

BAB II. CANCEL CULTURE DI RANAH MEDIA SOSIAL

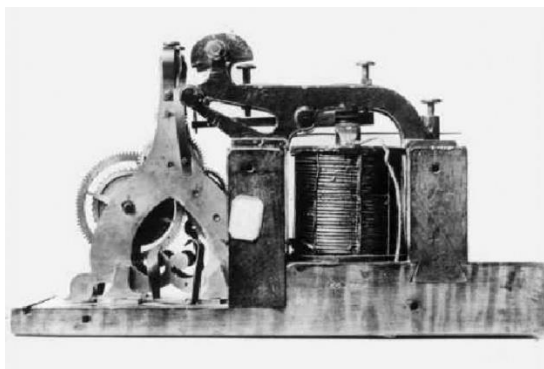
II.1. Media Sosial

II.1.1. Pengertian Media Sosial

Semakin pesatnya perkembangan zaman tentunya membuat teknologi ikut berkembang semakin pesat. Media sosial merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang mengikuti zaman. Media sosial adalah suatu wadah yang membantu untuk berkomunikasi antara dua orang atau lebih. Menurut Ginting et al. (2021), menjelaskan bahwa penyampaian informasi dapat dengan mudah dan juga cepat tersampaikan pada seluruh lapisan masyarakat dengan hadirnya media sosial, tanpa menentukan siapa mereka dan di mana mereka berada.

II.1.2. Sejarah Media Sosial

Jika ditinjau dari sejarahnya, mengutip dari maryville.edu (2020), media sosial dimulai pada 24 Mei 1844. Pesan pertama dikirim oleh Samuel Finley Breese Morse yang juga dikenal sebagai penemu sistem telegraf listrik serta juga penemu kode morse. Pesan elektronik pertama dikirim dari Baltimore ke Washington, D.C. pada saat itu pesan tidak berbentuk tulisan alphabet melainkan berbentuk serangkaian garis dan titik atau dikenal juga dengan sandi morse yang diketik oleh mesin telegraf. Pesan pertama yang pada saat itu bertuliskan *“What hath God wrought?”*



Gambar II.1 Alat Telegraf Listrik
Sumber: internasional.republika.co.id
(Diakses pada 02/05/2023)

Berkembangnya zaman memicu teknologi yang juga ikut semakin berkembang. Fase munculnya media sosial digital saat ini dapat dikatakan bermula pada hadirnya *Advanced Research Project Agency Network* atau disingkat ARPANET yang dibuat oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat, jaringan tersebut dibuat untuk memungkinkan para ilmuwan di empat universitas berbeda dapat saling terhubung guna berbagi perangkat lunak, perangkat keras, dan *database* lainnya pada tahun 1969.

Memasuki era 70-an, Raymond Samuel Tomlinson menciptakan surat elektronik atau lebih akrab disebut dengan *e-mail* tepatnya pada tahun 1971. Pada saat era itu pula mulai ditemukannya sistem papan buletin untuk menghubungkan satu orang ke orang lainnya menggunakan surat elektronik dengan cara mengunggah dan mengunduh *file*. Perkembangan media sosial berlanjut pada tahun 1997 sejak diluncurkannya media sosial bernama SixDegrees.com yang memungkinkan pengguna membuat profil dan mendapatkan teman. Namun kepopuleran SixDegrees tidak bertahan lama sejak kemunculan Friendster pada tahun 2002 yang berhasil menarik jutaan pengguna dengan menggunakan pendaftaran melalui alamat *e-mail* dan jaringan komputer dasar. Platform Friendster yang didirikan oleh Jonathan Abrams sempat *booming* pada masanya dan disebut sebagai awal mula berjayanya media sosial, hal tersebut karena fitur yang disuguhkan Friendster seperti mencurahkan pikiran melalui kolom status, berdiskusi dengan sesama pengguna melalui kolom komentar, membagikan foto, hingga tampilan latar belakang yang dapat diatur sesuai keinginan. Namun sangat disayangkan saat ini Friendster sudah tidak dapat diakses kembali.



Gambar II.2 Tampilan Friendster
 Sumber: detik.com
 (Diakses pada 02/05/2023)

Keeksistensian Friendster dapat tergantikan begitu munculnya media sosial bernama Facebook yang didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Facebook telah dianggap sebagai raksasa media sosial karena media sosial tersebut dapat bertahan hingga sekarang bahkan masih digunakan oleh jutaan orang. Sejak saat itulah semakin banyak media sosial yang bermunculan dengan berbagai fitur yang semakin berkembang dan dapat memudahkan setiap orang dalam berkomunikasi dalam jarak jauh.

II.1.3. Komunikasi di Media Sosial

Manusia merupakan makhluk sosial yang amat erat kaitannya dengan interaksi antar sesamanya. Komunikasi merupakan salah satu cara manusia berinteraksi dengan saling bertukar pesan, baik itu secara verbal maupun nonverbal. Namun begitu, tentu saja komunikasi akan sulit dilakukan jika jarak antara komunikan dan komunikator berjauhan. Maka dari itu hadirilah teknologi media sosial. Media sosial merupakan wadah yang paling populer digunakan untuk membantu komunikasi, baik itu untuk dua orang atau bahkan lebih. Kehadiran media sosial memudahkan pengguna untuk dapat berkomunikasi tanpa harus bertemu secara langsung dengan patnernya.

Media sosial bersifat bebas, siapa saja dapat mengaksesnya dengan mudah. Karena kebebasan bermedia sosial ini, tidak sedikit dari penggunaanya merasa leluasa untuk memberikan opininya dalam menyikapi suatu fenomena yang terjadi di media sosial. Opini-opini yang dikeluarkan tidak hanya bersifat individu, bahkan bisa juga dengan berkelompok yang disebut opini publik. Syahputra (2018) dalam bukunya menjelaskan bahwa opini publik adalah aktivitas di mana seseorang mengekspresikan atau mengomunikasikan apa yang mereka yakini, hargai, serta harapkan dari orang lain untuk kepentingan tersendiri di dalam suatu keadaan. Tidak jarang pula opini yang dikeluarkan bersifat menyudutkan serta menjadikannya ujaran kebencian. Kebebasan bermedia sosial untuk berkomunikasi tentunya harus digunakan dengan sebaik dan sebijak mungkin. Seperti yang dikatakan oleh Watie (2011), menyimpulkan agar dapat dimanfaatkan dengan optimal, komunikasi di media sosial yang bersifat luas dan fleksibel tentunya perlu untuk dikontrol dengan sebaik mungkin.

II.2. Budaya (*Culture*)

II.2.1. Pengertian Budaya

Istilah budaya tentunya sudah tidak asing lagi didengar. Menurut Jenks (2013) dalam bukunya berjudul *culture* menyatakan bahwa Istilah budaya sudah cukup familier di sekitar dan juga dapat digunakan sebagai pemeriksaan secara menyeluruh tentang ‘gaya hidup’, ‘anutan’, ‘ritual’, dan ‘adat istiadat’ suatu masyarakat. Dengan artian lagi budaya merupakan suatu serangkaian tindakan yang cenderung dilakukan oleh sekelompok orang.

II.2.2. Budaya dan Komunikasi

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, manusia merupakan makhluk sosial yang amat memerlukan komunikasi antar sesama, karena sejak lahir manusia telah hidup bersama. Dari sanalah manusia mulai menciptakan sebuah tradisi, cara pandang, perilaku, kebiasaan yang juga disebut sebagai budaya. Bahkan Hanafie (2016) telah menjelaskan bahwa masalah manusia sejatinya tidak lepas dari masalah budaya atau *cultural knowledge* atau disebut juga dengan Humaniora yang memiliki arti sebagai ilmu pengetahuan yang menjadikan manusia lebih manusiawi.

Menurut Bina (2021), dapat disimpulkan bahwa budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, keduanya saling memengaruhi atau dalam beberapa hal perubahan yang terjadi pada satu pihak memengaruhi yang lainnya. Maka dari itu budaya sangat memengaruhi bagaimana cara manusia berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Mengikuti perkembangan zaman, melalui pola pikir yang sama lantas manusia menciptakan istilah budaya baru yang tentunya memiliki tujuan, khususnya pada ranah media sosial di mana di sana manusia dapat lebih bebas berkomunikasi.

II.3. *Cancel Culture*

II.3.1. *Pengertian Cancel Culture*

Cancel culture atau *call out culture* dalam Bahasa Indonesia ada yang menyebutnya juga sebagai budaya pengenyahan, budaya pembatalan, atau boikot massal, namun masyarakat khususnya pengguna media sosial lebih mengenal budaya tersebut dengan istilah *cancel culture*. Pengertian *cancel culture* yang dikemukakan oleh Utami (2022), ialah sebuah *canceling* atau disebut juga *callout culture* adalah istilah yang sering disebutkan di media sosial. Serta menurut Al Fariz, Fadhilah, dan arifin (2020) menjelaskan apa yang dimaksud *cancel culture* atau budaya pembatalan menurutnya yaitu, sebuah ajakan atau hasutan massa untuk mencela suatu individu secara terbuka karena perilakunya yang bermasalah atau pendapat mereka yang berbeda dari mayoritas.

II.3.2. *Sejarah Cancel Culture*

Jika ditinjau dari sejarahnya, *cancel culture* ada bahkan sebelum maraknya media sosial. Dikutip dari The New York Times (2020), pada abad ke-21 tepatnya tahun 2001 sebuah ungkapan baru menyelinap ke dalam Bahasa gaul Cina yaitu "*Ren Rou Sou Sou* (人肉搜索)" yang bila diterjemahkan mengandung arti "*human flesh search*" atau "pencarian daging manusia". Istilah tersebut digunakan untuk menyebut aktivitas sekelompok orang Cina di internet yang menggali informasi baik secara *online* maupun *offline* perihal orang-orang tertentu. Setelah didapat, informasi tersebut kemudian diunggah ke ranah publik. Hal ini bertujuan untuk

mengidentifikasi seseorang yang dicurigai melakukan suatu tindakan yang melenceng dari norma sosial. Setelah itu orang tersebut akan dikecam dan juga dikucilkan.

Jika ditinjau lebih jauh lagi, mengacu pada Vox (2020), istilah *cancel culture* berasal dari candaan misoginis yang berada dalam film berjudul *New Jack City* tahun 1991. Di mana saat itu Wesley Snipes berperan sebagai Nino Brown pada suatu adegan berkata pada kekasihnya, “*Cancel that bitch. I’ll buy another one,*” atau “Batalkan dia, aku akan cari yang baru,” perkataan tersebut dikeluarkan Nino karena pertengkarnya. Frasa tersebut kian menjadi populer, bahkan pada tahun 2010, Lil Wayne seorang penyanyi dan rapper asal Amerika menjadikan frasa tersebut ke dalam liriknya yang berbunyi, “*Yeah I’m single, nigga had to cancel that bitch like Nino*”. Hingga saat ini istilah *cancel* dalam membatalkan atau mengenyahkan seseorang kian semakin populer.

II.3.3. Fenomena *Cancel Culture*

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa media sosial merupakan wadah yang dapat mempermudah manusia dalam hal berkomunikasi. Pola pikir manusia kian berkembang mengikuti pesatnya arus perkembangan zaman. Terlebih disediakannya media sosial sebagai wadah yang dapat mempermudah komunikasi dalam hal bersosialisasi, hal itu kian membuat manusia kian menciptakan budaya baru, salah satunya ialah *cancel culture*. Pada dasarnya *cancel culture* merupakan suatu tindakan pengenyahan bagi seseorang yang dianggap ofensif atau melenceng dari norma sosial sehingga membuat orang tersebut akan merasa tersudutkan. Fenomena ini sering kali dijumpai khususnya di media sosial. Mayasari (2022) pernah menjelaskan bahwa sebuah ciri nyata dari menyebarnya budaya pop dapat dilihat di media sosial. Salah satunya ialah *cancel culture* yang kian menjadi budaya baru yang populer yang juga menyebar melalui internet, media massa, serta televisi.

Manusia merasa bebas untuk mengeluarkan pendapatnya melalui media sosial. Sesuai dengan penuturan Marwati (2018) yang menyimpulkan bahwa semua orang bebas mengekspresikan apapun melalui akun media sosialnya. Atau berita dari situs berita juga dapat dengan mudah dibagikan ke media sosial dan warganet lainnya

dapat mengomentarnya sesuai keinginan mereka. Kebebasan dalam melemparkan opini ini membuat manusia khususnya warganet bebas mengomentari segala aspek orang tersebut. Tidak jarang *cancel culture* menjadi perantara seseorang dapat mengeluarkan ujian kebencian. *Cancel culture* biasanya mengarah pada pesohor atau orang-orang yang telah dikenal oleh khalayak ramai. Biasanya budaya ini dilakukan tidak hanya oleh satu individu saja, melainkan bersifat kelompok. Orang-orang akan menyalahkan dan menyudutkan pesohor yang dianggapnya telah melenceng dari norma sosial sehingga terciptalah pengenyahan bagi pesohor tersebut atas kesalahannya.

II.3.4. *Cancel Culture* di Media Sosial

Sudah tidak dipungkiri lagi bahwa saat ini media sosial menjadi sarana dalam berkomunikasi. Terlebih karena media sosial dapat mempermudah akses komunikasi sehingga komunikan dan komunikator tidak harus lagi bertemu hanya untuk sekadar berbicara, berdiskusi dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan komunikasi. Media sosial juga merupakan wadah yang bersifat bebas dalam mengungkapkan suatu pendapat. Karena sifatnya yang bebas, orang-orang lebih leluasa dalam memberikan komentar terhadap suatu isu yang ditemukan. Terlebih ketika ditemukannya suatu tindakan yang dianggap melenceng dari norma sosial, orang-orang akan mengemukakan rasa tidak sukanya sebagai reaksi akan isu yang ditemukannya yang berujung terciptanya pengenyahan atau *cancel culture*. Karena media sosial memiliki jangkauan akses yang sangat luas, tentunya tindakan dalam mengenyahkan orang akan sangat mudah menyebar. Hal ini yang melandaskan bahwa fenomena *cancel culture* lebih mudah ditemukan di media sosial.

II.3.5. *Cancel Culture* dan Ujaran Kebencian

Cancel culture kerap kali disamakan dengan *hate speech* atau ujaran kebencian. Jika dilihat dengan sekilas keduanya tampak mirip namun jika ditelaah lebih dalam baik *cancel culture* maupun ujaran kebencian memiliki makna dan tujuan yang berbeda. *Cancel culture* biasanya dilakukan secara berkelompok dengan tujuan untuk memberikan hukuman pada seseorang yang dianggap melakukan kesalahan atau melawan norma. *Cancel culture* didefinisikan sebagai mengucilkan atau

melecehkan individu tertentu di media sosial, dan hal tersebut dilakukan secara bersama-sama (Jannatania dkk. 2022). Biasanya *cancel culture* ini didasarkan atas rasa tidak suka terhadap suatu perilaku ofensif yang diyakini seharusnya tidak dilakukan. Sementara itu *hate speech* atau ujaran kebencian adalah sebuah perilaku yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok untuk melempar hinaan kepada seseorang. Ujaran kebencian atau *hate speech* adalah segala bentuk komunikasi yang menghasut, memprovokasi, atau menghina individu atau kelompok karena berbagai alasan seperti ras, warna kulit, etnis, jenis kelamin, disabilitas, orientasi seksual, atau asal negara dan lainnya (Marwati 2018). Berbeda dengan *cancel culture* yang dilakukan ketika menemukan seseorang melakukan tindakan menyimpang, *hate speech* justru dilakukan kapan saja atas dasar rasa tidak suka atau benci kepada seseorang yang ditargetkan. Faktor umum yang mendorong pelaku kejahatan untuk melakukan kejahatan adalah faktor internal, psikologis atau kejiwaan pelaku, dan kekuatan emosional yang kuat (Zulkarnain 2020). Dengan kata lain *cancel culture* terjadi atas adanya sebab akibat sedangkan *hate speech* dapat terjadi tanpa sebab. Namun jika ditelaah dari fenomena yang sudah terjadi, tidak sedikit dari warganet yang menyelipkan *hate speech* atau ujaran kebencian sebagai bentuk respons dari *cancel culture*. Hal itulah yang menyebabkan masyarakat memiliki pandangan bahwa *cancel culture* dan *hate speech* merupakan hal yang serupa. *Cyberbullying* kini dianggap sangat sepele terjadi di Indonesia karena masyarakat menganggap ujaran kebencian hanya sebagai kritik atau nasihat. hingga akhirnya, banyak warganet mengambil tindakan *cancel culture* ini, yang justru sangat mempengaruhi reputasi mereka (Alycia 2022). Saat ini *cancel culture* dijadikan sebagai dalih untuk menyalurkan rasa kebencian terhadap suatu objek atau bahkan untuk menuntaskan rasa emosionalnya tersendiri saat berhasil menjatuhkan seseorang. Padahal bentuk respons dari perilaku *cancel culture* dapat dilakukan tanpa harus melontarkan ujaran kebencian pada seseorang.

II.3.6. *Cancel Culture* di Mata Hukum

Karena *cancel culture* di Indonesia merupakan fenomena yang terbilang belum cukup familiar diketahui oleh masyarakatnya, maka dari itu hingga saat ini masih belum ada pernyataan hukum yang spesifik mengenai budaya tersebut terlebih bagi

para pelakunya. Namun mengingat bahwa *cancel culture* memiliki berbagai macam respons yaitu termasuk ujaran kebencian yang mengarah pada *cyberbullying*, Indonesia telah memiliki peraturan yang tertulis melalui hukum tepatnya pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (“UU ITE”) tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Pada Undang-Undang tersebut telah tertulis mengenai peraturan dilarangnya berkomentar yang menjurus ke pencemaran nama baik di media sosial. Sesuai dengan Pasal 27, ayat (3) *Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Indonesia), bahwa “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”. Mengenai hukuman bagi pelaku tindakan tersebut juga telah tertulis di Pasal 45, ayat (3) *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Indonesia), bahwa:

Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah).

Selain itu, dilarangnya dalam melemparkan berita bohong dan ujaran kebencian juga telah diatur pada Pasal 28, ayat (1) *Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Indonesia), bahwa “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”, juga pada ayat (2) yang berbunyi, “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)”. Mengenai hukuman bagi pelaku tindakan tersebut juga telah tertulis di Pasal 45A, ayat (1) *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Indonesia), bahwa:

“Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Juga tertulis pada ayat (2) yang berbunyi:

“Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

Dari Undang-Undang yang telah ditetapkan berikut, maka dipastikan bahwa meskipun Indonesia belum memiliki aturan mengenai fenomena *cancel culture* secara spesifik, namun Indonesia telah memberikan aturan hukum yang tegas terkait tindakan tercela seperti pencemaran nama baik, penyebaran berita bohong, dan ujaran kebencian di media sosial. Hal tersebut merupakan bentuk respons dari *cancel culture* yang sering dijumpai di media sosial. Indonesia tidak segan akan memberikan hukuman berupa tindak pidana serta denda dengan nominal yang telah ditentukan jika hal tersebut terjadi.

II.3.7. Dampak *Cancel Culture*

Menurut Anjarini (2020), mengatakan bahwa konsekuensi dari pembatalan itu sendiri berkisar dari penolakan paparan media massa dan digital, pembatalan iklan, dan pembatalan kontrak kerja. Jika dilihat dari dampaknya, bagaikan sebuah koin yang memiliki dua sisi, *cancel culture* merupakan sebuah fenomena budaya yang memiliki sisi baik dan juga buruk. Kedua sisi tersebut tergantung ke mana *cancel culture* diarahkan dan bagaimana digunakan. Meskipun *cancel culture* lebih sering terjadi di media sosial, namun dampak yang terjadi dari fenomena tersebut dapat memengaruhi kehidupan nyatanya. Sam, Naser, dan Hassan (2022) berpendapat bahwa, *cancel culture* mempersulit para pihak untuk menyatakan pendapatnya secara bebas karena takut dibatalkan. Karena *cancel culture* biasanya ditujukan untuk pesohor, tentu saja hal tersebut akan berdampak pada nama baik dan karir. *Image* yang telah dibangun akan rusak seketika, seseorang akan kehilangan kepercayaan publik sehingga akan sulit untuk memberikan pengaruh kembali di

ruang nyata ataupun digital. Seseorang yang terkena *cancel culture* akan dikucilkan bahkan tidak sedikit ujaran kebencian yang ikut diterimanya juga. Hal tersebut pada akhirnya dapat berisiko pada masalah psikologisnya bahkan jika terlalu parah dapat memicu keinginan untuk bunuh diri. Dikutip dari laman alodokter.com (2022), bahwa *cancel culture* menjadikan korban terasa terasingkan, terpinggirkan, dan kesepian. Korban mungkin berisiko lebih tinggi mengalami gangguan kecemasan, depresi, dan bunuh diri.

Selain itu, *cancel culture* juga memiliki dampak positif jika digunakan semestinya. Budaya tersebut dapat dijadikan sebagai sarana hukuman bagi seseorang yang benar-benar melakukan tindakan tercela di luar jalur hukum. Dapat meningkatkan kesadaran orang-orang agar lebih berhati-hati dalam melakukan suatu tindakan terlebih jika dirinya merupakan seorang pesohor yang tentu perilakunya dipertontonkan oleh banyak orang. *Cancel culture* juga dapat membantu korban pada isu-isu seperti kekerasan seksual dalam bersuara untuk melawan pelaku. *Cancel culture* meningkatkan kesadaran publik tentang suatu isu dan membantu para korban ketidakadilan berbicara bersama untuk mencapai keadilan (Mayasari 2022). Maka dari itu pentingnya literasi dalam menanggapi sebuah isu yang beredar terutama pada media sosial untuk menelusuri kebenaran isu yang diperbincangkan agar *cancel culture* dapat dilakukan dengan baik dan tidak menimbulkan korban salah sasaran. Fenomena ini dapat memberikan ruang bagi pengguna untuk menyampaikan pendapatnya terhadap sesuatu yang dianggap ofensif dan bermasalah, namun juga dapat merugikan orang lain jika informasi yang diberikan belum dipastikan kebenarannya (Mayasari 2022).

II.3.8. Kasus *Cancel Culture* di Luar Negeri

Perkembangan zaman yang semakin *modern* menimbulkan fenomena *cancel culture* yang juga semakin marak terjadi terlebih di media sosial, yang di mana kasus-kasus dapat mudah tersebar dan ditemukan melalui *trending topic*. Terlebih fenomena ini kerap disasarkan kepada korban yang seharusnya tidak menerima pengenyahan tersebut. Sebagai contoh kasus *cancel culture* yang pernah terjadi yaitu menimpa seorang aktor bernama Johnny Depp. Aktor asal Amerika ini terjerat

dugaan penganiayaan kepada Amber Heard, saat menjadi istrinya pada saat itu. Ia dituduh melakukan KDRT sehingga ia mengalami *cancel* oleh publik. Ujaran kebencian juga dilayangkan pada aktor tersebut sehingga membuat karir dan popularitasnya hancur. Tidak hanya itu, fenomena *cancel culture* juga terjadi di Negara Korea Selatan. Korea Selatan dikenal sebagai negara dengan industri hiburannya yang keras. Mereka menjunjung tinggi moral kepada pesohor karena dianggap sebagai contoh panutan bagi masyarakat. *Cancel culture* yang terjadi pada tokoh publik Korea Selatan yaitu menimpa aktor bernama Kim Seon Ho. Aktor asal Negeri Ginseng ini mendapatkan popularitas melejit seusai membintangi drama berjudul Hometown ChaChaCha seketika mendapat hujatan bertubi-tubi dari *netizen* Korea atau kerap disebut *K-netz*, setelah Kim Seon Ho tersandung skandal atas pemaksaan aborsi pada mantan kekasihnya. Berbagai *brand* yang menampilkan wajah Kim Seon Ho sebagai bentuk promosi, seketika menghapus poster iklan tersebut. Namun beruntungnya, *cancel culture* yang dialami aktor Kim Seon Ho tidak berangsur begitu lama, kepercayaan publik padanya perlahan kembali setelah media Korea bernama Dispatch membeberkan fakta sebenarnya di balik skandal yang menimpa aktor tersebut.

II.3.9. Kasus *Cancel Culture* di Dalam Negeri

Tidak hanya di luar negeri, fenomena budaya pengenyahan atau *cancel culture* ini juga telah menyebar di dalam negeri. Salah satu kasus yang terjadi yaitu menimpa *influencer* bernama Rachel Vennya. Ia mendapatkan *cancel* dari publik setelah aksisnya yang ketahuan kabur dari masa karantina di Wisma Atlet Kemayoran selepas perjalanannya dari luar negeri. Masa karantina yang ditetapkan pemerintah yaitu selama 8 hari, akan tetapi Rachel hanya menjalankan masa karantainya selama 3 hari setelah itu ia diketahui kabur yang dibantu oleh oknum TNI. Tentu saja aksinya tersebut mendapat banyak kecaman dari warganet, terlebih pada saat itu pandemi COVID-19 tengah melonjak di Indonesia.

Tidak hanya pada Rachel Vennya, penyanyi dangdut bernama Saipul Jamil merupakan salah satu kasus *cancel culture* yang berhasil diterapkan di Indonesia. Ia mendapatkan petisi dari masyarakat agar memboikot Saipul Jamil tampil di

televisi nasional dan youtube. Hal itu disebabkan karena sebelumnya Saipul Jamil menjadi narapidana dengan terjerat kasus pedofilia terhadap anak di bawah umur. Masyarakat menilai bahwa tidak pantas seorang pelaku pencabulan tetap eksis di stasiun televisi nasional yang dapat ditonton oleh banyak orang. Pada akhirnya, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memutuskan untuk memboikot Saipul Jamil dari televisi nasional.



Gambar II.3 Petisi boikot Saipul Jamil

Sumber: <https://cdn-2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/petisi-boikot-saipul-jamil-dari-siaran-tv-masuk-daftar-trending-di-twitter.jpg>
(Diakses pada 30/05/2023)

Tidak hanya cukup sampai itu, *cancel culture* juga pernah menimpa Rizky Billar atas tindakan KDRT kepada sang istri yaitu Lesti Kejora. Kasus ini sempat menjadi perbincangan hangat di media sosial mengingat bahwa pasangan tersebut dikenal dan digemari oleh banyak orang.

II.4. Data dan Analisis

II.4.1. Data Wawancara

Wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data berupa informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Teknik analisis ini dilakukan dengan sebuah percakapan antara pewawancara dan orang yang diwawancarai atau sering disebut dengan istilah narasumber. Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi dari sudut pandang seorang ahli mengenai penelitian terkait.

Wawancara pada penelitian ini dilakukan bersama narasumber seorang antropolog budaya bernama Neneng Yanti Khozanatu Lahpan, M.Hum., Ph.D. berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diperoleh bahwa *cancel culture* merupakan sebuah fenomena yang baru masuk ke Indonesia. Istilah *cancel culture* mulai marak dikenal dan populer di Indonesia ketika mulai dekat dengan industri hiburan Korea Selatan, karena Korea Selatan merupakan negara yang kerap kali menggunakan budaya tersebut untuk seorang pesohor ketika melakukan suatu kesalahan. *Cancel culture* telah lama populer di Korea Selatan karena negara tersebut menjunjung tinggi nilai moral dan juga persaingan dunia hiburannya yang begitu ketat. Pesohor di Korea Selatan diharuskan untuk menjaga persoalan pribadi serta berhati-hati untuk tampil di publik. Sebab jika tertangkap melakukan kesalahan sedikitpun, hal tersebut akan menjadi senjata untuk dirinya yang dapat membuat *cancel culture* terjadi. Dikarenakan budaya tersebut sangat kuat di Korea Selatan.

Sebetulnya ada pengaruh dari Korea Selatan bagaimana Indonesia mulai mengenal fenomena *cancel culture*. Mengingat bahwa banyak sekali orang Indonesia yang menggemari industri hiburan sana seperti drama Korea hingga ranah musiknya atau kerap kali disebut *K-pop*. *Netizen* Indonesia mulai menyadari akan budaya tersebut terlebih pada lingkup media sosial yang di mana suatu informasi akan lebih mudah dan cepat untuk menyebar ketika seorang pesohor tertangkap melakukan kesalahan. Namun sangat disayangkan media di Indonesia masih belum menyadari akan budaya tersebut, mereka justru akan tetap memberikan panggung kepada pesohor yang melakukan kesalahan dan akan berhenti jika ada desakan dari warganet yang kuat. Bahkan mirisnya di Indonesia justru banyak yang memanfaatkan *cancel culture* karena kejelekannya sebagai ajang untuk menaikkan popularitas.

Cancel culture memiliki sisi baik dan juga buruk. Budaya tersebut baik dijalankan jika digunakan sebagai kontrol sosial terlebih kepada pesohor yang perilakunya akan disorot oleh banyak orang terutama oleh penggemar. Sehingga seorang pesohor senantiasa dapat menjaga perilakunya yang nantinya dapat terhindar dari fenomena *cancel culture*. Sisi negatif dari budaya tersebut dapat mengakibatkan menyempitnya ruang komunikasi. Misalnya, seseorang yang diduga melakukan

kesalahan akan dienyahkan oleh warganet. Begitu pula dengan kasus yang menyimpannya akan tersebar luas dan menjadi viral. Namun begitu orang tersebut melakukan klarifikasi akan tuduhan yang menyimpannya justru tidak akan mendapat perhatian sebesar kasusnya yang telah menyebar luas. Cap buruk pada orang tersebut akan masih menempel pada jati dirinya. Sebab kebanyakan orang lebih senang membaca suatu hal negatif ketimbang dengan hal positif.

Cancel culture lebih sering terjadi di media sosial karena media sosial bersifat bebas dan memiliki jangkauan lebih luas dalam menjangkau *audience*. Terlebih pengguna media sosial pada masa *modern* saat ini menjangkau hampir di semua kalangan usia. Media sosial bahkan menjadi alat komunikasi dari industri hiburan hingga dunia politik.

Untuk menyikapi fenomena *cancel culture* yang mulai marak terjadi adalah dengan meningkatkan tingkat literasi terutama pada bidang digital atau disebut dengan literasi digital. Dengan literasi yang rendah, hal tersebut dapat mengakibatkan orang-orang ramai menyimpulkan suatu permasalahan sebelum mencari tahu terlebih dahulu akan kebenaran, yang berujung terjadinya budaya pengenyahan disertai dengan ujaran kebencian.

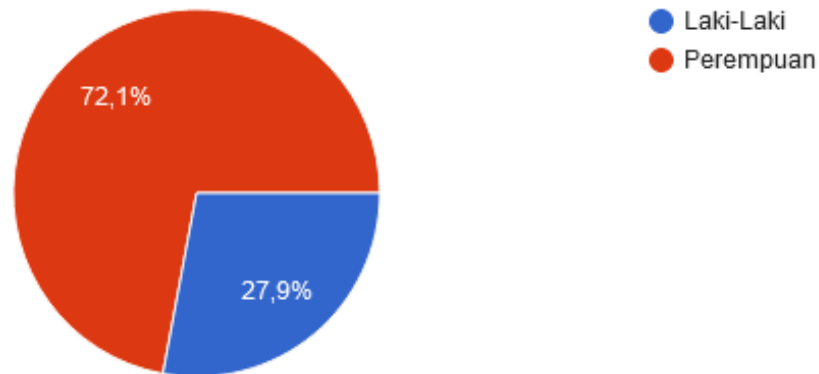
II.4.2. Data Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data dalam menyusun sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada orang-orang yang disebut responden yang nantinya akan dijawab. Ada dua jenis pertanyaan pada kuesioner, yaitu pertanyaan tertutup di mana kuesioner telah disediakan jawabannya, dan pertanyaan terbuka di mana jawaban belum disediakan sehingga responden dapat menjawab kuesioner dengan bebas.

Analisis kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode pertanyaan tertutup sehingga responden telah disediakan jawabannya sehingga dapat memilih secara langsung. Kuesioner ini ditujukan untuk orang-orang yang

sering menggunakan media sosial. Analisis kuesioner ini dilakukan guna mengetahui perilaku dan pengetahuan orang-orang terkait fenomena *cancel culture* yang kerap terjadi di media sosial. Berikut merupakan hasil kuesioner yang telah dijawab oleh 68 responden.

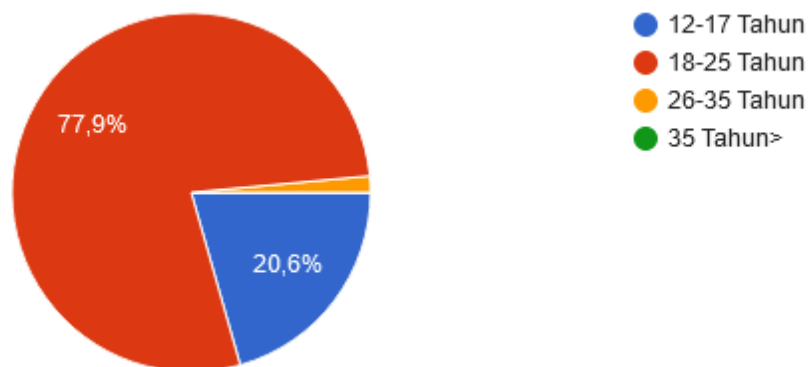
- Pertanyaan pertama yaitu untuk mengetahui jenis kelamin responden.



Gambar II.4 Data jenis kelamin responden
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 72,1% dan yang berjenis kelamin laki-laki hanya sebanyak 27,9%.

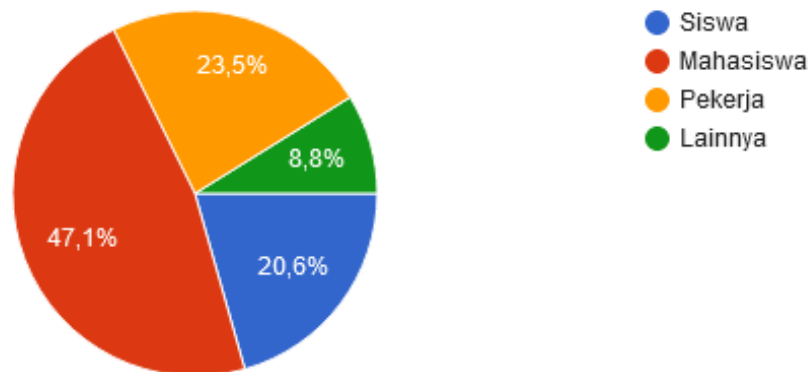
- Pertanyaan kedua yaitu untuk mengetahui usia responden.



Gambar II.5 Data usia responden
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 18-25 tahun yang sebanyak 77,9%. Kemudian sisanya berusia 12-17 tahun sebanyak 20,6% dan 26-35 tahun sebanyak 1,5%.

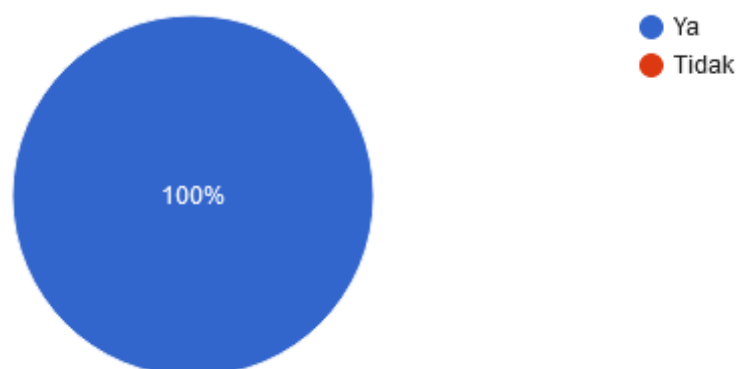
- Pertanyaan ketiga yaitu untuk mengetahui status responden.



Gambar II.6 Data status responden
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa kebanyakan responden memiliki status sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 47%, selanjutnya responden berstatus pekerja sebanyak 23%, lalu responden berstatus siswa sebanyak 20,6%, dan sisanya ada pada lainnya sebanyak 8,8%.

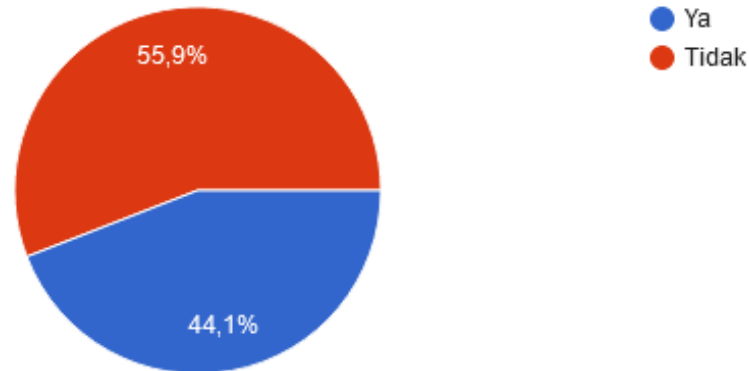
- Pertanyaan keempat yaitu apakah anda suka bermain media sosial?



Gambar II.7 Data responden bermain media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa seluruh responden suka bermain media sosial saat ini.

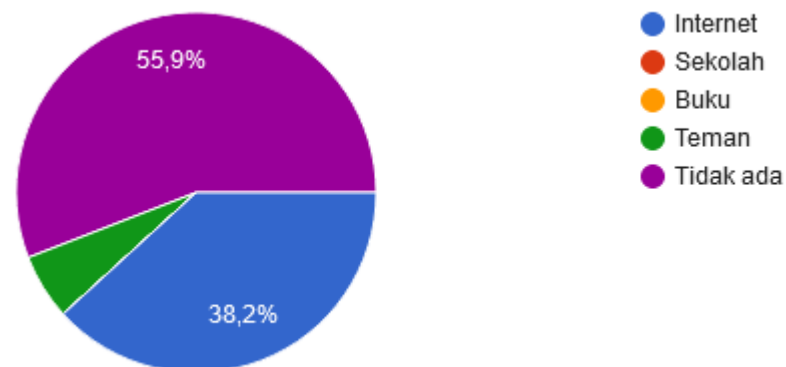
- Pertanyaan kelima yaitu apakah anda mengetahui mengenai istilah *cancel culture* di media sosial?



Gambar II.8 Data responden mengetahui istilah *cancel culture* di media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang mengetahui istilah *cancel culture* sebanyak 44,1% dan yang tidak mengetahui sebanyak 55,9%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tidak mengetahui perihal istilah *cancel culture*.

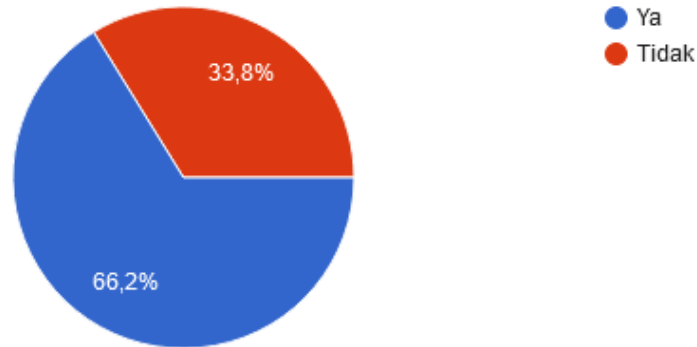
- Pertanyaan keenam yaitu dari mana anda mendapatkan informasi mengenai *cancel culture*?



Gambar II.9 Data responden memperoleh informasi *cancel culture*
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang mendapatkan informasi dari internet sebanyak 38,2%. Responden yang mendapatkan informasi dari teman sebanyak 5,9%. Sisanya dan mayoritas justru responden tidak mendapatkan informasi dari mana pun sebanyak 55,9%.

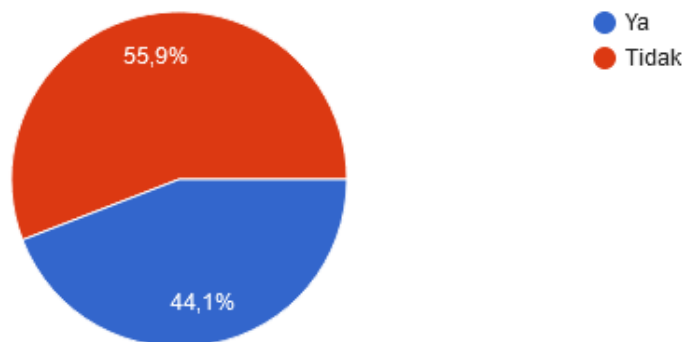
- Pertanyaan ketujuh yaitu apakah anda mempunyai akun anonim di media sosial?



Gambar II.10 Data responden mempunyai akun anonim di media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki akun anonim di media sosial sebanyak 66,2% dan yang tidak memiliki akun anonim sebanyak 33,8%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki akun anonim di media sosial.

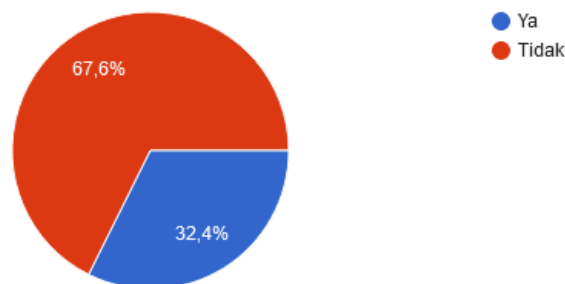
- Pertanyaan kedelapan yaitu apakah anda suka memberi komentar di media sosial?



Gambar II.11 Data responden suka memberi komentar di media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang suka memberi komentar di media sosial sebanyak 44,1% dan yang tidak suka memberi komentar sebanyak 55,9%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang tidak suka memberikan komentar di media sosial ketimbang yang suka memberikan komentar.

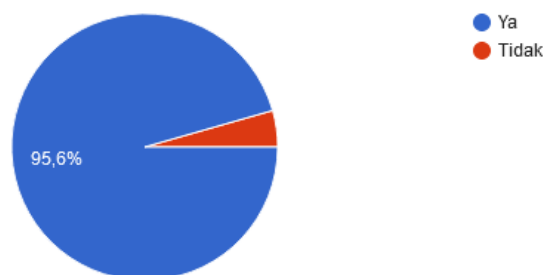
- Pertanyaan kesembilan yaitu apakah anda pernah memberikan komentar kontra kepada suatu postingan di media sosial?



Gambar II.12 Data responden pernah memberikan komentar kontra kepada suatu postingan di media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang pernah memberikan komentar kontra pada postingan di media sosial sebanyak 32,4% dan yang tidak pernah memberikan komentar kontra sebanyak 67,6%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa lebih sedikit responden yang pernah memberikan komentar kontra pada suatu postingan di media sosial.

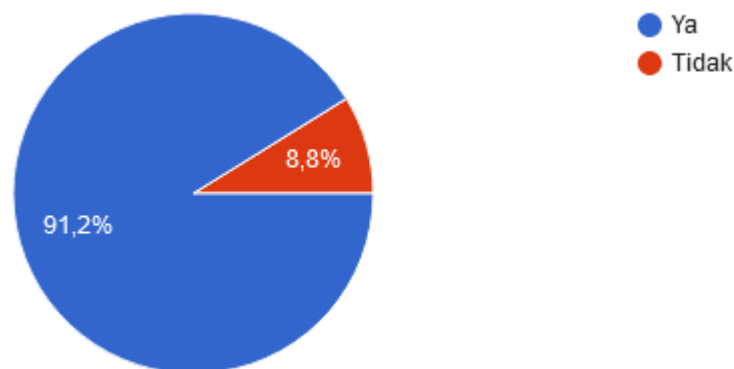
- Pertanyaan kesepuluh yaitu apakah anda sering melihat ujaran kebencian di media sosial?



Gambar II.13 Data responden sering melihat ujaran kebencian di media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang sering melihat ujaran kebencian di media sosial sebanyak 95,6% dan yang tidak sering melihat ujaran kebencian sebanyak 4,4%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden sering melihat ujaran kebencian yang terdapat di media sosial. Dari data ini juga dapat diketahui bahwa maraknya ujaran kebencian yang terdapat di media sosial.

- Pertanyaan kesebelas yaitu apakah anda pernah menemukan seseorang diboikot atau dienyahkan atas perilakunya di media sosial?



Gambar II.14 Data responden pernah melihat seseorang diboikot di media sosial
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner di atas, dapat diketahui bahwa responden yang pernah menemukan seseorang diboikot di media sosial sebanyak 91,2% dan yang tidak pernah menemukan seseorang diboikot sebanyak 8,8%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden menemukan kasus seseorang pernah diboikot di media sosial atas perilakunya.

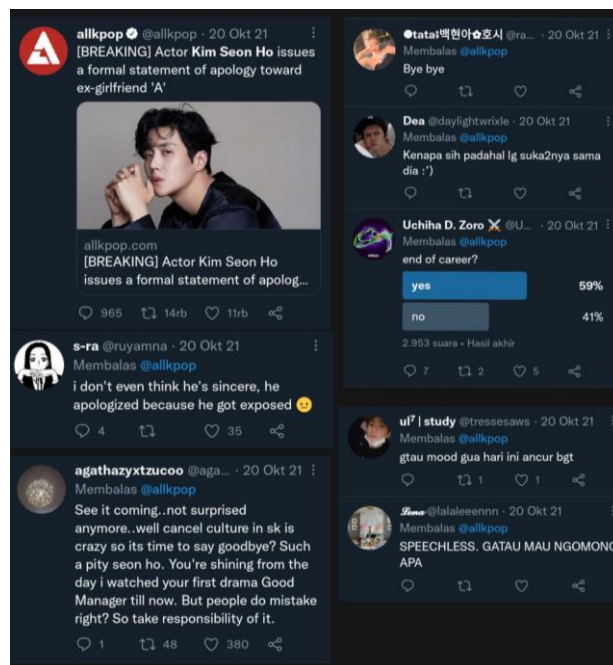
Kesimpulan dari hasil keseluruhan analisis kuesioner yang dilakukan mengenai *cancel culture* berdasarkan jawaban responden yaitu masih banyak yang belum mengetahui istilah fenomena *cancel culture* yang marak terjadi di media sosial, meskipun ciri-ciri fenomena tersebut sering dijumpai di sekitar seperti ujaran kebencian, dan kasus diboikotnya seseorang.

II.4.3. Data Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pencarian data dengan cara melakukan suatu pengamatan terhadap suatu objek, baik itu bersifat individu maupun kelompok. Biasanya observasi dilakukan untuk mengetahui suatu perilaku atau kondisi mengenai objek yang diteliti yang nantinya dapat mendukung jalannya suatu penelitian.

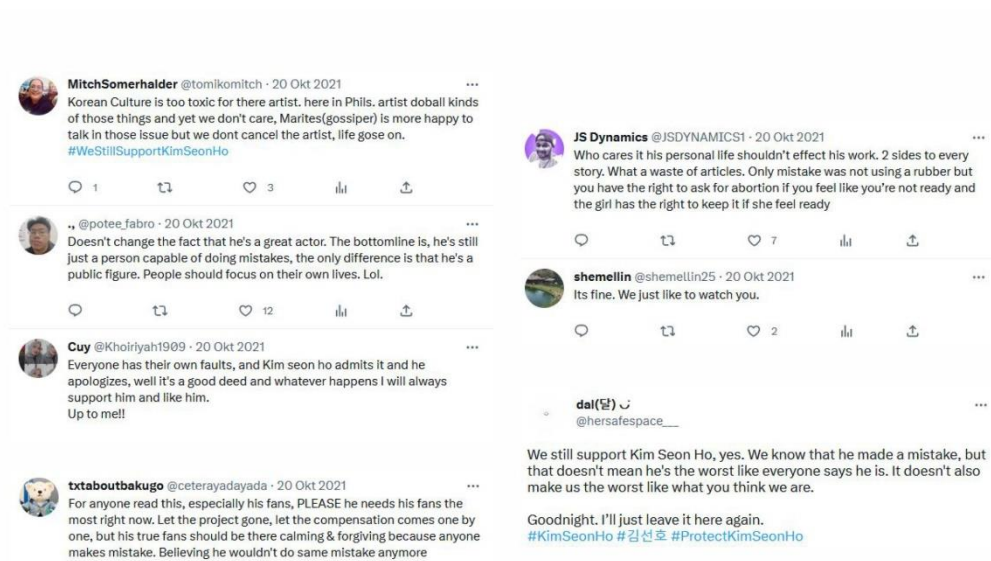
Analisis observasi yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati perilaku orang-orang di media sosial dalam menghadapi suatu isu yang dianggap menyimpang dari norma sosial.

Kasus pertama yaitu yang menimpa seorang aktor asal Korea Selatan, Kim Seon Ho. Pada Oktober 2021 silam, aktor tersebut tersandung skandal atas dugaan pemaksaan aborsi pada mantan kekasihnya. Awal mula dari munculnya kasus tersebut masih menimbulkan tanda tanya akan kebenarannya, namun begitu sang aktor mengeluarkan permintaan maaf atas masa lalunya, warganet kian memberikan berbagai macam reaksi.



Gambar II.15 Reaksi warganet pada kasus Kim Seon Ho
Sumber: <https://twitter.com/allkpop/status/1450629452413743105?t=X-a0POQZa954Xd1Eukb6tA&s=19>
(Diakses pada 24/01/2023)

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa berbagai macam reaksi warganet saat menghadapi sebuah isu yang menimpa seorang tokoh publik. Tidak sedikit yang mengungkapkan rasa kecewanya atas tindakan yang dilakukan Kim Seon Ho terlebih dia merupakan seorang aktor terkenal yang banyak digemari oleh orang-orang yang bahkan pada saat itu karirnya sedang memuncak karena perannya sebagai Hong Du Sik dalam serial drama Hometown ChaChaCha berhasil menarik perhatian banyak orang.



Gambar II.16 Reaksi lain warganet pada kasus Kim Seon Ho
 Sumber: <https://twitter.com/allkpop/status/1450629452413743105?t=X-a0POQZa954Xd1Eukb6tA&s=19>
 (Diakses pada 09/05/2023)

Selain reaksi negatif, beberapa warganet juga memberikan reaksi positif terhadap Kim Seon Ho dan memilih untuk tetap mendukungnya di tengah kasus yang menimpa sang aktor. Tidak hanya di kalangan warganet, skandal yang menimpa aktor Kim Seon Ho juga berdampak pada karirnya.

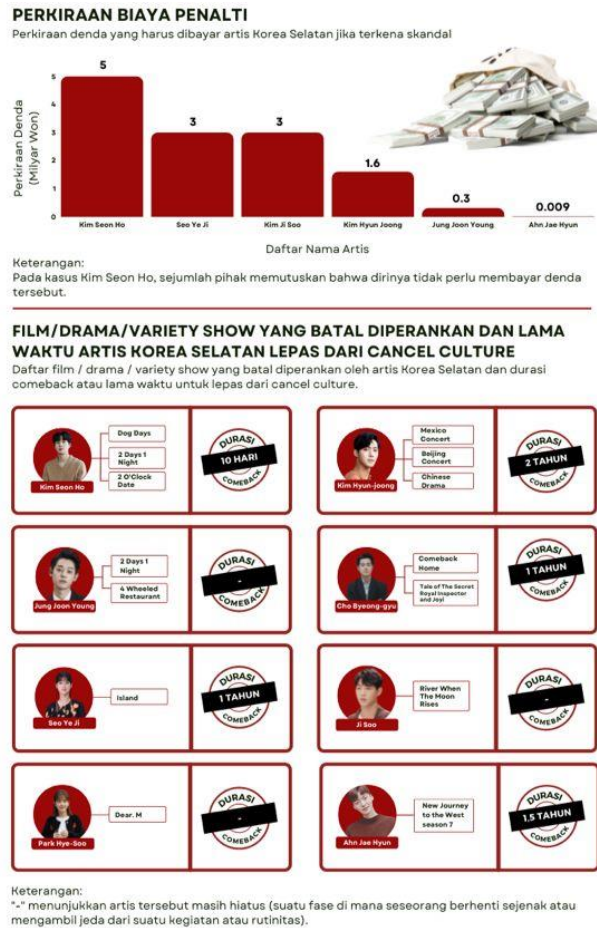


Gambar II.17 Dampak kasus Kim Seon Ho
 Sumber: <https://instagram.com/panncafe?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 (Diakses pada 24/01/2023)

Beberapa *brand* dan iklan yang semula menggunakan nama dan foto Kim Seon Ho sebagai bahan promosi, satu per satu mulai menghapusnya. Mereka beranggapan bahwa citra Kim Seon Ho sudah tidak baik untuk mengiklankan produknya. Acara-acara yang semula dibintangi oleh aktor tersebut harus membatalkannya atau bahkan mengeluarkannya atas desakan dari warganet.

Sudah tidak dipungkiri lagi bahwa *cancel culture* di Korea Selatan sangatlah keras begitu suatu skandal menimpa salah satu artisnya. Budaya ini pula merambah ke berbagai negara dan tidak hanya di Korea Selatan. Terlebih skandal tersebut menimpa suatu tokoh publik yang dikenal di berbagai negara seperti aktor Kim Seon Ho sehingga banyak kalangan penggemar dari luar sana yang juga ikut memberikan reaksinya bahkan ikut mengenyahkannya. Perasaan kecewa yang mendominasi penggemar menimbulkan reaksi terkejut tidak menyangka atas isu yang dihadapi dan mau tidak mau ikut membatalkan atau mengenyahkan sang artis. Meskipun begitu, setelah berdebatan yang cukup panjang pada akhirnya skandal

yang menimpa Kim Seon Ho terbukti tidak bersalah sehingga karir sang aktor perlahan mulai kembali.



Gambar II.18 Daftar artis Korea yang mengalami *cancel culture*

Sumber:

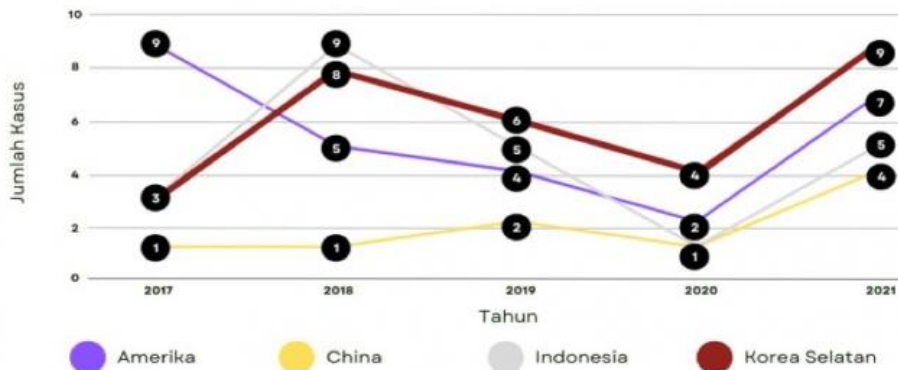
<https://www.kompasiana.com/catatanmovie19109/619e628662a7047f080660d2/cancel-culture-fenomena-boikot-di-berbagai-negara-berakibat-denda-hingga-puluhan-milyar-rupiah>

(Diakses pada 05/05/2023)

Menurut data di atas, bahkan Kim Seon Ho merupakan artis Korea Selatan yang dapat dibilang sangat cepat kembali pada aktivitas di ranah hiburannya dan terbebas dari angan-angan *cancel culture*, mengingat bahwa Korea Selatan merupakan negara menerapkan budaya tersebut dengan begitu keras pada artisnya. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik perbandingan yang telah dibuat oleh Kompasiana mengenai *cancel culture* di empat negara.

PERBANDINGAN KASUS CANCEL CULTURE DI 4 NEGARA

Perbandingan jumlah kasus cancel culture di beberapa negara berdasarkan data 5 tahun terakhir (2017 - 2021).



Gambar II.19 Perbandingan *cancel culture* di beberapa Negara

Sumber:

<https://www.kompasiana.com/catatanmovie19109/619e628662a7047f080660d2/cancel-culture-fenomena-boikot-di-berbagai-negara-berakibat-denda-hingga-puluhan-milyar-rupiah> <https://instagram.com/panncafe?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Diakses pada 05/05/2023)

Dapat dengan jelas terlihat bahwa dalam lima tahun terakhir, Korea Selatan telah mencatat tingkat kasus *cancel culture* yang tertinggi. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada skala nasional, tetapi juga mendapatkan perhatian internasional. Salah satu contoh yang mencolok adalah kasus yang melibatkan aktor asal Korea Selatan yaitu Kim Seon Ho. Meskipun Kim Seon Ho memiliki karier yang cemerlang di dunia hiburan, beberapa kontroversi yang melibatkan dirinya memicu gelombang *cancel culture* yang signifikan.

Sementara itu, Indonesia, sebagai negara dengan budaya yang beragam, juga mulai mengalami pengaruh dari fenomena *cancel culture*. Salah satu contohnya adalah kasus yang menimpa aktor Indonesia, Rizky Billar. Rizky Billar menjadi pusat perhatian setelah dituduh melakukan tindakan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) terhadap sang istri, Lesti Kejora. Kasus ini tidak hanya menciptakan gelombang kontroversi dalam masyarakat Indonesia, tetapi juga menjadi perbincangan hangat di media sosial. Hal ini terutama disebabkan oleh popularitas pasangan ini di kalangan penggemar dan pengikut setia mereka.



Gambar II.20 Reaksi warganet pada kasus Rizky Billar

Sumber:

<https://twitter.com/CNNIndonesia/status/1575377330901782528?t=f7g1PAkSwZ4UHovXqhqYdA&s=19>

(Diakses pada 09/05/2023)

Dari gambar di atas diketahui bahwa berbagai macam reaksi warganet dalam menyikapi isu yang menimpa pasangan muda Lesti Kejora dan Rizky Billar. Orang-orang mencurahkan rasa kecewanya terhadap tindakan Rizky Billar kepada sang istri.

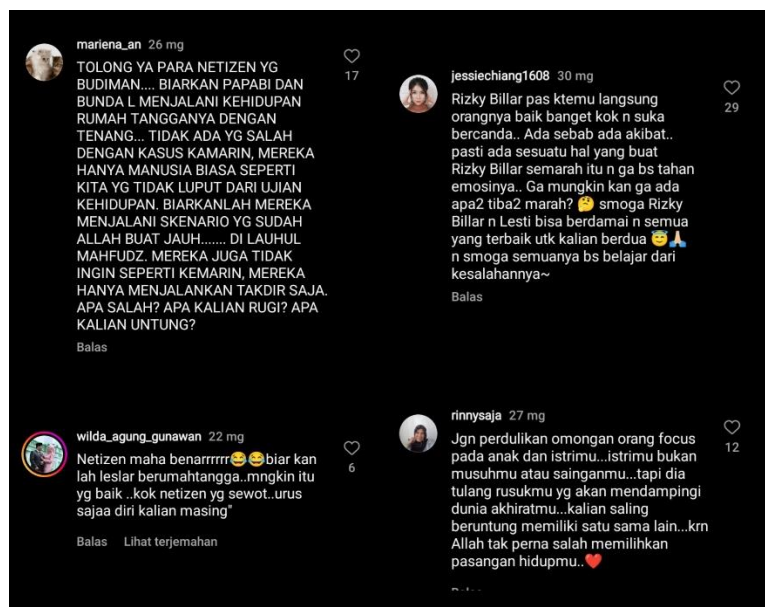


Gambar II.21 Komentar Instagram Rizky Billar

Sumber: <https://instagram.com/rizkybillar?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

(Diakses pada 24/01/2023)

Para warganet pun melimpahkan rasa kekesalannya dengan membanjiri isi komentar instagram Rizky Billar sehingga beberapa saat akun instagram Rizky sempat dinonaktifkan.



Gambar II.22 Komentar lain Instagram Rizky Billar

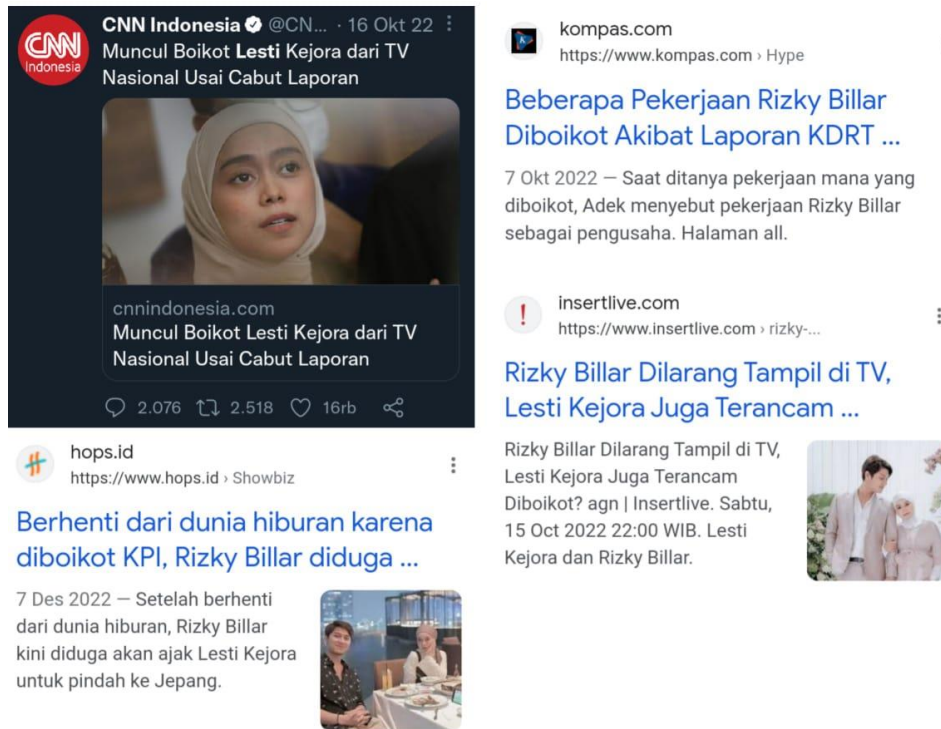
Sumber: <https://instagram.com/rizkybillar?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

(Diakses pada 09/05/2023)

Masih ada pula warganet yang tetap memberikan dukungannya melalui komentar kepada Rizky Billar serta meminta warganet yang lain untuk tidak menghujat sang artis. Di sisi lain, Lesti Kejora sebagai korban dalam kasus ini, mendapat dukungan dan empati yang kuat dari sebagian besar warganet. Banyak orang yang menghormati keberaniannya melaporkan tindakan KDRT yang dialaminya, dan melihatnya sebagai langkah yang sangat berani dan positif. Namun, dukungan tersebut mungkin tidak berlangsung lama. Ketika Lesti Kejora memilih untuk berdamai dengan Rizky Billar, pandangan beberapa warganet berubah drastis, dan mereka mulai menyampaikan rasa kecewa terhadap tindakan tersebut.

Fenomena ini mencerminkan dinamika media sosial yang kompleks, di mana pandangan dan sikap warganet dapat berubah dengan cepat seiring berjalannya

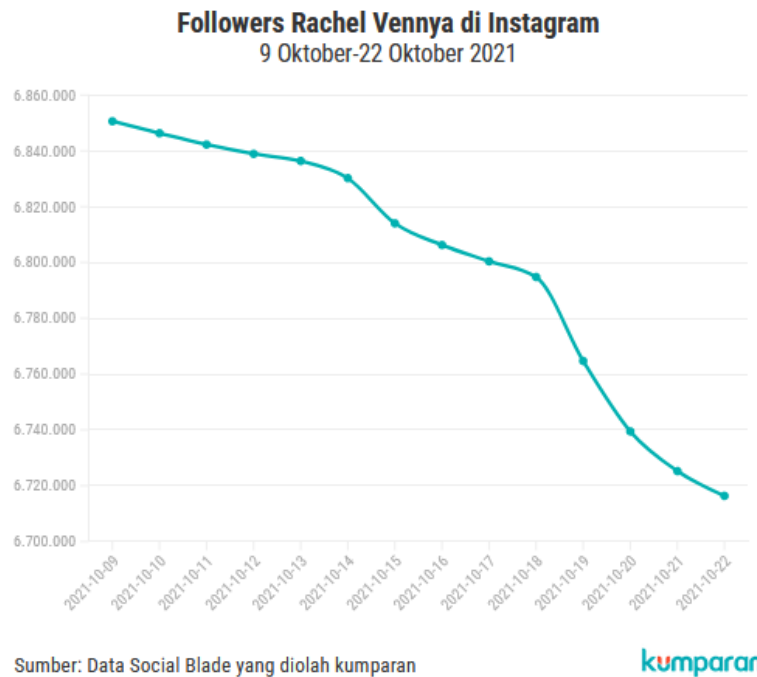
peristiwa. Hal ini juga mencerminkan betapa pentingnya pemahaman dan pemikiran yang lebih mendalam mengenai masalah kompleks seperti KDRT dan dampak *cancel culture* di media sosial.



Gambar II.23 Dampak kasus Rizky Billar
Sumber: Portal Berita Indonesia
(Diakses pada 24/01/2023)

Dampak yang menimpa Lesti dan Rizky selanjutnya yaitu keduanya terancam diboikot oleh berbagai acara di stasiun televisi Nasional.

Tidak hanya itu, *influencer* yang memiliki pengaruh cukup besar di media sosial seperti Rachel Venya terkena dampak dari *cancel culture*. Ia mendapat *cancel* dari publik karena aksisnya yang ketahuan kabur dari masa karantina di Wisma Atlet Kemayoran selepas perjalanannya dari luar negeri pada saat wabah COVID-19 tengah melonjak di Indonesia.



Gambar II.24 Penurunan *Followers* Instagram Rachel Vennya
 Sumber: <https://kumparan.com/kumparanhits/rachel-vennya-kehilangan-134-ribu-followers-instagram-sejak-kasusnya-mencuat-1wnoRfUxhhh/full>
 (Diakses pada 23/05/2023)

Dampak yang diterima oleh Rachel Venya ialah berkurangnya pengikut Instagram sebagai bentuk penolakan masyarakat terhadapnya. Menurut grafik yang dibuat oleh Kumparan, bahwa Rachel Vennya kehilangan 134 ribu pengikut sejak kasusnya mulai naik.

Dari berbagai contoh kasus dan reaksi orang-orang terhadap suatu tindakan yang dianggap menyimpang, menimbulkan dampak yang cukup besar bagi para pelaku. *Cancel culture* yang dialami tidak hanya berasal dari warganet melainkan perusahaan yang semula bekerja sama dengan pelaku ikut membatalkannya. Warganet tidak segan untuk memberikan komentar negatif kepada pelaku sehingga pelaku akan dienyahkan. Karir pelaku ikut terkena dampaknya sehingga tidak dipercayai lagi oleh siapa saja. Meskipun beberapa tuduhan dinyatakan tidak benar, dampak dari *cancel culture* masih berjangka panjang.

II.4.4. Analisis Data

Setelah data terkumpul melalui metode wawancara, kuesioner, dan observasi, maka dapat diketahui bahwa *cancel culture* merupakan budaya baru di Indonesia. *Cancel culture* masih cukup banyak yang belum mengetahui istilah tersebut dan terdengar masih awam terlihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan 55,9% tidak mengetahui istilah *cancel culture* meskipun 100% dari mereka menggunakan media sosial. Meskipun pada dasarnya ciri-ciri fenomena tersebut sering dijumpai di sekitar seperti ujaran kebencian, dan kasus diboikotnya seseorang, hal ini terlihat dari hasil kuesioner 91,2% responden pernah menemukan kasus di mana seseorang diboikot atau dienyahkan di media sosial, juga 95,6% responden sering melihat ujaran kebencian di media sosial. Dari hasil wawancara menurut Neneng Yanti Khozanatu Lahpan, M.Hum., Ph.D., bahwa masuknya *cancel culture* di Indonesia dipengaruhi oleh industri hiburan Korea Selatan yang mulai disukai oleh banyak orang di Indonesia. Maka dari itu warganet Indonesia mulai menyadari akan budaya tersebut dan mulai menerapkannya. Berdasarkan data grafik yang dibuat oleh Kompasiana juga terlihat bahwa Indonesia mulai menerapkan budaya tersebut dan sudah terdapat beberapa kasus yang tidak sedikit. Terlihat dari grafik tersebut bahwa pada tahun 2018 ada kecenderungan kenaikan jumlah kasus *cancel culture* di Indonesia. Namun setelahnya ada penurunan jumlah kasus dan terjadi kenaikan lagi pada tahun 2021.

Dari hasil wawancara juga didapatkan bahwa *cancel culture* memiliki sisi baik dan buruk. Budaya tersebut memiliki sisi baik jika digunakan sebagai kontrol sosial bagi seseorang terutama pesohor, sehingga senantiasa dapat menjaga perilakunya. Sisi negatif dari budaya tersebut dapat mengakibatkan menyempitnya ruang komunikasi. Misalnya, seseorang yang diduga melakukan kesalahan akan dienyahkan oleh warganet. Begitu pula dengan kasus yang menyimpannya akan tersebar luas dan menjadi viral. Dampak yang terjadi pada pesohor yang terkena *cancel culture*, berdasarkan hasil observasi bahwa terjadi penurunan *followers* Instagram seperti yang dialami oleh Rachel Vennya sebagai bentuk penolakan warganet terhadapnya. Dampak lain seperti terancam diboikot oleh berbagai acara di stasiun televisi Nasional juga dialami oleh Rizky Billar. Menurut Neneng Yanti

Khozanatu Lahpan, dari wawancara juga mengatakan bahwa *cancel culture* dapat terjadi karena kurangnya literasi, hal tersebut juga dapat dilihat dari hasil observasi di mana banyak dari warganet mudah sekali termakan hasutan orang lain untuk sama-sama melemparkan ujaran kebencian. Selain itu, kurangnya media informasi juga memengaruhi penyebab dari *cancel culture*, hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner dengan sebanyak 55,9% responden tidak mendapatkan informasi *cancel culture* dari mana pun.

II.5. Resume

Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa *cancel culture* merupakan sebuah fenomena budaya yang sering terjadi di media sosial. Mengingat bahwa media sosial merupakan wadah komunikasi populer saat ini, tentunya fenomena *cancel culture* mudah tersebar di sana. *Cancel culture* adalah budaya pengenyahan bagi seseorang yang dianggap melakukan kesalahan dan juga dianggap ofensif, budaya ini merupakan bentuk penghukuman. *Cancel culture* telah ada sejak tahun 1991 di Cina untuk mengecam dan mengucilkan orang-orang yang melenceng dari norma sosial. Namun istilah *cancel culture* mulai populer melalui dialog film yang disebutkan oleh Wesley Snipes yang berperan sebagai Nino Brown pada film *New Jack City* di tahun 1991. Dialog tersebut berbunyi, “*Cancel that bitch. I’ll buy another one*”.

Istilah *cancel culture* di Indonesia masih terbilang cukup baru, hal tersebut dipengaruhi oleh masuknya industri hiburan Korea Selatan ke Indonesia. Korea Selatan merupakan negara yang kerap kali melakukan budaya pengenyahan ini untuk menghukum pesohor yang melenceng. Jika ditelaah, Indonesia sebenarnya tanpa sadar sudah beberapa kali melakukan *cancel culture* di media sosial, namun karena minimnya pemahaman masyarakat maka terkadang cara yang dilakukan justru merujuk pada ujaran kebencian. Kurangnya media informasi seperti seperti media cetak menjadi salah satu penyebab banyaknya masyarakat yang masih belum memahami terkait fenomena *cancel culture* di media sosial.

II.6. Solusi Perancangan

Masalah yang ada pada pembahasan fenomena *cancel culture* adalah minimnya pemahaman masyarakat mengenai budaya tersebut meskipun peristiwa terjadinya fenomena tersebut sudah dapat dijumpai di media sosial. Berdasarkan hasil analisa seperti wawancara, kuesioner, dan observasi, maka upaya yang perlu dilakukan adalah memberikan informasi melalui media informatif yang menampung mengenai *cancel culture*. Media informasi tersebut berbentuk digital dengan bersifat mudah dipahami melalui bentuk visual, bersifat praktis dan dapat dibawa ke mana pun dengan mudah, ramah lingkungan, serta lebih tahan lama dan tidak mudah rusak, serta digemari oleh banyak orang. Terlebih di Indonesia masih kurangnya media informasi perihal penjelasan *cancel culture*, sejarah, contoh kasus, dampak, serta cara menangani budaya tersebut agar *cancel culture* dapat diposisikan dengan benar.