

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses kehidupan ini tidak dapat terlepas dari aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh setiap individu atau kelompok dalam menjalani kehidupan sehari-hari, aktivitas tersebut dilakukan untuk mencari informasi. Semakin banyak aktivitas komunikasi antara individu satu dengan yang lain, maka akan semakin banyak informasi didapatinya. Aktivitas komunikasi ini dipengaruhi oleh faktor internal dan external, faktor ini akan mempengaruhi berlangsungnya aktivitas komunikasi yang pada akhirnya akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu komunikasi. Bentuk aktivitas komunikasi ini juga dapat dilihat dalam media sosial, dimana komunikasi-komunikasi yang dilakukan memiliki maknanya sendiri serta memunculkan bentuk interaksi yang khas dari masing-masing *platformnya* yang pada akhirnya membentuk sebuah budaya. Salah satunya adalah aktivitas komunikasi yang terjadi di dalam fenomena yang kerap kali menjadi topik pembicaraan masyarakat Indonesia yaitu istilah “*Cancel culture*” *Cancel culture* atau budaya batal ini menjadi sebuah praktik yang populer di media sosial. Dilansir dari CNN Indonesia, psikolog sekaligus tenaga pengajar di Universitas Gadjah Mada, Koentjoro mengatakan bahwa *cancel culture* dan boikot merupakan istilah yang sama. Orang yang berpengaruh dapat seketika di-*cancel* atau ditolak karena dianggap tidak lagi sejalan dengan norma masyarakat.

Cancel culture biasanya digaungkan melalui media sosial, Twitter atau dengan mengajukan petisi.

"Contohnya banyak, mereka yang di-*cancel* ini ya karena tiba-tiba mengeluarkan pernyataan yang menyakiti masyarakat, melakukan kejahatan, atau ya hal-hal seperti itu," kata Koentjoro. (Tim CNN, 2021)

Secara sederhana, *cancel culture* merujuk pada sebuah gagasan “membatalkan” seseorang dengan cara menghilangkan pengaruhnya, mematikan karirnya bahkan dapat menjadi persoalan yang meminta pertanggungjawaban secara hukum oleh pihak yang berkaitan dengannya, hal ini terjadi baik karena perkataan maupun tindakan seseorang yang dianggap menyinggung, tidak menyenangkan serta tidak sesuai dengan nilai atau norma masyarakat. Fenomena ini mungkin bergantung pada seberapa jauh nilai-nilai individu cocok dengan budaya kelompok yang dominan. Dilansir dari New York Post, Dr Jill McCorkel, seorang profesor sosiologi dan kriminologi di Universitas Villanova, mengatakan bahwa *cancel culture* adalah perkembangan dari serangkaian proses sosial yang lebih berani yang dapat kita lihat dalam bentuk pengusiran (boikot), yang telah hadir sepanjang sejarah manusia. *Cancel culture* ini adalah bentuk lain hukuman masyarakat pada seseorang karena berperilaku di luar norma sosial. (Kato, 2021)

Umumnya *Cancel culture* ini dapat menimpa siapa pun, namun dalam beberapa kasus fenomena ini banyak menimpa tokoh-tokoh yang berpengaruh seperti *public figure, influencer* di media sosial, pejabat publik dan lain sebagainya. *Cancel culture* ini biasanya memiliki pola yang diawali ketika seorang *public figure* mengatakan atau melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan norma masyarakat,

kemudian masyarakat menanggapi hal tersebut di media sosial, tentunya respon yang diberikan ada yang bersifat pro dan kontra, namun respon yang kontra ini kian membesar sampai adanya ajakan untuk meng-*cancel public figure* tersebut dengan menyudutkan dan menghancurkan reputasinya. *Cancel culture* ini seperti pisau bermata dua, dalam beberapa kasus, praktik ini mampu menangani hal-hal yang bersifat rasisme, seksisme, dan pelecehan seksual. Namun di sisi lain budaya batal ini membuat sebagian besar masyarakat takut untuk mengutarakan pendapatnya, selain itu korban dapat merasakan berbagai emosi negatif hingga mengganggu kesehatan mentalnya.

Gambar 1. 1
Utas Korban Pelecehan Gofar Hilman Di Twitter



Sumber: www.celebrities.id (Diakses 7 April 2022 pukul 16.46)

Dari berbagai kasus, yang menjadi salah satu contoh *cancel culture* yang menimpa *public figure* di Indonesia yaitu Gofar Hilman. Gofar atau Abdul Gofar Hilman adalah seorang mantan penyiar radio, pengusaha dan presenter, namun

dirinya lebih dikenal sebagai seorang Youtuber. Gofar dituduh melakukan pelecehan seksual terhadap pemilik akun Twitter Quweenjojo alias Syerin. Syerin adalah perempuan dengan nama lengkap Hafsyarina Sufa Rebowo membagikan cerita dirinya dilecehkan oleh Gofar Hilman pada 8 Juni 2021 lalu melalui cuitan Twiternya. Sehari setelah utas tersebut menghebohkan dunia maya, Gofar Hilman tidak tinggal diam. Gofar menanggapi dengan menyangkal tuduhan pelecehan seksual tersebut.

Gambar 1. 2
Tanggapan Gofar Hilman Di Twitter



Sumber: <https://Twitter.com/> (Diakses 7 April 2022 pukul 17.05)

Gofar bahkan berencana akan melimpahkan masalah tersebut ke ranah hukum dengan tuduhan fitnah dan pencemaran nama baik untuk pengakuan Syerin. Meskipun begitu, mayoritas publik mempercayai Syerin karena Syerin mengunggah banyak bukti yang mendukung pernyataannya tersebut, publik juga mengetahui personalitas yang dibangun Gofar sebagai Youtuber “nakal” yang kerap kali membicarakan hal-hal yang terkesan vulgar, melatarbelakangi kepercayaan publik terhadap pengakuan Syerin, sehingga Gofar menjadi bulan-bulanan netizen terutama dalam *platform* Twitter. Atas dugaan kasus tersebut Gofar

pun terkena *cancelling* oleh publik, dan menderita sejumlah kerugian. Banyak sekali kolega bisnis yang memutuskan kerjasamanya dengan Gofar, salah satunya adalah Lawless Jakarta, perusahaan yang bergerak dibidang pakaian, motor, kuliner, dan beberapa bidang lainnya dimana salah satu pendirinya adalah Gofar Hilman. Perusahaan tersebut ikut menanggapi dan mengambil keputusan tegas dalam unggahan *feed* di laman Instagramnya @Lawless_jkt sebagai pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh perusahaan.

“Kami tahu dan memantau isu yang sedang beredar menyangkut nama Gofar Hilman. Kami dari Lawless Jakarta berdiri bersama korban. Mulai hari ini kami menyatakan bahwa Gofar Hilman sudah bukan bagian dari Lawless Jakarta” (Tim Lawless, 2021)

Isu ini merebak dengan sangat cepat di Indonesia, karena mayoritas masyarakat Indonesia mempunyai mobilitas tinggi dan tentunya mengikuti perkembangan zaman, dengan hampir setiap hari daring dan tentunya memakai *gadget* mereka masing-masing memanfaatkan digitalisasi dengan optimal. Perkembangan digitalisasi menjadi salah satu yang mempengaruhi *cancel culture* begitu signifikan dirasakan terutama pada masyarakat urban yang memiliki akses internet. Opini dan pesan disampaikan melalui media sosial yang pertumbuhannya spektakuler. Media sosial kini menjadi alternatif media yang paling mudah dalam mendapat akses informasi atau berita hingga menjadi sarana demokrasi *online* sebagai alat untuk menegakkan keadilan sosial.

Apa itu media sosial? Nasrullah dalam Yulistiyono et al., 2021 Menyebutkan bahwa Media sosial adalah *platform* media yang memfasilitasi eksistensi pengguna dalam beraktivitas atau berkolaborasi. Karena itu media sosial berperan aktif sebagai medium *online* yang mempererat kedekatan

sosial pengguna yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama dengan khalayak ramai secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan, komunikasi dan kerjasama.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi secara terbuka memberikan *feedback*, berbagai komentar, melakukan pemungutan suara serta membagi informasi yang dalam waktu sekejap mampu dibaca berjuta mata. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi, sehingga sedikitpun kesalahan yang dilakukan dalam media sosial dapat menimbulkan problematika yang rumit dan tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh cukup besar terhadap khalayak ramai.

Salah satu bentuk produk dari media sosial yang fenomenal dan sering digunakan oleh masyarakat adalah Twitter. Twitter adalah layanan jejaring sosial dan *mikroblogging* karena membatasi jumlah karakter setiap posting yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, teks ini dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di internet, dan dijuluki dengan “pesan singkat dari internet” Twitter mulai populer pada semester pertama tahun 2009 karena banyak artis terkenal yang menggunakannya (Dan, 2010). Ada banyak alasan mengapa berbagai orang menggunakan Twitter salah satunya mencari

informasi yang sedang hangat dibicarakan publik. Kemudahan dalam berbagi informasi ini sangat berpotensi dan memberikan pengaruh serta dampak pada perilaku atau tindakan pengguna aktif media sosial Twitter.

Berkaitan dengan hal ini, peneliti mengamati bagaimana *platform* Twitter menjadi pengadilan opini publik dimana *cancel culture* berperan terhadapnya. Budaya ini dalam banyak kasus sifatnya tidak permanen, namun aktivitas komunikasi yang dilakukan membentuk pola seruan yang meluas untuk memboikot seseorang, menyebabkan perubahan yang dianggap memberi dampak luas pada banyak orang.

Penelitian terhadap *cancel culture* ini dilakukan, mengingat bagaimana fenomena ini memunculkan sekaligus membalikkan pertanyaan tentang kebebasan untuk berbicara, berpendapat, dan hal-hal yang berkaitan tentang penyensoran bagi masyarakat serta mengawasi dan membatasi seseorang agar tidak keluar jalurnya. Segala sesuatu dengan mudahnya menjadi isu yang besar, hiperbola inilah yang menjadi “perang” besar untuk masyarakat, perdebatan mengenai benar atau salahnya terhadap suatu peristiwa yang sedang terjadi. Beberapa dampak yang muncul dari fenomena ini cukup besar, salah satunya yaitu semakin marak dan rentannya seseorang terkena *cyber bullying* karena berpendapat atau berperilaku berbeda dari kebanyakan orang. Dilansir dari satupersen.net, Chris Natalia dalam jurnal yang diterbitkan tahun 2016 mengatakan bahwa *cyber bullying* akan mengganggu kondisi psikis seseorang, bahkan bisa berdampak menyebabkan memakan korban. Hal ini diakibatkan karena adanya tekanan yang diterima secara

berkepanjangan dan tidak bisa diatasi oleh seseorang yang telah diboikot atau di *cancel* (Rachman, 2021)

Cancel culture sering kali membuat kerugian pada individu lebih besar daripada peristiwa yang sebenarnya. Psikolog dan penulis *How to Build a Healthy Brain*, Kimberley Wilson mengatakan bahwa budaya membatalkan sebenarnya bukan tentang moralitas tetapi tentang dominasi. *Cancel culture* bukan upaya untuk membantu seseorang menjadi lebih baik atau menyadari kesalahannya, tetapi ini adalah upaya untuk mengendalikan. Orang-orang yang melakukan pembatalan tidak memiliki landasan moral yang tinggi (Silverton, 2021)

Fenomena ini telah menjadi topik besar yang diberitakan di berbagai media di dunia seperti Narasi Newsroom, Denver7 News dari Colorado, CNN, CBC News, Fox News dan lain sebagainya. Bahkan Presiden Barack Obama, Putin dan Trump ikut menanggapi fenomena ini.

Penelitian ini dilakukan pada *platform microblogging* Twitter karena Twitter memiliki kekuatan *Hashtag* atau tagar yang luarbiasa dalam menyoroti berita yang sedang ramai dibicarakan masyarakat terutama dalam menyerukan gerakan-gerakan sosial seperti *cancel culture* ini. Kampanye dalam Twitter mampu menghidupkan pendapat yang sama dari dominasi orang, yang diwakili hanya oleh satu *Hashtag* saja. Selain itu, *platform* Twitter juga menjadi *platform* yang digunakan masyarakat pertama kali untuk sebuah gerakan protes para korban pelecehan seksual sejak tahun 2014 dalam tagar #MeToo. Dalam hal inilah peneliti mencoba memahami dan mempelajari struktur dari pikiran mengenai suatu objek yang kita lihat sehingga mampu mendalami esensi suatu fenomena.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah mengenai proses pembentukan **Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini terdiri dari rumusan masalah makro dan mikro.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Dari uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah makro: “Bagaimana Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter?”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Untuk memperjelas fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun rumusan masalah mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana **Ruang Media** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter?
2. Bagaimana **Dokumen Media** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter?
3. Bagaimana **Objek Media** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter?
4. Bagaimana **Pengalaman** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang ditetapkan, maksud yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah, yakni untuk mengetahui, menelaah, mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai bagaimana Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui **Ruang Media** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter.
2. Untuk Mengetahui **Dokumen Media** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter.
3. Untuk Mengetahui **Objek Media** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter.
4. Untuk Mengetahui **Pengalaman** Dari Aktivitas Komunikasi *Cancel Culture* Pada Gofar Hilman Oleh Pengguna Media Sosial Twitter.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengembangan pada kajian ilmu komunikasi khususnya dibidang komunikasi media baru mengenai aktivitas komunikasi dalam

sebuah budaya di media. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian yang berkaitan dengan kajian pendekatan etnografi virtual dan membantu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis, diharapkan dapat memberikan manfaat suatu masukan atau referensi tambahan untuk menjadi pertimbangan kepada banyak pihak. Kegunaan secara praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai bagaimana aktivitas komunikasi terkait *cancel culture* di media sosial mempengaruhi satu sama lain. Peneliti juga mendapat pengalaman dan mampu mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan sebagai mahasiswa khususnya pada bidang ilmu komunikasi.

2. Kegunaan Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berkontribusi untuk mahasiswa Universitas Komputer Indonesia umumnya dan khususnya kepada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi serta sebagai Tinjauan mengenai untuk penelitian serupa.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi masyarakat bahwa dengan meluasnya dampak teknologi komunikasi terutama pada media sosial mampu mengubah perilaku seseorang yang

tercermin dari aktivitas komunikasinya, seperti berkembangnya istilah *cancel culture* yang menghasilkan beberapa efek yang sebagian besar merupakan ancaman verbal. Melalui penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi pengguna media baru agar menggunakannya dengan tujuan yang lebih informatif dan edukatif, sehingga akan berimplikasi pada munculnya gerakan-gerakan sosial yang positif di Indonesia serta dapat memberikan pemahaman dalam mempelajari hal-hal yang menyangkut kajian ilmu komunikasi.