture* adalah perilaku masyarakat dengan mengucilkan, mengejek, memboikot dan menolak individu dengan karyanya sebagai sanksi sosial yang diberikan masyarakat karena individu tersebut telah berperilaku menyimpang dan keluar dari tatanan yang telah ditetapkan masyarakat. Fenomena ini umumnya kita temukan pada *public figure* seperti selebgram dan selebriti, atau bahkan kepada *brand* terkenal. Ekspektasi publik kepada *public figure* menjadikan kalangan tersebut seolah memiliki tuntutan untuk selalu menjadi contoh yang baik bagi masyarakat. Sehingga, dengan adanya *cancel culture* diharapkan dapat menjadikan *public figure* lebih berhati hati dalam membuat konten di media sosial, dan menyadari adanya beban moral untuk menjaga citra dirinya dengan baik (Altamira & Movementi, 2023).

*Cancel culture* tidak luput dari peran kuat media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat sebagai sarana untuk berinteraksi dan terkoneksi satu sama lain. Media sosial menjadikan aksi satu individu akan mendorong aksi individu lainnya menjadi suatu pergerakan yang masif (Altamira & Movementi, 2023). Terlebih mengamati grafik pengguna internet Indonesia yang terus menunjukkan peningkatan. Menurut data terakhir berdasarkan riset yang dilakukan oleh *We Are Social* yang diakses

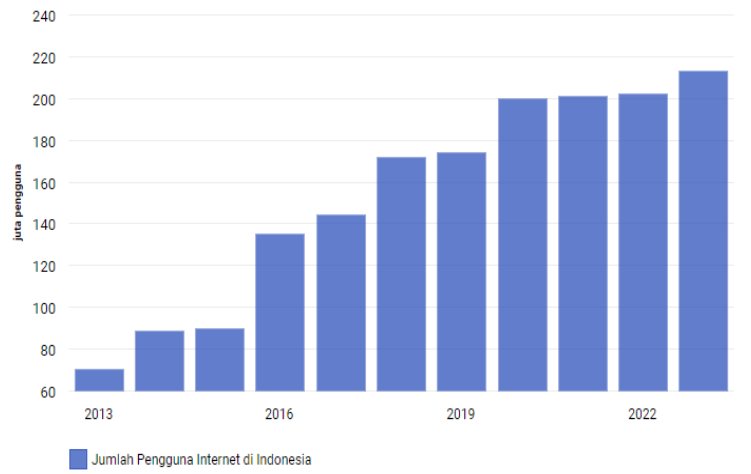
melalui situs Katadata.com per Januari 2023, dapat diamati bahwa angka pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta jiwa. Jumlah ini setara 77%



Gambar 1.1 Grafik pertumbuhan jumlah pengguna internet dari tahun 2013- Januari 2023

Sumber : Katadata.com

Dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta jiwa. Jumlah ini merupakan hasil dari peningkatan sebesar 5,44% dari jumlah pengguna pada tahun sebelumnya. Data tersebut didukung pula oleh data pengguna media sosial di Indonesia adalah sebanyak 167 juta jiwa per Januari 2023 lalu.



Gambar 1.2 Grafik jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia

Sumber : We Are Social

Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi forum besar bagi publik untuk menyampaikan opininya secara langsung, sarana aktualisasi diri dan saling terkoneksi dengan sesama pengguna tanpa batasan ruang dan waktu. Pada penelitian berjudul “*Cancel Culture in the Frame of Comparison of Indonesia and South Korea*” juga dikatakan bahwa *cancel culture* di Indonesia umumnya terjadi melalui media sosial dalam bentuk komentar negatif, penyerangan terhadap media online pribadi, dan penyebaran petisi online (Anjarini, 2020) berbeda dengan kultur negara lain, misalnya di Korea, *cancel culture* di negara tersebut dilakukan seraca nyata berupa pengucilan, penolakan karya, hingga pembatalan kontrak kerja.

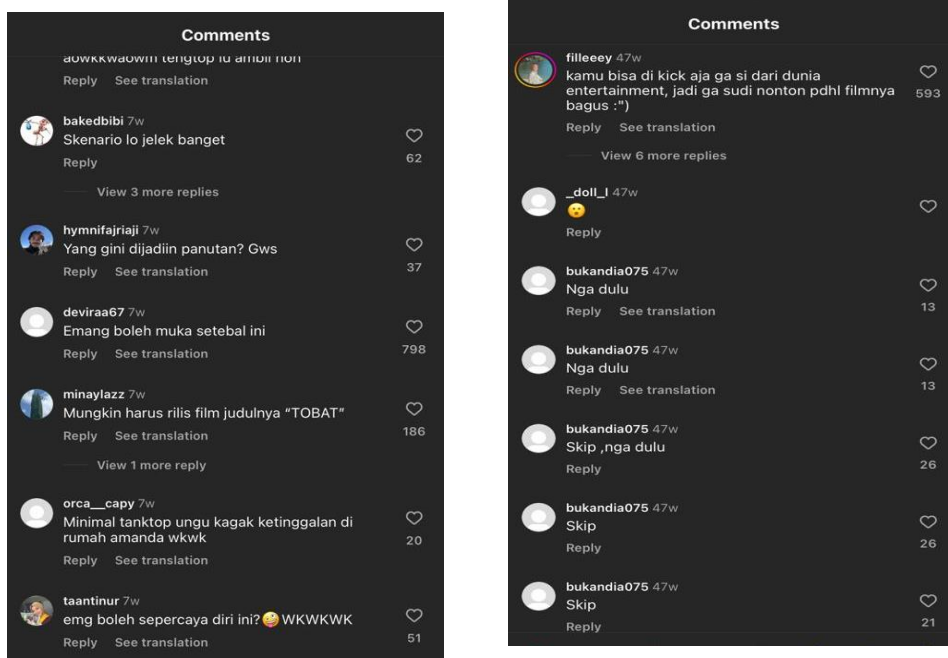
Gambar 1.3 Kutipan headline berita kasus penolakan Syaiful Jamil untuk tampil di Televisi

Sumber : [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)



Beberapa contoh kasus *cancel culture* yang menimpa *public figure* di Indonesia dapat kita amati dari kasus pembebasan Syaiful Jamil dari penjara. Setelah usai menjalani masa hukuman di penjara lantaran kasus pelecehan seksual, media memberitakan kebebasan Syaiful Jamil sebagai sesuatu yang positif. Namun beberapa pihak masyarakat yang tidak terima akhirnya membuat suatu petisi agar KPI (Komisi

Penyiaran Indonesia) melarang ditayangkannya artis yang sudah melakukan pelecehan seksual, dan tidak memberikan sorotan media untuk kepentingan *infotainment* demi menjaga moral khalayak dan menghormati korban (Adiyanto & Sabrina, 2023)



Gambar 1.(4-5) Kutipan komentar khalayak pada akun Instagram @arawindak

Sumber : <https://www.instagram.com/arawindak>

Kasus selanjutnya terkait *cancel culture* pada tokoh publik adalah pada kasus kemarahan masyarakat terkait opini Gita Savitri Devi yang menyatakan dukungan terhadap *childfree* dan opininya yang seolah merendahkan seorang Ibu, dikarenakan kata '*childfree*' adalah bentuk keputusan dari pasangan suami istrinya yang sepakat untuk tidak memiliki keturunan. Hal ini menyulut sentimen masyarakat, terlebih para perempuan, karena seperti yang kita ketahui, *childfree* masih menjadi wacana yang tabu dibahas oleh pasangan di Indonesia. Beberapa opini dari tokoh yang kerap disapa

Gitasav ini juga tidak sedikit menyentil sentimen publik. Beberapa menganggap, karena lamanya Gitasav tinggal di luar negeri menjadikan dirinya sebagai masyarakat dengan pola pikir liberal yang mana tidak sesuai dengan budaya Timur yang dianut negara Indonesia, sehingga banyak penolakan yang diberikan khalayak terhadap Gitasav yang diujarkan lewat media (Amalia dkk., 2023)

Fenomena *Cancel Culture* di Indonesia juga terjadi kepada salah satu aktris muda bernama Arawinda Kirana. Arawinda Kirana adalah Aktris pendatang baru yang namanya mulai dikenal masyarakat lewat film Yuni (2021). Pada film tersebut Arawinda Kirana berperan sebagai Yuni, yang mana lewat film tersebut Arawinda Kirana memperoleh penghargaan salah satunya adalah pemenang Piala Citra 2021 kategori Perempuan Pemeran Utama Terfavorit, beliau juga dikenal karena menciptakan tagar #BerkainBersama yaitu suatu gerakan yang mengajak kalangan anak muda untuk melestarikan dan menggunakan kebaya, dan beliau akrab dikenal masyarakat sebagai “Kartini Modern”. Branding tersebut secara instan berubah, bermula dari kabar perselingkuhannya yang ramai diperbincangkan publik lantaran berselingkuh dengan seorang pria yang sudah berkeluarga.

Kronologi perselingkuhan bermula pada aduan @aamandazahra sebagai korban perselingkuhan pada story di Instagram pribadinya membuka kepada publik terkait perselingkuhan yang dilakukan oleh suaminya, Guido dengan seorang aktris muda bernama Arawinda Kirana. Sentimen publik semakin marah mengetahui fakta bahwa

perselingkuhan tersebut melibatkan adanya aktivitas seksual yang dilakukan secara berulang di kamar pasangan suami istri, tepat dikasur yang tersambung dengan tempat tidur milik buah hati dari pasangan tersebut. Amanda Zahra lewat postingannya juga menambahkan dari aktivitas keduanya, bahkan ada pakaian dala warna ungu yang tertinggal dikamar mereka. Kabar perselingkuhan tersebut dengan cepat tersebar yang menjadikan kemarahan netizen menjadi sebuah serangan di berbagai platform media sosial yang ditujukan kepada Arawinda Kirana, termasuk berimbas pada penurunan performa dan branding dirinya di laman Instagram pribadi miliknya @arawindak dan juga pada Film “*Like and Share*” yang dibintanginya dan tayang berdekatan dengan skandal yang melibatkan dirinya.

Berselang satu tahun setelah itu Arawinda Kirana merilis suatu thriller atau potongan film di Instagram pribadinya berjudul “DIAM” dimana dari narasi film dan caption dari unggahan tersebut Arawinda seolah menempatkan dirinya sebagai korban dan merubah narasi seolah dirinya adalah korban dari kasus pelecehan seksual yang memiliki keterbatasan biaya untuk melapor. Arawinda seolah berada pada sisi korban dan memberikan dukungan bagi para korban pelecehan seksual yang tidak berani melapor. Hal ini kembali memicu sentiment publik pada akun Instagram Pribadinya.

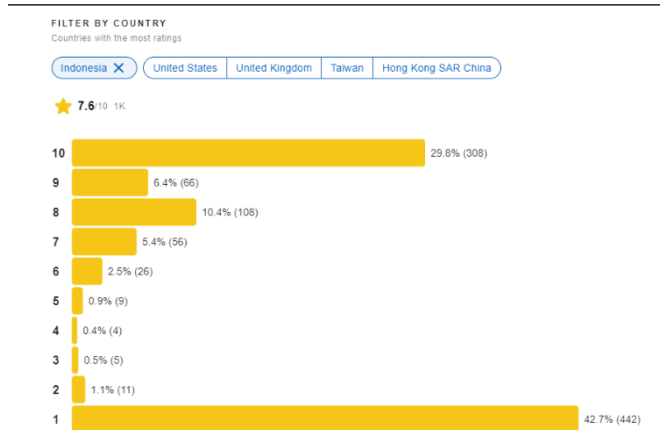
Kabar perselingkuhan dengan cepat menarik sentimen publik. Respons ini semakin menjadi dikarenakan pemberitaan buruk ini tidak kontras dengan peran Arawinda yang baru saja memperoleh penghargaan lewat film layar lebar yang dibintanginya

berjudul “*Yuni*” yang mengangkat tema perlawanan perempuan terhadap budaya patriarki, tetapi nilai nilai yang ada pada dirinya tidak mencerminkan feminisme itu sendiri dengan melukai sesama perempuan.

Bentuk sentimen masyarakat dapat dengan mudah kita temukan pada Instagram pribadi pada akun @arawindak\_ yang sebagian besar diisi oleh komentar negatif dari masyarakat. Komentar negatif juga terlihat pada 2 postingannya terkait promosi karya yang dibintanginya. Sebagian besar komen berisikan hal hal negatif dan memprovokasi supaya khalayak yang lain untuk tidak menonton film yang dia tayangkan.

Menurut pemaparan dari Gina S. Noor selaku sutradara dari film “Like and Share” yang dilansir dari laman berita suaramerdeka.com beliau mengatakan bahwa film tersebut sudah diproduksi jauh sebelum skandal Arawinda dan tidak menduga bahwa akan ada skandal yang menjerah salah satu aktrisnya berdekatan pada masa promosi dan penayangan film “Like and Share” sehingga diambil keputusan untuk tetap melanjutkan penayangan film, meskipun pada akhirnya mengalami penurunan prestasi dari film sebelumnya berjudul “Yuni”. Menurut Wikipedia.com jumlah perolehan penonton Yuni mencapai 117.160 penonton dimana ada selisih yang cukup jauh jika dibandingkan dengan perolehan total penonton pada film Like and Share, yaitu hanya sebesar 46.493 penonton. Dari perolehan prestasi film “Yuni” juga lebih

unggul memenangkan penghargaan dari FFI sebagai Pemeran Utama Perempuan Terbaik Piala Citra 2021.



Gambar 1.6 Grafik rating film Like and Share menurut IMDb

Sumber : <https://www.imdb.com/>

Tidak hanya itu, dilansir dari data menurut IMDb (Internet Movie Database) film Like and Share mendapatkan rating secara internasional sebesar 7,1/10 yang mana jika dibandingkan dengan rating dari negara lain seperti United States dan Taiwan, jumlah perolehan bintang atau rating leboh objektif dibandingkan dengan perolehan rating di Indonesia yang didominasi dengan rating 1 di negara Indonesia mencapai 442 voting





atau sebanyak 42,9% dari keseluruhan voting dari regional Indonesia, yang mana jumlah ini sedikit banyak memengaruhi persentase rating secara keseluruhan.

Gambar 1.7 unggahan teaser film “DIAM” pada Instagram @arawindak

Sumber : <https://www.instagram.com/arawindak/>

Nasib sama juga terjadi pada teaser film pendek berjudul “DIAM” yang diunggah di laman Instagram pribadi @arawindak yang dirilis pada tanggal 2 September 2023. Film ini diproduksi sebagai bentuk pembelaannya terhadap skandal yang melibatkan Arawinda sebelumnya dengan memosisikan dirinya sebagai korban kasus pelecehan seksual dan bukan pelaku kasus perselingkuhan. Pada keterangan *caption* dijelaskan juga bahwa film ini dibuat sebagai bentuk dukungan bagi para korban kasus pelecehan seksual, tetapi keseluruhan film tidak ditayangkan maupun dikomersilkan. Komentar negatif kembali meramaikan unggahan teaser film tersebut, yang berarti bahwa komentar negatif tetap berlanjut pada karya film yang dibintanginya dan jejak digital seolah mengingatkan khalayak pada skandal yang menjerat dirinya setelah setahun berlalu.

Perselingkuhan sendiri didefinisikan sebagai perilaku yang melibatkan hubungan intim atau romantis dengan seseorang selain pasangan yang sah dalam sebuah pernikahan. Perselingkuhan dianggap sebagai pelanggaran serius terhadap komitmen dan kesetiaan dalam sebuah hubungan monogami. Kasus perselingkuhan adalah permasalahan yang umum terjadi di kehidupan rumah tangga masyarakat Indonesia.

Hal ini dapat diamati pada pendataan terkait jumlah kasus perceraian di Indonesia pada tahun yang mencapai 516.334 kasus, dengan permasalahan pemicu utama perceraian adalah pertengkaran dan perselisihan dengan persentase sebesar 63,41% mayoritas perselisihan dilatarbelakangi oleh masalah ekonomi, KDRT (Kekerasan dalam Rumah Tangga) dan perselingkuhan. Namun kasus perselingkuhan menjadi sesuatu yang heboh dan menggemparkan ketika pemberitaan tersebut datang dari kalangan tokoh publik dikarenakan adanya ekspektasi masyarakat yang tinggi, yang mengharapkan seorang *public figure* harus berperilaku baik dan sesuai dengan etika yang berlaku. Sehingga kasus demikian begitu cepat memengaruhi sentimen publik, bahkan mengarah kepada praktik *cancel culture*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Fenomena *cancel culture* menjadi suatu kultur baru pada komunikasi media baru yang marak terjadi sebagai bentuk penolakan masyarakat terhadap tokoh publik yang berperilaku menyimpang. Fenomena ini didukung pula dengan era digitalisasi, karena media sosial menyediakan suatu platform besar sehingga khalayak dapat saling terkoneksi satu sama lain, menjadikan suatu aksi kecil yang dilakukan di media sosial akan secara masif diikuti oleh pergerakan lainnya yang lebih besar. Namun sejauh ini masih belum ada batasan atau tindakan yang secara jelas mengindikasikan fenomena *cancel culture* pada media sosial, karena seperti yang kita ketahui suatu pergerakan di media sosial memang sangat cepat untuk mengundang atensi khalayak, namun hal

tersebut cenderung terjadi dalam waktu singkat, atau istilahnya masyarakat hanya mengikuti apa yang sedang “viral”.

Peneliti mengamati fenomena *cancel culture* pada kasus yang terjadi pada tokoh publik Arawinda Kirana, yang mengalami penolakan masyarakat pada unggahan *teaser* film- nya di Instagram yang mengundang komentar negatif dan ujaran kebencian yang mengarah pada indikasi fenomena *cancel culture* sebagai bentuk sentimen publik terhadap skandal perselingkuhan yang dibuatnya. Berdasarkan uraian tersebut penelitian merumuskan permasalahan penelitian, yaitu menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana fenomena *cancel culture* yang muncul sebagai respons masyarakat terhadap kasus perselingkuhan, dengan melakukan kajian pada kasus perselingkuhan Arawinda Kirana.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan fenomena *cancel culture* yang muncul sebagai respons masyarakat terhadap kasus perselingkuhan, dengan mengkaji dari kasus perselingkuhan Arawinda Kirana
2. Menganalisis berbagai tindakan yang berkaitan dengan *cancel culture* dengan mengkaji pada akun Instagram @arawindak.

## **1.4 Signifikansi Penelitian**

### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu instrumen pembelajaran terkhusus mengenai topik fenomena *cancel culture* pada media baru, *New Media Theory*, *Symbolic Convergency Theory* dan *Speech Codes Theory*. Selanjutnya penelitian juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi acuan bagi para peneliti dikemudian hari dan dapat disempurnakan lagi guna kemajuan pembelajaran lingkup Ilmu Komunikasi.

### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Secara praktis penelitian diharapkan mampu membuka wawasan terkhusus bagi selebriti atau tokoh publik yang memiliki peran tanggung jawab besar sebagai tokoh yang dikenal publik, beserta jajaran agensi dan manajemen untuk dapat lebih bijak dalam membangun personal branding dari tokoh dan mempertanggung jawabkan *image* yang sudah dibangun dengan memiliki batasan dalam bersikap dan menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku di masyarakat.

### **1.4.3 Signifikansi Sosial**

Secara sosial penelitian diharapkan dapat mengedukasi masyarakat dan menjadikan masyarakat lebih bijak dalam menanggapi isu-isu sosial terlebih dalam menanggapi *public figure* yang berperilaku menyimpang. Masyarakat juga diharapkan lebih bijak dalam menanggapi isu dan menggunakan media sosial

sebagai bentuk pengungkapan pendapat, kritik atau dukungan terhadap suatu tokoh publik atau selebriti.

## **1.5 Kerangka Teori**

### **1.5.1 State of the Art**

1. **Jurnal berjudul “*Cancel Culture and Academic Freedom : A Prrspective from Democratic- Deliberative Education Philosophy*” oleh Trio Kurniawan, Rambang Ngawan, Yudas Alno dan Agus Herianto (Kurniawan dkk., 2022)**

Jurnal membahas tentang budaya *cancel culture* dan dampaknya bagi kebebasan akademik, dengan argumen bahwa fenomena ini merusak prinsip demokrasi dan menghambat wacana intelektual. Jurnal menjelaskan *cancel culture* sebagai fenomena yang sedang berkembang secara global yang banyak menuak perdebatan, apakah *cancel culture* adalah bentuk dari anti-demokrasi? Penelitian menggunakan metode analisis kualitatif dengan pengembangan khusus pada analisis deskriptif dan pendekatan kritis, dengan sumber data diperoleh dari jurnal lokal dan internasional (Jurnal SAGE, Jurnal Kurikulum Studies, Journal of Classical Sociology, dan lain lain) serta data lainnya dilengkapi dari media masaa baik cetak maupun online dari Kompas dan New York Times yang relevan dengan topik penelitian dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *cancel*

*culture* adalah budaya yang mengindikasikan adanya cacat demokrasi karena menutup diri sari wacana dan konsensus. *Cancel Culture* dianggap sebagai wajah baru kediktatoran yang dibawa oleh populisme yang mana tidak sesuai dengan sistem pendidikan di Indonesia yang dibangun berdasarkan paham politik dan nilai demokrasi.

2. **Jurnal berjudul “Mengungkapkan *Cancel Culture*: Studi Fenomenologis tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital” oleh Witrie Amalia, Feriani Indah Untari dan Safira Nur Arafah (Amalia dkk., 2023)**

Jurnal ini bertujuan mengungkapkan fenomena *cancel culture* dan dampaknya di era digital khususnya bagi pengguna media sosial. Penelitian mengangkat kasus seorang *Public Figure* bernama Gitasav yang mengalami *cancel culture* karena berbagai opininya yang dirasa kontroversial dan liberal sehingga dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya timur, seperti pemikiran untuk *childfree* dan pernyataannya yang seolah mendukung praktik *LGBT*. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan metode fenomenologi dengan sumber data diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan pada media sosial Twitter terkait beberapa komentar yang ditunjukkan dengan maksud meng-*cancel culture* Gitasav dan juga wawancara kepada beberapa informan. Hasil wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik dan kepercayaan data didapat dari triangulasi data. Dari hasil analisis dapat

disimpulkan bahwa *cancel culture* terjadi begitu masif di era digital dan berdampak pada citra dan reputasi target.

3. **Jurnal berjudul “*Cancel Culture: Cyberbullying di Twitter Ditinjau dari Teori Transisi Ruang*” oleh Shinta Julianti (Julianti, 2023)**

Jurnal ini bertujuan mengungkapkan fenomena *cancel culture* yang terjadi pada media sosial Twitter. Peneliti berupaya meninjau kasus dari perspektif teori ruang transisi, dimana teori ini menyorot kepada perbedaan perilaku individu di dunia nyata dan di dunia maya. Hal ini karena asumsi bahwa individu cenderung lebih berani melakukan *cancel culture* lewat ujaran kebencian lewat media sosial Twitter daripada menyuarakannya langsung. Penelitian menggunakan pendekatan metode fenomenologi dengan sumber data diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan pada media sosial Twitter dan juga wawancara kepada subjek penelitian, yaitu empat orang informan pelaku *cancel culture* dan juga satu informan kepolisian yang bertugas menangani kejahatan siber. Hasil wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis model Miles dan Hubberman. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa pelaku *cancel culture* menggunakan Twitter sebagai media untuk melancarkan tindakan karena fleksibilitas, anonimitas, mudah mobilitas masa dan kurangnya faktor pengawasan.

**4. Jurnal berjudul “*Cancel Culture and Nude Living on Virtual Media : A Case of Guru Mizan Qudsiyah Lombok*” oleh Muhammad Fikri, Ishak Hariyanto dan Donue Kadewandana (Fikri dkk., 2022)**

Penelitian ini berangkat kasus *cancel culture* tokoh Guru Mizan Qudsiyah Lombok yang mengalami *cancel culture* karena pernyataannya dalam sebuah ceramah yang menghina makam para wali, yang kemudian memicu serangan massa dan pembakaran pesantren miliknya. “Nude Living” pada jurnal dimaknai sebagai visualisasi orang yang menjadi target *cancel culture* dimana orang ini tidak lagi mempunyai ruang publik untuk mengekspresikan dirinya sehingga hal ini mengganggu aktivitas dan pekerjaan dari si target. Jurnal ini bertujuan mengkaji fenomena *cancel culture* yang terjadi di media virtual, dengan teori yang digunakan adalah Teori Strukturalisme Genetik Pierre Bourdieu. Penelitian menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan sumber data diperoleh dari tayangan Youtube dan artikel media online. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa *cancel culture* terjadi kepada *public figure* yang terlibat skandal baik melalui karyanya, perkataan maupun sikap yang bertentangan dengan kultur dari suatu komunitas sehingga menimbulkan rasa tidak suka. Jurnal menawarkan komunikasi islamic sebagai solusi yang dapat diaplikasikan pada realitas virtual untuk narasi yang sehat bagi komunitas virtual.



5. **Jurnal berjudul “Glorifikasi Kebebasan Dari Penjara Figur Publik Pelaku Kekerasan Seksual di Inforainment Indonesia” oleh Wiwid Adiyanto, Putri Ayu Sabrina (Adiyanto & Sabrina, 2023)**

Penelitian bertujuan menggambarkan ketimpangan liputan kebebasan *public figure* Syaiful Jamil dari penjara sebagai mantan napi pelaku kekerasan seksual, dengan mengkaitkan fenomena dan teori yang digunakan adalah Teori Strukturalisme Genetik Pierre Bourdieu. Penelitian merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan paradigma kritis menggunakan metode analisis wacana kritis menurut Norman Fairclough. Fairclough mengkaji langkah analisis kedalam empat langkah, yaitu pertama fokus kepada ketidakberesan sosial, mengidentifii hambatan untuk mengatasi ketidak beresan sosial, mempertimbangkan tatanan sosial sebagai solusi, dan terakhir adalah mengidentifikasi cara cara mengatasi permasalahan. Data primer penelitian diperoleh dari dua video pada akun Youtube Intens Investigasi yang memberitakan kebebasan Syaiful Jamil. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa glorifikasi yang dilakukan media dalam memberitakan kebebasan Syaiful Jamil menunjukkan normalisasi terhadap kekerasan seksual dan ditemukan banyak narasi yang memposisikan pelaku sebagai korban dan terlihat lemah. Sehingga sebagai saran penelitian mengatakan diperlukan gerakan akar rumput untuk menghentikan glorifikasi dan normalisasi kekerasan seksual di media

6. **Jurnal berjudul “Fenomena *Cancel Culture* di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur” oleh Melisa Bunga Altamira dan Satwika Gemala Movementi (Altamira & Movementi, 2023)**

Jurnal ini bertujuan meninjau dampak *cancel culture* bagi target dan juga bagi kehidupan sosial masyarakat. Penelitian mengutip beberapa jurnal yang membahas kasus terjadinya *cancel culture* baik dari dalam dan luar negeri dan berupaya membuat perbandingan antara keduanya. Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan tinjauan literatur yang dilakukan pada penelitian terkait *cancel culture* dari rentan 2018 sampai 2021. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *cancel culture* belum begitu masif di Indonesia, dan lebih banyak terjadi diperkotaan dengan akses internet mudah. Beberapa dampak positif dari *cancel culture* diantaranya adalah sebagai alat kontrol sosial, membuat *public figur*, *influencer*, dan politisi lebih berhati hati dalam mengunggah publikasi konten, dan *cancel culture* efektif menghalau rasisme, seksisme kekerasan dan perilaku menyimpang lainnya. Sedangkan dampak negatif dari *cancel culture* diantaranya adalah merusak citra figur publik yang menjadi target *cancel culture*, mendorong publik mengikuti suara mayoritas, dan menciptakan kondisi *spiral of silence*.

7. **Jurnal berjudul “*Cancel Culture in the Frame of Comparison of Indonesia and South Korea*” oleh Dipta Ninggar Anjarini (Anjarini, 2020)**

Jurnal ini bertujuan meninjau membandingkan *cancel culture* yang terjadi di Indonesia dengan fenomena yang terjadi di Korea Selatan. Penelitian dilatar belakangi oleh kasus pemboikotan aktor Kim Seon Ho terkait skandalnya dengan seorang wanita yang mengaku hamil dan dipaksa melakukan aborsi oleh si aktor. Dampak dari hal tersebut Kim Seon Ho dikeluarkan dari program yang membesarkan namanya, dan iklan yang menampilkan Kim Seon Ho ditarik oleh perusahaan. Penulis membandingkan praktik *cancel culture* yang terjadi pada *public figure* di Indonesia seperti Ayu Ting Ting, Gofar Hilman dan Syaiful Jamil yang masih diperbolehkan tayang dan justru memanfaatkan sorotan media untuk menaikkan popularitasnya. Sumber data penelitian diambil dari beberapa jurnal yang membahas kasus terjadinya *cancel culture* di negara Indonesia dan Korea Selatan.

Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan tinjauan literatur yang dilakukan pada penelitian terkait *cancel culture*. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa praktik *cancel culture* di Indonesia hanya sebatas petisi yang tidak memberikan efek jera bagi pelaku belum begitu masif di Indonesia dan justru moment *cancel culture* lebih banyak dimanfaatkan oleh oknum yang mengunggah komentar negatif dan melibatkan pihak lain yang tidak terlibat langsung dengan tokoh. Berbeda dengan praktik *cancel culture* di Korea Selatan, dimana dampak dari pemboikotan betul betul merugikan tokoh yang di-*cancel*.

8. **Jurnal berjudul “Disonansi Kognitif Kpopers Indonesia terkait Cancel Culture sebagai dampak dari Media Korea Dispatch (Studi pada Penggemar Seungri di Twitter)” oleh Andi Arfianti Budiati dan Andi Vita Sukmarini (Budiati & Sukmarini, 2023)**

Penelitian dilatar belakangi oleh kasus peliputan dispacth kepada aktor Korea bernama Seungri yang tergabung dalam grup musik Bigbang karena kasusnya “Burning Sun” yang membuat Seungri mundur dari karirnya. Penulis berupaya mengaitkan permasalahan dengan Teori Disonansi Kognitif, dimana membahas adanya ketidak sesuaian antara kognisi satu dengan yang lain sehingga menimbulkan perubahan sikap dan pengambilan keputusan dalam kehidupan sosial. Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan tinjauan literatur yang dilakukan pada penelitian terkait topik yang diangkat. Sumber data penelitian diambil dari cuitan pada media sosial Twitter dan juga wawancara kepada 3 informan penggemar Seungri Bigbang. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dari kasus *cancel culture* Seungri Bigbang, menyebabkan kondisi disonansi kognitif pada penggemar Seungri di Twitter sehingga mereka terbagi menjadi dua kubu pro dan kontra, sedangkan di kemudian hari terbukti bahwa Seungri hanya melakukan 1 dakwaan diantara 9 dakwaan.

9. **Jurnal berjudul “Not so different after all? A netnographic exploration of user engagement with non-human influencers on social media” oleh Li Xie Carson, Pierre Benckendorff, Karen Hughes (Xie-Carson dkk., 2023)**

Penelitian bertujuan untuk mengamati fenomena maraknya akun Instagram *influencer non-human* seperti misalnya hewan, tanaman, karakter AI, karakter animasi, dan lain sebagainya dengan meneliti komentar khalayak dari akun Instagram *influencer non-human* dengan total 52 postingan yang dipilih menggunakan sampling untuk menjadi data penelitian. Penelitian berupaya mengaitkan fenomena ini dengan gagasan hubungan parasocial dan Actor – network theory dengan teknik pengolahan data menggunakan coding. Dari hasil penelitian bahwa factor yang membuat pengguna media sosial terkoneksi dengan *influencer non-human* sama dengan factor factor yang pada literature lain ditemukan pada koneksi pengguna dengan *influencer* manusia biasa, karena para *influencer non-human* pada interaksi mereka dengan pengguna berupaya memposisikan diri mereka layaknya manusia.

10. **Jurnal berjudul “Bahasa Sarkasme Warganet dalam Berkomentar pada Akun Instagram @ANIESBASWEDAN” Oleh Putri Ayu Tarwiyati dan Atiqa Sabardila (Tarwiyati & Sabardila, 2020)**

Penelitian bertujuan untuk mengamati komentar sarkasme masyarakat yang ditujukan kepada Anies Baswedan melalui media sosial Instagram @aniesbaswedan sehubungan dengan peristiwa banjir yang melanda Jakarta

cukup parah pada tahun 2020 dengan meneliti komentar khalayak dari akun Instagram @aniesbaswedan. Penelitian menggunakan metode analisis data menggunakan teknik pada dan pengumpulan data menggunakan teknik simak dan catat. Dari hasil penelitian diketahui bahwa masyarakat dalam berkomentar masih melanggar kesantunan pada pelanggaran maksim, yaitu maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, maksim permufakatan, dan maksim simpati. Diketahui pula hal ini lebih mudah terjadi pada media sosial karena pada media sosial warganet bebas untuk berpendapat dan berekspresi tidak secara *face to face*.

Dari beberapa contoh jurnal penelitian yang telah dicantumkan terkait pembahasan mengenai analisis media baru dan cancel culture, dapat diketahui bahwa penelitian terkait cancel culture telah dilakukan oleh beberapa peneliti pada berbagai contoh kasus, dengan berbagai media yang dijadikan sumber data penelitian, dan tentunya dari berbagai sudut pandang berbeda. Untuk itu penulis mencoba untuk membuat suatu pembenda dari penelitian terkait dengan penelitian terdahulu, yaitu pada penelitian berjudul “*Cancel Culture* sebagai Respons Masyarakat terhadap Pelaku Kasus Perselingkuhan: Kajian pada Akun Instagram @Arawindak” secara spesifik akan berfokus untuk mencari pemahaman mendalam serta berbagai tindakan terkait yang mengindikasikan fenomena cancel culture dengan, terutama berkaitan dengan sentiment masyarakat terhadap kasus perselingkuhan. Penggalan pemahaman akan

berfokus mengamati fenomena dari interaksi khalayak pada komentar Instagram yang dianalisis menggunakan metode netnografi atau analisis etnografi virtual, dimana pada penelitian, peneliti bertindak sebagai pengamat.

### **1.5.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah model atau kerangka kerja yang digunakan untuk kepentingan observasi dan membentuk pemahaman mengenai apa yang terlihat dan bagaimana kita memahaminya. Penelitian disusun berdasarkan paradigma konstruktivis. Konstruksionisme memiliki keyakinan bahwa tidak ada kebenaran yang objektif, melainkan kebenaran adalah sesuatu yang dikonstruksi (Sarantakos, 2017).

Konstruksionisme berbicara tentang realitas dan hubungan, dalam artian sesuatu dianggap benar benar ada jika manusia menyadari hal tersebut ada. Sesuatu juga tidak memiliki makna yang tetap sebelum adanya interaksi dan diolah dalam pikiran oleh manusia. Interpretasi dan (re)konstruksi memungkinkan identifikasi makna yang diberikan pada objek yang mengarah pada strukturisasi lapangan (Sarantakos, 2017). Makna digunakan dalam berbagai konteks mengikuti petunjuk budaya, bukan melalui label yang melekat pada objek. Identifikasi makna mengurangi tingkat kerumitan dengan mengganti kerumitan ini dengan kerumitan baru yang lebih mudah untuk dieksplorasi dan dipahami. Berikut

adalah beberapa asumsi dasar mengenai paradigma konstruktivis (Sarantakos, 2017)

- Tidak ada realitas yang objektif (mutlak)
- Penelitian berfokus pada konstruksi makna
- Makna yang dikonstruksi tidak tetap bergantung pada interaksi manusia dengan dunianya
- Makna tidak dikonstruksi sebelum melibatkan proses berpikir
- Dunia dikonstruksi oleh orang-orang yang tinggal didalamnya.

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis karena tujuan dari penelitian adalah berupaka mengidentifikasi suatu makna dari fenomena sosial, yaitu *cancel culture* dengan mengamati interaksi antar individu didalamnya. Hal ini sesuai dengan tujuan dari paradigma konstruktivis yaitu mengkonstruksi suatu makna dari realitas yang terjadi pada tatanan kehidupan.

### 1.5.3 *Cancel Culture*

*Cancel culture* adalah salah satu bentuk modernisasi dari budaya penggemar yang turut mengikuti perkembangan jaman dan kemajuan teknologi. Fandom yang mulanya terstigmatisasi dan bersifat subcultural, saat ini praktiknya menjadi lebih menjamur akibat mainstreaming media dan peningkatan platform media sosial, yang kerap dikaitkan dengan *cancel culture* (Ng, 2022). Definisi lain menurut Cambridge Dictionary, *cancel culture* dimaknai sebagai suatu perilaku dalam tatanan sosial untuk menolak dan berhenti mendukung (Fikri dkk., 2022).



Ada banyak tanggapan khalayak terkait *cancel culture*, tetapi hal tersebut tidak menjadikan definisi *cancel culture* ini menjadi jelas. Pendekatan *cancel culture* melihat dinamika kekuatan budaya dan politik dalam produksi, sirkulasi, dan konsumsi media. Penggunaan media merefleksikan pola hirarki sosial yang lebih luas, termasuk ras, gender, kelas, dan aspek ketidaksetaraan lainnya. Fenomena yang tampaknya serupa seringkali tidak sama atau bahkan hampir sama.

Misalnya saja, mengaitkan pada kontroversi antara ras dan pemilihan *casting* berdasarkan warna kulit. Kasus pertama adalah ada suatu media yang memilih pemeran berkulit putih untuk memerankan tokoh dari etnis lain, sebaliknya pada kasus lainnya ada media yang memilih peran kulit putih untuk diperankan oleh ras lain yang tidak berkulit putih. Kita dapat mengkategorikan kasus pertama sebagai diskriminasi atau bentuk '*cancelation*' karena pada dasarnya budaya Barat memiliki kecenderungan untuk mempekerjakan orang berkulit putih, sedangkan pada kasus kedua merupakan suatu bentuk penyeteraan antar sesama ras.

Sehingga dapat disimpulkan dalam memahami *cancel culture* kita perlu mempertimbangkan siapa yang melakukan pembatalan, siapa yang menjadi target pembatalan dan faktor spesifik yang melatar belakangi kasus tersebut (Ng, 2022). Pada beberapa kasus *cancel culture* yang tidak tepat justru malah mengakibatkan polarisasi dan menjadi *toxic effect* yang mengarahkan *cancel culture* sebagai *virtual bullies* dan penghilangan ruang untuk muncul di publik

(Fikri dkk., 2022). Ada beberapa komponen yang perlu dipahami dalam suatu fenomena *cancel culture*, diantaranya

Pada *cancel culture* ada yang dinamakan *cancel target*, yaitu merujuk pada objek yang menjadi target praktik *cancel culture*. Beberapa yang dapat menjadi *cancel target* meliputi individu atau perseorangan yang biasanya merupakan seorang tokoh publik, *brand*, atau dapat juga terjadi pada organisasi.

*Cancel culture* dapat terjadi di berbagai media, termasuk pada postingan media sosial yang diimplementasikan melalui tindakan berhenti memberikan dukungan kepada target, berhenti mengikuti target di media sosial, memberikan komentar negatif, tidak membeli produk atau brand yang dipromosikan oleh target, tidak menikmati karya yang berkaitan dengan target dan berbagai praktik lainnya (Ng, 2022). Pada tingkat institusi *cancel culture* dapat dipraktikkan secara harafiah, seperti membatalkan acara televisi atau film yang diperankan oleh pemeran bermasalah, dan penghentian kerjasama brand dengan *cancel target*. Pada level kenegaraan, *cancel culture* dapat berupa penolakan kunjungan atau acara yang dibintangi oleh target *cancel culture*

*Cancel discourse* adalah gagasan atau komentar mengenai suatu *cancel culture*. Beberapa *cancel discourse* dianggap sebagai komentar atau gagasan pertama yang memulai penyebaran praktik *cancel culture* terjadi dan menyebar luas di suatu platform (Ng, 2022).

Selanjutnya adalah *cancel culture*, yang kerap diartikan sebagai tindakan merendahkan lewat komentar media mainstream, dimana praktik ini dikaitkan dengan “*calling out*” atau upaya menegur, menyuarakan ketidaksetujuan terhadap perilaku yang dianggap meruikan dan tidak etis (Ng, 2022) .Pada perspektif lain, Kristian Jenkins mendefinisikan *cancel culture* sebagai proses dimana para aktivis berupaya menggiring opini, memaksa institusi untuk meng-*cancel* orang yang sudah tiada karena kesalahan yang mereka lakukan saat masih hidup bertentangan dengan etika sosial, atau diartikan juga pada fenomena ketika individu diserang oleh massa online karena melanggar kode etik, dan berujung membuat mereka kehilangan pekerjaan (Ng, 2022). Sebagian besar kasus *cancel culture* terjadi pada media sosial. Bahkan untuk satu kasus saja terdapat ratusan bahkan ribuan cuitan yang menyuarakan bentuk *cancel culture*.

### **Media sosial**

Media sosial adalah pusat dari platform yang menawarkan konten relevan bagi penggunanya, serta menjadi wadah dimana tokoh tokoh publik dan penggemar dapat berinteraksi, termasuk pada konsekuensi bahwa penggemar dapat mengutip atau mengomentari langsung kesalahan tokoh publik tersebut pada platform media sosial publik atau media sosial pribadinya. Disamping itu, Eve Ng pada buku *Cancel Culture – A Critical Analysis* (2022) menjelaskan bahwa penggemar juga menambah nilai finansial yang signifikan kepada target berkaitan dengan produksi konten media online. Jenis *cancel culture* yang

pertama adalah *cancel culture* yang terjadi pada media populer. Fenomena jenis ini berakibat pada menurunnya pengikut media sosial yang biasanya bersifat sementara, dan secara tidak langsung menaikkan *engagement* dari media sosial tokoh publik yang menjadi target *canceling*, melalui bertambahnya jumlah *comment* dan *views*. Jenis *cancel culture* kedua adalah pembatalan yang muncul dari aktivitas penggemar.

### ***Cancel Culture* pada Media Populer**

*Cancel culture* pada media dan budaya populer bukanlah suatu gagasan tunggal berkaitan dengan motivasi, karakteristik dan alurnya. Ada dua alasan mengapa *cancel culture* dikaitkan dengan media populer, yang pertama karena banyaknya kasus *cancel culture* yang terjadi pada tokoh publik dan selebriti. Secara analitik *cancel culture* pada selebriti dan media populer menggambarkan elemen interaksional dan finansial yang menjadi fokus utama budaya digital. Alasan kedua adalah pada pemaknaan “*canceling*” itu sendiri secara umum.

Pembahasan *cancel culture* pada media populer lebih lanjut terbagi pada dua ranah penting. Yang pertama adalah pada ranah media mainstream fandom dan yang kedua adalah pada ranah media digital, khususnya platform media sosial. Hal ini karena media sosial memberikan banyak pengaruh pada bagaimana selebriti sebagai tokoh publik berinteraksi dengan penggemarnya, dan bagaimana penggemar berinteraksi dengan komunitasnya. Teknologi media merubah cara penggemar berinteraksi dengan idolanya, yang semula aksesnya terbatas hanya

pada jurnalisme professional dan pekerja industri, sekarang penggemar dapat terkoneksi langsung dengan produser, aktor dan selebriti dengan berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform media sosial (Ng, 2022).

### ***Cancel Culture* pada Media Sosial**

Pada satu sisi media sosial memudahkan seorang selebriti dalam melakukan suatu promosi terkait acara atau karya yang berkaitan dengan mereka. Di sisi lain, publik jadi lebih mudah untuk menuntut pertanggung jawaban dari setiap perbuatan yang dilakukan selebriti. Media sosial memungkinkan percakapan yang sebenarnya tidak perlu direkam, akhirnya menjadi konsumsi publik dan menimbulkan jejak digital, entah itu melalui akun gossip, sebaran *screenshot*, maupun bukti foto atau video (Ng, 2022).

Media digital juga memudahkan interaksi antar sesama penggemar dalam membentuk komunitas online. Hal ini memudahkan mereka untuk saling berbagi aktivitas idola mereka, dan saling mengkoordinasi untuk mem- voting idola mereka pada suatu kontes. Berbagai aktivitas penggemar bisa dialokasikan sebagai jasa promosi tidak berbayar. Salah satunya adalah melalui postingan online yang berfungsi sebagai cara gratis untuk mempromosikan konten ke demografis yang lebih luas (Ng, 2022). Hal ini juga berkontribusi pada metrik yang menentukan nilai pasar teks media. Dalam hal ini, banyak selebriti yang menggantungkan kelancaran bisnisnya pada banyaknya jumlah pengikut dan

penayangan konten, terutama mereka yang terkenal hanya melalui akun media sosial seperti Instagram (Selebgram) dan YouTube (Youtuber).

Industri selebriti sering dikaitkan dengan pepatah "Tidak ada yang namanya publikasi buruk" di era media lama, karena pemberitaan mengenai skandal pun meningkatkan penjualan tabloid dan dapat menarik perhatian publik untuk mempertahankan eksistensinya. Hal ini terkadang masih berlaku pula untuk penggemar media sosial dan selebritas tertentu (Ng, 2022). Perilaku "drama" pada konteks negatif terkadang dapat menarik penayangan, komentar, dan postingan. Namun, hal ini juga mengarahkan konsekuensi pada kehilangan *followers* dan serangan komentar negatif di internet yang secara langsung dapat mengurangi pendapatan selebgram .

### ***Cancel Culture* pada Media Mainstream Fandom**

*Cancel culture* seringkali dikaitkan dengan label “anti fandom”. Anti fandom pada praktiknya memberikan engagement yang sama dengan penggemar, namun atensi yang mereka berikan cenderung bersifat negatif seperti komentar buruk, *hate watching*, membagikan opini buruk mengenai *cancel target*, dan sebagainya. Tidak ada narasi jelas yang mengaitkan anti fandom dengan *cancel culture*, tetapi beberapa literatur mendefinisikan mereka sebagai seseorang yang mengadvokasi seorang aktor supaya diberhentikan atau dibatalkan penampilannya. Tidak semua “anti fandom” adalah implementasi dari *cancel*

*culture*, sebagian hanya berupaya menggunakan media sosial untuk mengungkapkan ekspresi ketidaksukaan.

#### **1.5.4 Teori New Media**

Teori media massa memberikan suatu pandangan tentang bagaimana media bekerja dalam mengedukasi, memberikan informasi, hiburan, dan juga sebagai platform efektif dalam menyebarkan nilai, ideologi politik dan kepercayaan seperti yang dipraktikan pada Abad Pertengahan (McQuail, 2010) Memasuki abad ke-20 definisi mengenai media massa mengalami perluasan dari yang semula hanya berupa media cetak yang disebarkan, berkembang menjadi suatu bentuk digital yang membutuhkan akses koneksi kepada jaringan internet untuk membukanya, dan dari segi tampilan yang semula hanya berupa teks, mengalami digitalisasi sehingga dilengkapi pula dengan tampilan audio visual. Satelit komunikasi yang mengelilingi dunia membuat media berbasis computer ini menyerbu setiap sisi dan sudut kehidupan masyarakat.

Teknologi media baru secara radikal telah mengubah cara kita menerima dan menggunakan informasi (Baran, 2021). Hal ini merupakan masa masa sulit baru pencetak berita tradisional karena koran secara cepat kehilangan pembaca dan pengiklan. Karena tidak hanya pada akses informasi, new media juga menawarkan potensi yang lebih besar dalam mempromosikan suatu brand secara digital. Iklan di Facebook, misalnya. Situs jejaring sosial ini memberikan

informasi rinci tentang pengguna kepada pengiklan, sehingga mereka dapat menargetkan pesan mereka secara langsung kepada orang-orang yang menyukai hal-hal tertentu atau terlibat dalam kegiatan tertentu.

Pendefinisian mengenai ‘media baru’ menjadi sulit karena terbagi menjadi beragam jenis, sehingga perlu ada batasan yang jelas dalam membedakan antara media massa dengan media personal atau sosial media karena sama-sama diasosiasikan sebagai media baru yang membutuhkan akses internet (McQuail, 2010). Keduanya dapat dibedakan dengan membedakan dimensi sosial, meliputi aktivitas yang dilakukan dan interaksi sosial yang terbentuk.

Komunikasi pada media personal lebih simetris atau dua arah dan mengharuskan audiens untuk berperan aktif, baik sebagai penerima maupun produsen pesan, sedangkan media massa umumnya tidak menghadirkan komunikasi dua arah seperti pada model berita daring. Perbedaan lainnya adalah pada konteks kelembagaan. Media massa biasanya memiliki konteks kelembagaan atau profesionalitas seperti media massa konservatif pada umumnya yang memiliki lembaga produksi (McQuail, 2010) Mc Quail dalam bukunya Teori Media Massa Edisi 6 juga menjelaskan perubahan yang muncul akibat media baru, diantaranya

- **Digitalisasi dan konvergensi pada setiap aspek media.** Transformasi proses konversi informasi pada era digital menjadikan suatu platform



mampu menggabungkan berbagai elemen media, seperti teks, audio, video dan gambar kedalam satu wadah.

- **Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.**

Interaktivitas menjadikan media mampu membuka akses komunikasi sehingga terjalin komunikasi dua arah antara sesama pengguna atau antara pengguna dengan konten

- **Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima pesan .** Seperti

yang kita ketahui, teknologi memberikan akses kemudahan pada aspek komunikasi yang memungkinkan tiap individu dapat saling terkoneksi, mendapatkan informasi yang sama tanpa terhalang jarak dan waktu selama memiliki perangkat yang terhubung ke internet.

- **Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.** Media baru

memberikan keuntungan bagi platform, terutama pada media online untuk memberikan sentuhan baru dalam publikasi melalui website yang memungkinkan jangkauan khalayak lebih luas, konvergensi media, dan juga sistem algoritma yang secara otomatis mampu menyesuaikan konten publikasi dengan selera masyarakat (Baran, 2021)

- **Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (gateway) media.** New media

memberikan inovasi terhadap media kreatif dengan kemunculan berbagai platform pada industri media kreatif dan publikasi media, seperti kemunculan *podcast*, platform akses pendidikan online, platform streaming video, portal berita online, media sosial, dan sebagainya.

- **Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'**. Digitalisasi media merujuk pada hubungan antara penggabungan media dengan kepentingan politik dan bisnis dari lembaga media. Kedua aspek ini bersifat kontradiktif sehingga dampak baik atau buruknya media menyesuaikan kepentingan lembaga untuk suatu kepentingan.

### **Instagram sebagai Media Baru**

Pada tahun 2012, Facebook membeli platform berbagi foto seharga \$1 miliar untuk mendapatkan akses ke layanan seluler berbasis aplikasi dan untuk membuat penawaran Facebook lebih visual, sehingga meningkatkan nilai situs tersebut bagi para pengiklan (Baran, 2021). Platform tersebut dewasa ini kita kenal dengan nama Instagram. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang popularitasnya terus meningkat beberapa tahun belakangan, dengan tingkat keterlibatan yang tinggi dibandingkan dengan platform lain. Menurut publikasi Tech Crunch, basis pengguna Instagram meningkat dua kali lipat dari 300juta pengguna menjadi 700 pengguna pada kurun waktu 2015 hingga 2017 (Verishagen, 2018).

Instagram adalah platform berbasis visual yang memungkinkan kita untuk mengunggah foto atau video melalui *Instagram reels*, *Instagram story* dan *Instagram feeds*. Ketiganya memiliki frekuensi waktu pemosting dan jangkauannya tersendiri. Platform Instagram memungkinkan adanya interaksi antar sesama penggunanya melalui *direct message* dan kolom komentar yang

dibuka untuk postingan *reels* dan *feeds*. Platform ini juga menyertakan tagar, yang memungkinkan orang-orang dengan minat yang sama saling berbagi gambar mengenai suatu topik, bahkan membentuk komunitas. Penggunaan tagar adalah salah satu strategi yang bagus jika kita ingin menggunakan platform untuk kepentingan komersial seperti promosi barang atau mengkampanyekan suatu isu atau *event* (Hibner & Kelly, 2017). Dilansir dari buku *Social Media: The Academic Library Perspective* berikut adalah kelebihan dan kekurangan Instagram. Diantaranya (Verishagen, 2018),

Kelebihan :

1. Memposting gambar di Instagram sangat mudah menggunakan perangkat telepon
2. Ada berbagai fitur yang memungkinkan kita untuk mengedit dan mempercantik foto atau video sebelum diunggah
3. Banyak digunakan oleh pengguna internet usia dewasa muda kisaran 18 - 28

Kekurangan :

1. Anda perlu memposting secara rutin dan berkala dengan visual yang menarik untuk menarik perhatian orang untuk mengunjungi profil
2. Membangun komunitas di Instagram sangat ditentukan oleh tagar, sehingga penting untuk selalu mengikuti trend yang ada pada dunia Instagram

3. *Iphone* atau *Android* sangat diperlukan untuk penggunaan Instagram secara optimal, karena penggunaan desktop akan menjadikan keterbatasan dalam mengatur jadwal posting konten untuk kepentingan pekerjaan
4. Instagram tidak memperbolehkan *followers* untuk men-*download* unggahan kita, sehingga platform ini kurang tepat untuk distribusi konten untuk digunakan kembali

Instagram sebagai platform media sosial telah mengadopsi beberapa karakteristik media baru yang sebelumnya telah dikemukakan oleh Mcquail, seperti ketersediaan berbagai fitur dalam satu platform, partisipasi aktif pengguna dalam mengunggah konten dan berinteraksi, menekankan prinsip keterlibatan dengan memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam dialog kolom komentar dan tagar, memungkinkan pembentukan identitas digital melalui profil, cerita, dan unggahan foto atau video, serta menciptakan keterbukaan dan transparansi dalam interaksi online, karena seperti yang kita rasakan saat ini, dengan adanya Instagram kita dapat dengan mudahnya mengetahui berbagai aktivitas individu yang diunggah pada platform, termasuk para selebriti selama akun mereka tidak berada pada mode *private*.

#### **1.5.5 *Symbolic Convergence Theory***

Teori Konvergensi Simbolik menjelaskan bagaimana ketika ada interaksi dalam suatu kelompok atau komunitas, individu didalamnya akan membentuk suatu realitas bersama yang dibangun dari gagasan atau pandangan pribadi setiap

individu terhadap sesuatu yang masing masing dituangkan kedalam kelompok menjadi suatu pemahaman baru (Littlejohn dkk., 2017). Realitas ini, atau disebut juga tema fantasi mulanya muncul dari interaksi kelompok kecil dan kemudian berantai dari satu kelompok kepada kelompok lain menjadi suatu realitas yang universal dan diyakini. Tema fantasi terdiri dari beberapa aspek, yaitu (Littlejohn dkk., 2017) :

- Karakter, adalah tokoh baik antagonis, protagonist, paupun pemeran pendukung yang sedang diperbincangkan.
- Alur cerita, adalah perkembangan cerita.
- Adegan, meliputi latar, lokasi, properti dan latar belakang sosial dan budaya.
- Agen pemberi sanksi, adalah individu atau kelompok yang memiliki otoritas untuk menegakan nilai nilai tertentu atau kebenaran yang dipercaya dalam suatu tema, misalnya saja aturan keagamaan, kode etik atau otoritas terkait lainnya.

Visi retorik merupakan gabungan dari tema tema fantasi yang digabungkan secara universal dan diperbincangkan secara berulang ulang menjadi suatu yang diyakini 'nyata' (Littlejohn dkk., 2017). Pada suatu visi retorika, percakapan didalam drama tidak lagi harus mendetail, dan hanya butuh 'pemicu' karena invididu didalam pecakapan sudah memiliki pemahaman yang sama akan suatu hal. Dalam kelompok kecil pemicu ini seperti *inside jokes* dimana ada kode yang hanya diketahui oleh orang orang yang terlibat dalam pembentukan visi retorik

yang akan memahami hal tersebut. Secara positif Konvergensi Simbolik dapat mempererat kebersamaan didalam kelompok, menguatkan bonding dalam memahami pemikiran anggota kelompok, serta menyamakan semangat serta visi dan misi (Littlejohn dkk., 2017). Namun saat tema yang diangkat kedalam kelompok adalah gunjingan atau ideology yang bersifat negatif, maka akan menyebabkan polarisasi atau dianggap sebagai penyebaran isu dan kebencian.

### ***1.5.1 Speech Codes Theory***

Teori Speech Code berangkat dari penelitian yang dilakukan oleh Philipsen saat mengajar di Universitas California, Santa Barbara. Teori ini didefinisikan sebagai suatu sistem istilah, pemaknaan, premis dan aturan yang dipengaruhi oleh historis dan kelompok sosial berkaitan dengan perilaku individu dalam berkomunikasi (Philipsen, 2008). Penelitian dimulai dengan melakukan pengamatan struktur komunikasi antara dua komunitas daerah berbeda, yaitu masyarakat Teamsterville yang mewakili karakteristik daerah penelitian dan masyarakat Nacirema (penulisan America dalam ejaan terbalik) yang digambarkan sebagai karakteristik percakapan umum di AS.

Tujuan utama penelitian ini adalah mengembangkan teori yang mengaitkan hubungan mengenai komunikasi dan budaya. Teori ini nantinya akan digunakan sebagai acuan peneliti dalam mengetahui apa dan bagaimana petunjuk ditafsirkan melalui cara orang berbicara (Philipsen, 2008). Ada beberapa keragaman karakteristik yang ditemukan pada interaksi keduanya. Diketahui masyarakat

Teamsterville kurang menerima keragaman, dan sangat penting bagi mereka untuk menanyakan dimana mereka tinggal, dimana mereka berasal, bahkan suku atau ras asal mereka, terutama bagi pendatang untuk menentukan bagaimana masyarakat Teamsterville akan memperlakukan mereka. Perbedaan pola komunikasi lain juga diamati pada perbincangan dalam keluarga, dimana pada budaya Nacirema, moment makan malam digunakan untuk saling berbincang dan setiap anggota keluarga memiliki hak yang sama untuk menceritakan hal yang ingin mereka sampaikan. Berbeda dengan budaya Teamsterville dimana anak-anak seolah tidak didengar dalam percakapan keluarga.

### **Substansi *Speechcode Theory***

**Psikologi.** Menurut Philipsen, setiap secara psikologis Speech Code mengandung gagasan mengenai bagaimana individu memandang dirinya dalam komunitas (Philipsen, 2008). Masyarakat Teamsterville mendefinisikan orang sebagai sekumpulan peran sosial. Namun, menurut masyarakat Nacirema, individu dikonseptualisasikan sebagai sesuatu yang unik, seseorang yang esensinya didefinisikan dari dalam ke luar.

**Sosiologi.** Secara sosiologi, Speech Codes mengidentifikasi tentang hubungan antara diri dan orang lain dan sumber daya simbolik apa yang digunakan untuk membangun hubungan tersebut (Philipsen, 2008). Masyarakat Teamsterville cenderung mengutamakan komunikasi untuk berhubungan dengan orang yang

memiliki kesamaan status sosial yang diamati dari usia, jenis kelamin, etnis, pekerjaan, bahkan tempat tinggal.

**Retorika.** Secara retorika, Speech Codes berbicara mengenai kebenaran dan daya tarik persuasive (Philipsen, 2008). Dia meneliti bagaimana pria di Teamsterville dan Nacirema berbicara tentang wanita. Teamsterville menilai kehormatan seorang pria dari hubungan mereka dengan seorang wanita, pria akan dianggap terhormat saat dia memiliki hubungan dengan wanita yang baik penampilannya dan perawan. Kehormatan juga dinilai dari kepatuhan mereka terhadap nilai-nilai masyarakat. Sedangkan pada suku Nacirema, kehormatan seseorang mengacu pada nilai seseorang sebagai manusia. Dalam kode martabat, pengalaman pribadi lebih penting daripada argumen logis atau otoritas. Dia menyimpulkan bahwa komunikasi adalah sumber daya untuk membangun keunikan individu (Philipsen, 2008).

## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

### **1.6.1 Cancel Culture**

*Cancel culture* kerap diartikan sebagai tindakan merendahkan lewat komentar media mainstream, dimana praktik ini dikaitkan dengan “*calling out*” atau upaya menegur, menyuarakan ketidaksetujuan terhadap perilaku yang dianggap meruikan dan tidak etis (Ng, 2022). *Cancel culture* dapat terjadi di berbagai media, tetapi pada penelitian akan berfokus pada fenomena *cancel culture* yang



terjadi pada platform media sosial yang diimplementasikan melalui tindakan berikut:

1. Kenaikan jumlah *followers*, *likes* dan komentar dalam kurun waktu sementara
2. berhenti memberikan dukungan kepada target
3. berhenti mengikuti target di media sosial
4. Tidak membeli produk atau brand yang dipromosikan oleh target
5. Tidak menikmati karya yang berkaitan dengan target, dan berbagai praktik lainnya.

#### **1.6.2 Instagram sebagai media baru**

Instagram adalah platform berbasis visual yang memungkinkan kita untuk mengunggah foto atau video melalui *Instagram reels*, *Instagram story* dan *Instagram feeds*. Ketiganya memiliki frekuensi waktu pemostingan dan jangkauannya tersendiri. Platform Instagram memungkinkan adanya interaksi antar sesama penggunanya melalui *direct message* dan kolom komentar yang dibuka untuk postingan *reels* dan *feeds*. Platform ini juga menyertakan tagar, yang memungkinkan orang-orang dengan minat yang sama saling berbagi gambar mengenai suatu topik, bahkan membentuk komunitas.

Instagram sebagai platform media sosial telah mengadopsi beberapa karakteristik media baru yang sebelumnya telah dikemukakan oleh Mcquail, seperti ketersediaan berbagai fitur dalam satu platform, partisipasi aktif

pengguna dalam mengunggah konten dan berinteraksi, menekankan prinsip keterlibatan dengan memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam dialog kolom komentar dan tagar, memungkinkan pembentukan identitas digital melalui profil, cerita, dan unggahan foto atau video, serta menciptakan keterbukaan dan transparansi dalam interaksi online.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, Penelitian Kualitatif adalah sebuah metode yang beroperasi pada lingkup naturalistik dan interpretatif, dipandu oleh standar dan prinsip-prinsip orientasi relativis, ontologi konstruktivis, dan epistemologi interpretivis (Sarantakos, 2017). Struktur penelitian kualitatif tidak hanya ditafsirkan hanya melalui satu metodologi saja, melainkan ada banyak metodologi yang digunakan dan dipraktikkan oleh para peneliti Penelitian kualitatif berfokus pada representasi tekstual, verbal dan format multifokus, menggunakan rumus penghitungan yang minim.

Menurut definisi lain, penelitian kualitatif dipahami sebagai penelitian yang bertujuan memahami perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan berbagai fenomena lain pada objek penelitian dengan cara deskripsi menggunakan kata dan bahasa pada konteks khusus yang alamiah, dan memanfaatkan berbagai

metode alamiah. Menurut pendapat Satirios Sarantakos, penelitian kualitatif bertujuan untuk menginterpretasi data kualitatif dengan prosedur yang ketat dan berdasarkan pada standar ilmiah (Sarantakos, 2017).

Penelitian merupakan bentuk penelitian deksriptif kualitatif, yang mana penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi atau fenomena pada realitas sosial untuk dijadikan objek penelitian guna mendapatkan pemahaman melalui suatu ciri, karakter, sifat, model, atau tanda dari fenomena tertentu (Bungin, 2000). Hal ini selaras dengan tujuan penelitian, yaitu berupaya mencari makna dan mengidentifikasi fenomena *cancel culture* dengan mengamati respon masyarakat para media sosial @arawindak sebagai aktris pelaku perselingkuhan. Penelitian menggunakan metode analisis wacana, yaitu metode memperoleh pemaknaan terhadap suatu gagasan dengan melakukan analisis mendalam pada suatu pesan komunikasi. Sehingga tujuan dari metode ini adalah mengetahui makna tersembunyi dari lambang yang nantinya diciptakan.

### **1.7.2 Korpus Penelitian**

Korpus penelitian diperoleh dari data teks komentar khalayak pada 5 unggahan yang diambil pada periode tanggal 4 November 2022 sampai 2 September 2023 pada Instagram @arawindak yang menunjukkan adanya tanda tanda terjadinya *cancel culture* dan 2 unggahan sebelum *cancel culture* terjadi yaitu pada

unggahan di tanggal 12 Agustus 2021 pada unggahan poster film Yuni dan unggahan 20 Januari 2022 terkait unggahan kolaborasi bersama *Bazaar Magazine* sebagai data pembanding yang menunjukkan adanya perubahan respons masyarakat kepada Arawinda Kirana sebelum dan sesudah terjadi *Cancel Culture* yang diambil pada periode pengambilan data ditanggal 26 – 30 Mei 2024.

### **1.7.3 Sumber Data**

- a) Sumber data primer yang menjadi data utama penelitian diperoleh melalui data teks komentar khalayak pada 5 unggahan yang diambil pada periode tanggal 4 November 2022 sampai 2 September 2023 pada Instagram @arawindak yang menunjukkan adanya tanda tanda terjadinya *cancel culture*.
- b) Sumber data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, jurnal, buku, dan pemberitaan media yang memiliki relevansi dengan topik yang dibahas pada penelitian

### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu proses memperoleh data melalui buku, jurnal, harian, koran, serta catatan harian beserta catatan waktu dan lokasinya (Sarantakos, 2017). Alasan pemilihan teknik pengumpulan data ini adalah karena analisis berfokus pada deskripsi, identifikasi tren, serta mengetahui frekuensi dan keterkaitan suatu topik.

Dokumentasi dilakukan pada beberapa komentar dari khalayak pada unggahan Instagram @arawindak terutama berfokus pada komentar yang mengarah pada praktik *cancel culture*. Data komentar tersebut kemudian dikumpulkan dalam bentuk tangkapan layar untuk kemudian dianalisis lebih mendalam.

#### **1.7.5 Teknik Analisis Data**

Analisis netnografi merupakan perluasan dari metode penelitian etnografi yang secara khusus digunakan untuk mengamati fenomena atau aktivitas di dunia maya (Sulianta, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk membangun pemahaman mendalam mengenai suatu fenomena yang terjadi pada komunitas virtual atau lebih dikenal dengan istilah netizen, dimana pemahaman diambil dari sudut pandang peneliti sebagai pengamat. Model penelitian yang dirancang untuk menganalisis suatu kajian fenomena pada dunia virtual yang diamati melalui berbagai data baik berupa audio, visual, maupun teks yang merupakan bentuk interaksi dari suatu komunitas virtual (Xie-Carson dkk., 2023).

Pemilihan metode Netnografi disesuaikan dengan tujuan penelitian, dimana tujuan dari penelitian adalah mencari suatu pemahaman mendalam terkait fenomena yang ada di dunia virtual atau internet, atau secara spesifik berupaya untuk menggali pemahaman tentang penerapan *cancel culture* pada media sosial. Pada penelitian, peneliti bertindak sebagai pengamat pasif yang murni mengamati interaksi dan pesan yang ada pada media sosial tanpa terlibat secara aktif dalam interaksi dengan data yang diamati adalah data teks kolom komentar

pengguna Instagram yang dapat diakses secara bebas dari interaksi komunitas. Ada 3 jenis data yang perlu dikumpulkan pada analisis netnografi menurut Kozinetz dalam (Xie-Carson dkk., 2023) , yaitu :

1. Archival Data, adalah data besar yang dikumpulkan peneliti dari interaksi yang terbentuk dari komunitas online. Data yang dikumpulkan nantinya akan melalui proses filter sesuai relevansinya dengan penelitian karena jumlah data cukup banyak
2. Elicited Data, adalah data yang diperoleh dari penalaran peneliti terhadap interaksi yang diamati pada komunitas online
3. Fieldnote Data, adalah catatan lapangan yaitu berbagai hal penting yang ditemukan penulis selama proses dokumentasi.

Terdapat beberapa tahapan dalam melakukan analisis netnografi menurut Kozinetz dalam (Xie-Carson dkk., 2023), diantaranya, :

1. Inisiasi, tahap dimana peneliti mempersiapkan desain dan persiapan awal penelitian
2. Pengumpulan data yang terdiri dari proses investigasi dan *immersion* atau mendalami komunitas.

• **Immersion**, adalah tahap dimana peneliti sebagai pengamat akan mencari berbagai informasi terkait respon masyarakat terhadap kasus perselingkuhan Arawinda Kirana dengan mem- *follow* akun @arawindak dan mengamati keseluruhan teks komentar khalayak

pada 5 unggahan yang diambil pada periode tanggal 4 November 2022 sampai 2 September 2023 pada Instagram @arawindak yang menunjukkan adanya tanda tanda terjadinya *cancel culture* meliputi pemilihan kalimat, penggunaan tanda baca, penggunaan *emoticon* dan interaktivitas komentar.

• **Investigasi**, adalah proses peneliti mengumpulkan data berdasarkan temuan data dari berbagai komentar khalayak pada postingan instagram @arawindak pada 5 unggahan yang diambil pada periode tanggal 4 November 2022 sampai 2 September 2023 pada Instagram @arawindak yang menunjukkan adanya tanda tanda terjadinya *cancel culture*. meliputi tema umum dan aspek tertentu dari komentar yang mengindikasikan adanya *cancel culture*. Investigasi diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam terkait *cancel culture*. Komentar yang digunakan sebagai data penelitian akan disaring dan dikelompokan sesuai dengan gejala terjadinya *cancel culture* baik dalam kalimat persuasi atau ajakan maupun komentar berisi sentimen yang mengarah pada aspek *cancel culture*.

3. Inkarnasi atau penyajian data, dilakukan dengan koding dan pengelompokan menggunakan tabel *mind mapping* terhadap komentar. Pengolahan data dilakukan dengan cara analisis data induksi menggunakan teknik *coding* atau pengkodean. Teknik induksi memungkinkan peneliti untuk membangun suatu penalaran dari hasil

pengamatan yang terkumpul melalui proses dokumentasi yang sudah dilakukan sebelumnya, baik pada teks, grafis maupun data. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik koding.