

June 2023

FENOMENA CANCEL CULTURE DI INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR

Melisa Bunga Altamira

Program Studi Penyiaran Multimedia, Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia,
melisa.altamira@ui.ac.id

Satwika Gemala Movementi

School of Government and Public Policy Indonesia, Master Kebijakan Publik School of Government and Public Policy Indonesia

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi>

Recommended Citation

Altamira, Melisa Bunga and Movementi, Satwika Gemala (2023) "FENOMENA CANCEL CULTURE DI INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR," *Jurnal Vokasi Indonesia*: Vol. 10: No. 1, Article 5. Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol10/iss1/5>

This Article is brought to you for free and open access by the Vocational Education Program at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Jurnal Vokasi Indonesia by an authorized editor of UI Scholars Hub.

FENOMENA CANCEL CULTURE DI INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR

Melisa Bunga Altamira¹, Satwika Gemala Movementi²

¹Program Studi Penyiaran Multimedia, Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia

²School of Government and Public Policy Indonesia, Master Kebijakan Publik School of Government and Public Policy Indonesia

Corresponding Author's Email: melisa.altamira@ui.ac.id

ABSTRAK

Fenomena dan terminologi *cancel culture* saat ini sedang diperbincangkan di Indonesia. Gaung *cancel culture* semakin meluas bersamaan dengan peningkatan pengguna media sosial. Melalui media sosial, gerakan *cancel culture* disebarluaskan. Penelitian ini memaparkan fenomena *cancel culture* di Indonesia dan perbandingannya dengan di beberapa negara, beserta dampaknya. Penelitian dan pembahasan mengenai *cancel culture* dalam konteks global sudah banyak dipublikasikan. Namun, penelitian dan pembahasan mengenai *cancel culture* di Indonesia, masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan fenomena *cancel culture* di Indonesia dengan menggunakan metodologi deskriptif melalui tinjauan literatur (rentang 2018-2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cancel culture* di Indonesia masih merupakan fenomena baru dan sangat terkait erat dengan media sosial. Selebritas adalah figur publik paling banyak terdampak *cancel culture*, baik yang tampil di media massa maupun media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru mengenai maraknya fenomena *cancel culture* serta rekomendasi mengenai pentingnya pertimbangan dalam menyampaikan pernyataan kepada khalayak. Juga dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi pembuat kebijakan untuk menaikkan tingkat literasi digital.

Kata kunci: *cancel culture*, figur publik, media sosial

ABSTRACT

The phenomenon and terminology of cancel culture is currently being discussed in Indonesia. The echo of cancel culture is expanding along with the increase of social media users. Through social media, the movement of cancel culture is disseminated. This study describes the phenomenon of cancel culture in Indonesia compared to several other countries, along with the impacts. Research and discussion on cultural cancellation in a global context have been widely published. However, research and discussion on the cultural cancellation in Indonesia have yet been sufficient. This study aims to describe the phenomenon of cancel culture in Indonesia using a descriptive methodology through literature review (range 2018-2021). The results show that cancel culture in Indonesia is still a new phenomenon and closely related to social media. Celebrities are public figures that most affected by the cancel culture, both those who appear in the mass media and social media. This research is expected to provide a new understanding of the phenomenon that occurs in aborted culture and recommendations regarding the importance of consideration in conveying to the public. In addition, this study can be used as a recommendation for the policy-makers to elevate the level of digital literacy.

Keywords: *cancel culture, public figure, social media.*

PENDAHULUAN

Terminologi *cancel culture* menjadi perbincangan publik Indonesia belakangan ini, terutama di media sosial. Pelabelan *cancel culture* banyak disematkan pada figur publik yang mengecewakan atau dianggap tidak berperilaku baik atau pantas. Akibatnya, mereka tidak lagi mendapat kepercayaan publik. Seiring dengan meningkatnya pengguna media sosial, praktik pelabelan *cancel culture* pun meningkat. Menjelang akhir tahun, publik di media sosial ramai memperbincangkan aksi Menteri Sosial RI, Tri Rismaharini yang memaksa seorang anak dengan difabel Tuli untuk berbicara pada kegiatan peringatan Hari Disabilitas Internasional 2021. Aksi ini menuai cukup banyak kritik dari masyarakat.

Publik juga sempat resah dengan beredarnya konten televisi yang menampilkan bekas terpidana kasus pelecehan seksual dan juga penyanyi, Saipul Jamil. Kehadirannya yang disambut meriah seperti pahlawan pasca bebas dari penjara dianggap melukai korban dan keluarga korban pelecehan seksual.

Ironisnya, Komisi Penyiaran Indonesia di pusat melalui ketuanya, Agung Suprio, justru memberikan pernyataan pada sebuah *podcast* bahwa Saipul Jamil bisa mengisi konten edukasi mengenai bahaya pelecehan seksual (Kompas, 11 September 2021). Pernyataan Agung tersebut justru membuat publik semakin marah. KPI kemudian meralat pernyataannya dan memohon maaf.

Akibat dari adanya pemberitaan tersebut, muncul gerakan *cancel culture* di masyarakat melalui media sosial terhadap Saipul Jamil dan KPI. KPI yang seharusnya mampu menjadi pengawas konten penyiaran, justru melakukan pembiaran.

Sebelumnya, dunia hiburan Indonesia dikagetkan dengan isu pelecehan seksual yang dilakukan oleh seorang pembawa acara, Gofar Hilman. Saat itu, gaung untuk melakukan aksi penolakan kepada Gofar Hilman, ramai di media sosial. *Cancel culture* di Indonesia juga pernah dialami oleh seorang YouTuber sekaligus atlet *e-sport* yang melakukan perselingkuhan. Imbas dari *cancel culture* tersebut, sdi kemudian kehilangan kontrak dari tim *e-sport* dan beberapa merek.

Namun demikian, dalam tulisannya, Nguyen (2020) menyebutkan hal menarik terkait pelabelan *cancel culture* juga dapat disematkan tak hanya pada individu, tetapi juga pada institusi, perusahaan, atau lembaga yang tidak sejalan dengan norma-norma sosial yang berlaku.

Pada September 2021, muncul berita adanya dugaan aksi pelecehan seksual yang menimpa seorang pegawai KPI. Publik Indonesia pun dibuat resah dengan pemberitaan terkait dengan kasus pelecehan seksual yang melibatkan lembaga

negara tersebut. Sejak 2011-2014 korban kerap dirisak dan dicaci oleh para seniornya.

Merujuk artikel digital Tempo (2021), pada 2015 korban mengalami pelecehan seksual yang membuat kesehatan mentalnya terganggu. Namun demikian, tidak ada tindakan tegas dari KPI mengenai hal tersebut, melainkan hanya sanksi ringan yang diberikan terhadap terduga para pelaku.

Perusahaan yang sempat terkena *cancel culture* adalah PT Alpen Food Industry, produsen es krim AICE pada tahun 2020. Saat itu, publik memboikot es krim AICE karena perusahaan tersebut diduga tidak menerapkan sistem ketenagakerjaan yang sesuai regulasi.

Sunyoto Usman dalam wawancaranya dengan VOA Indonesia (2021) menyebutkan bahwa sejauh ini *cancel culture* di Indonesia masih merupakan fenomena di kelompok urban atau perkotaan, terutama di pulau Jawa. Keterbatasan perkembangan ini dikaitkan dengan fasilitas internet, perangkat digital yang dimiliki, serta kemampuan literasi secara digital.

Fenomena *cancel culture* sangat terkait erat dengan media sosial sebagai medium penyampaian dan penyebarannya. Melalui media sosial, *cancel culture* digaungkan dan kemudian diikuti oleh pengguna media sosial lainnya. Dalam sebuah studi ilmiah, disebutkan bahwa media sosial dapat digunakan salah satunya sebagai *platform* untuk memunculkan isu-isu sosial, misalnya tentang ras, gender, dan lainnya (Haskell, 2021). *Cancel culture*, sebagai isu sosial turut termasuk di dalamnya.

Meningkatnya pengguna internet sepanjang pandemi COVID-19 turut berkontribusi terhadap jumlah pengguna media sosial. International Telecommunication Union (ITU) mencatat terdapat 782 juta kenaikan pengguna internet sejak 2019 hingga 2021 di seluruh dunia. Data ITU menyebutkan, pada 2019 sebanyak 54 persen populasi dunia menggunakan internet, sedangkan pada 2021 jumlahnya naik menjadi 63 persen dari total populasi.

Saat ini, fenomena *cancel culture* di Indonesia semakin marak, namun belum dilakukan penelitian secara ilmiah mengenai dampak dan solusinya. Sehingga, diperlukan pemahaman yang baik oleh publik figur dalam bertindak dan membuat pernyataan. Selain itu, agar audiens semakin bijak dalam bereaksi terhadap suatu informasi.

Artikel ini memaparkan *cancel culture* dan dampaknya yang dikaitkan dengan peran media sosial sebagai pendorong fenomena tersebut. Penjelasan mengenai fenomena *cancel culture* di Indonesia dikaitkan dengan konteks global. Dalam memaknai informasi khususnya di media sosial, dibutuhkan pemahaman literasi digital yang baik agar bijak dalam bereaksi terhadap informasi.

Tulisan ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi mengenai pentingnya pertimbangan dalam menyampaikan pernyataan kepada khalayak, khususnya melalui media massa dan media sosial. Sebabnya, informasi yang disampaikan ke publik dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat.

Hingga saat ini, belum banyak referensi karya ilmiah di Indonesia yang mengangkat topik mengenai *cancel culture*. Oleh karena itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi referensi ilmiah bagi penelitian selanjutnya mengenai *cancel culture*, khususnya di Indonesia.

Melalui jurnal ini, peneliti ingin menggali informasi mengenai:

1. Apa dampak sosial yang ditimbulkan dari fenomena *cancel culture*?
2. Apa dampak yang ditimbulkan bagi pihak yang mengalami *cancel culture*?

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi *Cancel Culture*

Menurut kamus Merriam-Webster, *cancel culture* adalah tendensi untuk menarik massa melakukan suatu penolakan sebagai bagian dari mengekspresikan ketidaksetujuan dan memberikan tekanan sosial. Sementara Cambridge Dictionary mendefinisikan *cancel culture* sebagai sikap atau aksi seseorang atau kelompok, terutama dalam media sosial, menolak atau berhenti untuk mendukung dan mengidolakan seseorang akibat perkataan atau perbuatannya yang tidak sesuai atau menyinggung.

Menurut Velasco (2020), *cancel culture* sudah ada sejak berabad-abad lalu yang diawali dengan penghinaan publik terhadap individu. Manusia memiliki berbagai cara mengerikan sekaligus kreatif untuk mempermalukan orang yang dianggap bersalah, salah satunya hukuman cambuk di muka umum. Pihak yang dianggap bersalah tidak diberikan kesempatan untuk melakukan debat terbuka secara konstruktif sebagaimana yang terjadi di masa kini. Dengan demikian, bentuk *canceling* dengan cara deskriptif telah lama berkembang. Namun demikian, di era digital bukan tidak mungkin kritik yang diberikan kepada seseorang dapat bersifat konstruktif.

Lebih lanjut Clark (2020) menyebutkan, *cancel culture* adalah fenomena yang secara unik diciptakan oleh dua sisi, yaitu permintaan kapitalis, yakni media massa, sekaligus dari sisi audiens yang terhubung kepada media sosial. Media sosial menjadi ruang bagi jurnalis untuk memperkuat suatu konten yang awalnya terlihat biasa, menjadi suatu hal yang mampu memenuhi permintaan dari media massa dan menarik audiens. Namun demikian, konten tersebut gagal memberikan konteks budaya

mengapa harus menjadi perdebatan di tengah arus utama publik.

Fenomena tren baru *cancel culture* ini dipaparkan oleh Bromwich (2018) dalam tulisannya yang berjudul “Everyone is Canceled”. Dalam artikelnya tersebut Bromwich menyampaikan bahwa hampir semua orang pernah di-*cancel* atau dibatalkan oleh publik. Sebabnya beragam, mulai dari perkataan atau pernyataan, hingga sikap atau perbuatan dari figur publik yang dirasa jauh dari ekspektasi dan norma yang ada.

Firman Kurniawan dalam *podcast* Digital Dilemma dengan judul “Cancel Culture” (2019) menyatakan bahwa *cancel culture* merupakan turunan langsung dari *post truth*. Sebagaimana diketahui dalam *post truth* kita memahami dan mempercayai sebuah kebenaran jika dirasa cocok dengan perasaan kita. Sama halnya dengan *post truth*, *cancel culture* banyak terjadi ketika kita mendukung seseorang karena jejaring relasi kita turut mendukungnya. Kita tidak melihat fakta mengapa orang tersebut harus didukung. Lalu ketika dukungan tersebut ditarik, termasuk oleh jejaring sosial, kita pun melakukan hal yang sama.

Praktik pelabelan *cancel culture* tidak dapat dipisahkan oleh media sosial. Proses *cancel* dapat terjadi dalam waktu yang singkat. Namun demikian, juga dapat terjadi dalam waktu yang tidak berdekatan, misalnya saat audiens menemukan jejak digital orang yang didukung sebelumnya, ternyata tidak sesuai dengan harapan, maka proses *cancel* juga dapat terjadi. Situasi ini membuktikan bahwa media sosial berperan besar dalam fenomena *cancel culture*.

Kirkwood et.al melalui penelitiannya pada 2019 menyebutkan bahwa media sosial menjadi pertimbangan utama organisasi dalam berpromosi secara efektif kepada para pemangku kepentingan dengan berbagai karakteristik. Media sosial dapat menjadi sangat kompleks apabila kontennya tidak dikelola dengan baik. Reputasi dapat dibangun dan dikelola secara *online* dan dapat seketika rusak jika publik tidak puas. Terlebih, jika publik mengungkapkan ketidakpuasannya melalui media sosial.

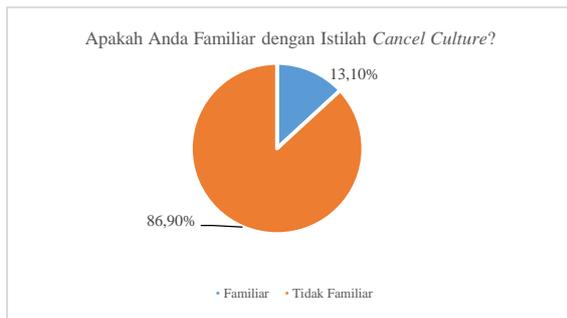
Pada studi yang dirilis oleh Pew Research Center (2021), *cancel culture* diartikan sebagai membatalkan relasi atau dukungan terhadap seseorang. Pada awalnya, istilah ini banyak digunakan dalam film dan televisi. Namun, saat ini mulai berkembang dan banyak digaungkan di ranah media sosial.

Berbicara mengenai media sosial, tentu tak akan dapat dipisahkan dari aktivitas digital sebagai dampak dari perkembangan teknologi. Aktivitas digital ini meliputi *clicktivism* (klik *like*, mendukung pesan, atau mengikuti sebuah akun di media sosial)

dan *metavoicing* atau proses redistribusi pesan yang meliputi *sharing*, *retweet*, *repost*, memberi komentar, dan lainnya yang berfungsi untuk mengamplifikasi pesan (Milbrath dalam Louis, 2021).

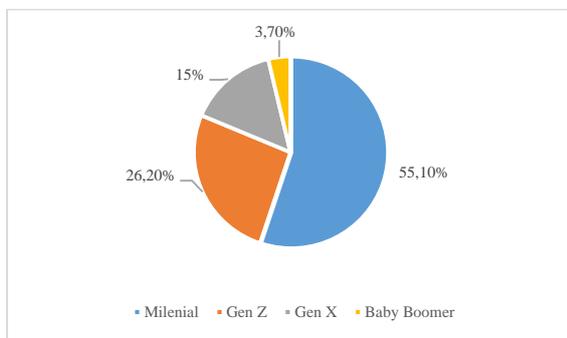
Terkait dengan media sosial, pelaku paling banyak dari gerakan *cancel culture* di media sosial berasal dari usia milenial akhir dan generasi Z. Sebagai kelompok *digital native*, mereka memiliki kekuatan yang besar untuk mengangkat sebuah isu atau tren. Sebuah riset yang dilakukan terkait pemahaman mengenai terminologi *cancel culture* menunjukkan bahwa kelompok milenial merupakan kelompok yang paling familiar dan memahami *cancel culture*.

Martinez melalui bukunya yang berjudul “Uncovering the Dirt on Cancel Culture: An In-depth Analysis of Publishing’s Relationship with Controversy” memaparkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial familiar istilah *cancel culture* seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemahaman terminologi *cancel culture* berdasarkan pembagian generasi (Martinez, 2021)

Adapun survei dilaksanakan di tiga *platform* media sosial, yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram pada Maret-April 2021. Mayoritas responden adalah milenial seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Demografi responden survei di tiga *platform* (Martinez, 2021)

Melalui survei tersebut dapat disimpulkan bahwa generasi muda paling memiliki keterikatan aktif dengan isu terbaru khususnya yang muncul

melalui media sosial. Mereka memahami bagaimana secara efektif mengaitkan demografis dengan mengenali isu terbaru dan menjadikannya sebagai topik relevan sesuai dengan generasinya. Generasi muda pun dianggap sebagai bagian vital penentu konten di masa depan. Data Internet Telecommunication Union (ITU) menunjukkan bahwa kelompok usia 15-24 tahun mendominasi pengguna internet di seluruh dunia atau mencapai 70 persen pada 2020. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut mengakses internet 1,24 kali lebih banyak dibanding kelompok lainnya.

Cancel Culture dalam Konteks Global

Jika di Indonesia *cancel culture* baru mulai dikenal, di sejumlah negara fenomena ini sudah cukup lama ada. Dalam beberapa tahun terakhir, jika seseorang *ter-cancel* dapat juga dikatakan secara budaya mengalami penolakan publik yang berdampak terhadap keberlanjutan karirnya. Namun demikian, fenomena ini telah membentuk polarisasi topik perdebatan.

Cancel culture telah menjadi istilah populer. Seorang selebritas atau figur publik melakukan atau mengatakan hal yang menyinggung kemudian muncul gerakan penolakan terhadap orang tersebut. Fenomena tersebut kemudian secara efektif mengakhiri karir mereka atau membalikkan kebanggaan mereka, baik melalui boikot atau tindakan pendisiplinan. Romano (2020) melalui artikelnya di situs Vox menyebutkan bahwa proses penolakan tersebut sekaligus menuntut adanya akuntabilitas. Jika hal tersebut tidak berjalan, maka boikot adalah cara lain yang digunakan sebagai alat untuk membentuk keadilan sosial.

Mengakhiri karir figur publik melalui *cancel culture* bukanlah mudah. Sebagian dari mereka memang benar-benar menghadapi penilaian negatif dan kritik. Tetapi tidak banyak dari mereka yang karirnya sepenuhnya berakhir akibat gerakan tersebut. Di Amerika Serikat, komedian Louis C.K dan Roseanne Barr kehilangan penggemar dan pekerjaan dalam sekejap. C.K mengakui adanya kegiatan seksual secara ilegal, sedangkan Barr membuat sebuah cuitan rasis di Twitter.

Penulis Harry Potter, J.K Rowling menghadapi kritikan tajam setelah dianggap fobia terhadap transgender terkait cuitannya di Twitter. Sebaliknya, tidak lama kontroversi dan gerakan tersebut, penjualan buku Rowling justru meningkat signifikan. Bahkan, dia menuliskan surat terbuka melalui majalah Harper’s untuk melawan *cancel culture*. Rowling mengatakan bahwa *cancel culture* telah menciptakan iklim intoleransi untuk kebebasan berpendapat. Dia juga menyebutkan, intoleransi telah terjadi terhadap kelompok yang memiliki pandangan berbeda, adanya cara mempermalukan

orang di publik, serta tendensi untuk menghilangkan kebijakan yang kompleks sekalipun hal itu membutuhkan moral.

Adapun *cancel culture* juga menimpa aktor Korea Selatan, Kim Seon Ho yang tengah populer di kalangan pencinta serial drama. Media kontroversial Dispatch melaporkan adanya dugaan pemaksaan aborsi oleh Seon Ho terhadap mantan kekasihnya. Terlepas dari kebenaran tuduhan tersebut, secara resmi Seon Ho membuat pernyataan minta maaf karena telah mengecewakan penggemarnya. Segera setelah munculnya kasus tersebut, berbagai perusahaan yang mengontrak Seon Ho, baik sebagai aktor maupun bintang iklan, ramai-ramai memutus kontraknya. Karir Seon Ho di dunia hiburan pun diprediksi tamat.

Tidak lama setelah munculnya kontroversi Seon Ho, Dispatch kembali merilis laporan yang dianggap menjadi kebenaran dari kasusnya. Dia diduga menjadi korban dari kebohongan mantan kekasih. Walaupun belum ada pernyataan resmi dari pihak Seon Ho, sang aktor dianggap akan selamat dari *cancel culture*.

Menurut Eve Ng (2020) budaya *cancel culture* melalui *platform* digital menunjukkan betapa cepatnya sirkulasi dan masifnya reaksi akan sebuah konten. Sehingga, penting untuk tidak membiarkan kecaman di media sosial, serta penelitian lebih mendalam terhadap interaksi di luar *platform* media sosial.

Media Sosial

Perkembangan teknologi dan digital saat ini, memunculkan berbagai *platform* media baru. Melalui *platform* media baru tersebut, manusia semakin dimungkinkan untuk saling terhubung dan bersosialisasi. Dalam artikel yang ditulis Maryville University, media sosial semakin populer seiring dengan berkembangnya perangkat elektronik, maraknya sosialisasi secara virtual, bahkan terkait dengan pemasaran dan promosi. Kamus Merriam Webster mendefinisikan media sosial sebagai sebuah *platform* komunikasi berbasis elektronik yang memungkinkan manusia untuk berbagi informasi, pandangan, pesan personal, dan bentuk konten lainnya seperti video.

Berdasarkan data We Are Social (2022), saat ini jumlah pengguna sosial aktif di Indonesia berjumlah lebih dari 190 juta orang, dengan rata-rata mengakses media sosial lebih dari tiga jam setiap harinya. Jumlah yang besar ini menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang sangat efektif, tak hanya untuk bertukar pesan, saling terhubung dengan keluarga, tetapi juga untuk mengetahui apa yang sedang tren saat itu.

Sebagai bagian dari media baru, media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua

arah, sebuah bentuk komunikasi yang tidak dapat dilakukan oleh media konvensional. Dalam perjalanannya, secara tidak langsung, media sosial membentuk sebuah komunitas virtual yang memberikan ruang kepada anggota di dalamnya untuk mengumpulkan dukungan dan solidaritas (Haskell, 2021).

Dalam kaitannya dengan *cancel culture*, media sosial menjadi *platform* untuk menyebarkan gerakan atau isu tersebut, untuk kemudian diikuti oleh aksi nyata pengguna lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini disusun secara kualitatif menggunakan metode tinjauan literatur atau studi kepustakaan. Pengumpulan data dilakukan melalui beragam dokumen yaitu artikel ilmiah, buku, dan pemberitaan. Seluruh sumber data tersebut dianalisis sehingga dapat digunakan untuk mendefinisikan dan menggambarkan fenomena *cancel culture* mulai dari penyebab hingga pengaruh yang diakibatkan, baik kepada pelaku maupun audiens.

Menurut Snyder (2019), tinjauan literatur dapat menjadi metodologi terbaik untuk menghasilkan jawaban dari berbagai pertanyaan penelitian. Tinjauan bermanfaat bagi peneliti yang ingin mengevaluasi suatu teori atau bukti pada area penelitian tertentu guna memvalidasi atau menguji akurasi teori tersebut. Dalam penelitian ini, tinjauan literatur berguna dalam menghasilkan gambaran mengenai *cancel*, baik dalam sudut pandang luas maupun sempit.

Selain itu peneliti juga melakukan observasi terhadap berbagai *platform* media sosial, di antaranya Twitter dan Instagram, serta perbincangan yang terjadi di dalamnya mengenai *cancel culture*. Terdapat juga contoh kasus pada figur publik maupun institusi atau lembaga. Seluruh data dan informasi yang didapat, diolah kembali oleh peneliti untuk disajikan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hingga saat ini, *cancel culture* belum menjadi fenomena masif di Indonesia. Efek viral masih terbatas, utamanya pada daerah-daerah perkotaan dengan karakter penduduk yang memiliki tingkat literasi digital yang baik, memiliki beragam perangkat digital, dan akses internet yang mumpuni. Seiring dengan semakin dikenalnya *cancel culture*, muncul perdebatan terkait dampak yang ditimbulkan. Apakah *cancel culture* memberi dampak yang konstruktif, atau justru destruktif kepada figur publik atau institusi yang diberi label *canceled*? Nyatanya, *cancel culture* memiliki dampak ganda, positif dan negatif.

Cancel culture yang lebih banyak ditemukan di perkotaan berkaitan juga dengan akses

internet masyarakat. ITU menyebutkan secara global akses internet di perkotaan dua kali lebih banyak dibandingkan di pedesaan pada 2020. Namun demikian, hal tersebut juga tergantung dari kondisi sosial-ekonomi suatu negara. Sebagai contoh, di Afrika terdapat *gap* sebesar 35 persen antara pengguna internet di perkotaan dan pedesaan. Sedangkan di negara maju *gap* penggunaannya hanya empat persen.

Pada jurnal ini, peneliti menggali berbagai sumber dari fenomena *cancel culture* di Indonesia dan membandingkannya dengan yang terjadi di luar negeri. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang hanya berfokus kepada satu contoh kasus. Namun demikian, melihat dari beberapa kasus yang telah dibahas, baik di Indonesia maupun luar negeri *cancel culture* memberi dampak ganda, yakni positif dan negatif.

Dampak positif pertama, *cancel culture* dapat menjadi alat kontrol sosial dalam bermasyarakat. Sebagaimana teori kontrol sosial yang mengatur perilaku manusia melalui norma, aturan, hukum, dan struktur sosial, fenomena *cancel culture* secara tidak langsung turut mengatur perilaku manusia khususnya dalam aktivitasnya di media sosial. Hal tersebut menjadi penting mengingat media sosial sebagai *platform* digital memiliki daya amplifikasi yang kuat dalam memviralkan sebuah konten. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ng (2020) telah menunjukkan betapa media sosial dapat dengan cepat menyebarkan sebuah isu, hingga menimbulkan aksi nyata meng-*cancel* seseorang.

Kedua, *cancel culture* dapat membuat figur publik seperti selebriti, politisi, *influencer*, dan lainnya agar berhati-hati dalam memproduksi dan mempublikasikan konten. Diharapkan pula untuk selalu membuat konten berkualitas dan tidak menyinggung pihak tertentu. Bila pertimbangan tersebut tidak diindahkan dan mengalami *cancel culture*, bukan tidak mungkin mereka akan kehilangan pengikut, akun media sosialnya ditutup, serta kehilangan reputasi positif dan karier. Kondisi ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Kirkwood, et all (2019) bahwa reputasi yang dikelola dan dibangun secara daring dapat berpotensi menjadi negatif jika pemilik akun dianggap melanggar ekspektasi dan norma sehingga membuat publik kecewa atau tidak puas.

Terakhir, *cancel culture* efektif dalam menghalau rasisme, seksisme, kekerasan, atau hal lain yang membahayakan (Kusumaningtyas, 2021). Pada contoh kasus yang telah dipaparkan sebelumnya, ketika selebriti Gofar Hilman diketahui melakukan pelecehan seksual, muncul gerakan *cancel* kepadanya. Apa yang terjadi pada Gofar, dapat menjadi peringatan bagi orang lain untuk tidak

melakukan tindakan serupa. Melalui kejadian *cancel* tersebut, Gofar kemudian kehilangan reputasi positifnya, kehilangan pengikut, hingga dikeluarkan dari komunitas bisnisnya. Lebih lanjut, sesuai dengan studi dari Nguyen (2020) dampak *cancel culture* tidak hanya dapat menimpa individu, tetapi juga pada institusi, lembaga, atau perusahaan seperti yang terjadi pada KPI, yang kehilangan kepercayaan publik setelah ‘mendukung’ Saipul Jamil untuk kembali tampil di televisi

Tak hanya memberikan dampak positif, di sisi lain gerakan *cancel culture* juga memberikan dampak negatif. Pertama, dapat merusak citra figur publik terkait tuduhan yang belum terkonfirmasi kebenarannya. Hal tersebut akan dianggap biasa jika masyarakat tidak tereduksi dengan baik mengenai *cancel culture*.

Kedua, dapat mendorong orang untuk mengikuti suara mayoritas terhadap sebuah isu, bahkan mungkin saja mereka berbeda pendapat.

Ketiga, dapat menciptakan kondisi *spiral of silence*, karena fenomena ini membungkam kelompok orang yang memiliki pandangan atau pendapat berbeda. Kelompok orang ini akhirnya memilih diam dan mengikuti kelompok mayoritas agar tidak dikucilkan atau diserang. Dalam hal ini, media berperan dalam mempengaruhi opini publik, khususnya melalui media sosial.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Haskell (2021), para pengguna media sosial tersebut akan menyatakan dengan tegas terkait pandangannya meng-*cancel* seseorang. Pernyataan tersebut mereka sampaikan melalui unggahan yang dilengkapi dengan tagar. Tagar ini kemudian berfungsi untuk mempermudah pencarian isu terkini. Sehingga, semakin spesifik tagar, maka isu atau opini yang terbentuk semakin terdiseminasi sebagai opini publik, mudah dicari, dan terbentuk secara massal.

Berbicara mengenai media sosial, peningkatan literasi digital para penggunanya juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Walau saat ini fenomena *cancel culture* masih menjadi fenomena urban, tidak menutup kemungkinan fenomena ini akan juga diikuti oleh masyarakat suburban. Kemudahan penyebaran informasi atau isu sosial melalui media sosial berpotensi menyebarkan isu *cancel culture* ke masyarakat luas, tidak hanya di perkotaan.

Pada proses penyebaran informasi, media sosial masih menjadi sarana utama penyebaran isu yang berdampak pada *call to action*. Oleh karena itu, literasi digital yang dilakukan tak hanya meliputi dokumen kebijakan, namun sebaiknya diikuti dengan literasi dalam melakukan aktivitas digital seperti yang disampaikan dalam studi oleh Milbrath (Louis, 2021). Setiap pengguna media

sosial harus bisa memahami bahwa setiap aktivitas digital di media sosial yang mereka lakukan dapat memberi dampak pada pihak lain.

Terakhir, terkait dengan kesehatan mental. Jika seseorang tidak sanggup menghadapi *canceling* terhadap dirinya dan tidak mampu mengelola emosinya, bukan tidak mungkin orang tersebut akan mengalami gangguan kesehatan mental.

SIMPULAN

Berdasarkan paparan hasil tinjauan literatur, *cancel culture* menjadi fenomena yang semakin dikenal dan tren belakangan ini. Berkembangnya *cancel culture* tidak luput dari peran perkembangan media sosial. Dalam hal ini, media sosial memberi ruang pada masyarakat untuk dapat memberi label *canceled* pada individu atau institusi yang dianggap berperilaku atau berkatakata tidak sesuai dengan norma, di antaranya mengenai rasisme, penghinaan, hingga kekerasan seksual. Di Indonesia, fenomena *cancel culture* baru dapat ditemui di area perkotaan dengan karakteristik penduduk yang melek teknologi digital dan internet, terutama di pulau Jawa.

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah tingkat literasi digital audiens dan perspektif media massa sebagai penyebab fenomena *cancel culture* tidak digunakan sebagai variabel. Penelitian berfokus kepada contoh kasus di Indonesia dan luar negeri beserta dampak terhadap individu yang *cancel*.

Namun, belum banyaknya referensi ilmiah mengenai *cancel culture* di Indonesia memungkinkan adanya ketidaksesuaian antara fenomena *cancel culture* yang terjadi di Indonesia dengan di luar negeri. Hal ini dapat terjadi akibat dari perbedaan tujuan dalam memanfaatkan media sosial, tingkat literasi digital yang berbeda, serta kemajuan teknologi dan digital yang juga berbeda di tiap negara.

Namun demikian, *cancel culture* belum memberikan dampak signifikan terhadap publik figur atau lembaga. Kemunculannya di publik menandai bahwa karir mereka tidak sepenuhnya berakhir. Artinya, Sebagian audiens masih menerima kehadiran mereka. Pihak yang mengalami fenomena *cancel culture* pun memilih bungkam dan tidak memberikan klarifikasi atas perbuatan atau pernyataannya.

SARAN

Melihat fenomena *cancel culture* yang telah dipaparkan, berikut beberapa saran yang disampaikan oleh peneliti:

1. Sehubungan dengan eratnya *cancel culture* dengan media sosial, diharapkan para pembuat konten dapat lebih bijak dengan

mempertimbangkan konsep mengenai kontennya agar tidak bersinggungan dengan sesuatu yang keluar dari norma atau aturan yang berlaku. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisasi kemungkinan menerima *cancel* dan *cyberbullying* dari masyarakat.

2. Tidak hanya bijak pada produksi konten, sebagai pengguna media sosial juga harus bijak pada pemanfaatan teknologi. Pergunakan media sosial untuk keperluan yang positif agar dapat menciptakan ruang serta ekosistem digital yang aman, nyaman, dan damai. Pelajari ragam karakteristik media sosial agar kita dapat memanfaatkan *platform* tersebut dengan baik sehingga tidak mudah menghakimi seseorang/industri/lembaga hanya dari konten yang relatif singkat. Membiasakan diri untuk selalu mencari latar belakang dan membekali diri dengan sudut pandang pola pikir yang luas. Peningkatan literasi digital kepada masyarakat yang didorong oleh para pemangku kepentingan di antaranya pemerintah, akademisi, dan penyedia konten. Sehingga masyarakat dapat lebih bijak beraktivitas di media sosial, tidak mudah terprovokasi, dan selalu mencari kebenaran informasi terlebih dulu sebelum memutuskan bersikap atas sebuah isu.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2021, March 13). *Cancel culture : Membahayakan Atau Menyelamatkan?* Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Retrieved January 20, 2021, from <http://psikologi.uinjkt.ac.id/cancel-culture-membahayakan-atau-menyelamatkan/>
- Bromwich, J. E. (2018, June 28). *Everyone is canceled*. The New York Times. Retrieved June 10, 2022, from <https://www.nytimes.com/2018/06/28/style/is-it-canceled.html>
- Clark, M. D. (2020). *DRAG THEM: A Brief Etymology of so-Called "Cancel Culture"*. *Communication and the Public*, 5(3-4), 88–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F2057047320961562>
- Dershowitz, A. (2020). *Cancel culture: The latest attack on Free Speech and due process*. Skyhorse Publishing Company, Incorporated.
- Dwiastono, R. (2021, March 9). *Cancel culture marak di AS, bagaimana di Indonesia?* Retrieved December 19, 2021, from <https://www.voaindonesia.com/a/cancel-culture-marak-di-as-bagaimana-di-indonesia-5806176.html>

- Haskell, S. (2021). *Cancel Culture: A Qualitative Analysis Of The Social Media Practice Of Canceling* (thesis). Boise State University, Boise.
- International Telecommunication Union. (2021). Measuring Digital Development. Facts and Figures 2021. Retrieved June 7, 2022, from <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2021/11/15/internet-use/>
- Kecewakan Daku, Kau Ku-cancel. Remotivi. (n.d.). Retrieved June 10, 2022, from <https://www.remotivi.or.id/mediapedia/574/kecewakan-daku-kau-ku-cancel>
- Kirkwood, G. L., Payne, H. J., & Mazer, J. P. (2019). Collective trolling as a form of organizational resistance: Analysis of the #Justiceforbradswife Twitter campaign. *Communication Studies*, 70(3), 332–351. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1610015>
- Kurniawan, F. (2020). In *Cancel Culture dan Lebarnya Batas Ruang-Waktu* (pp. 91–94). essay, Rajawali Press.
- Martinez, A. (2021). https://pdxscholar.library.pdx.edu/eng_book/pubpaper/58/. Book Publishing Final Research Paper. Retrieved 2021, from <https://archives.pdx.edu/ds/psu/35780>
- Merriam-Webster. (n.d.). Cancel Culture. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cancel%20culture>.
- Mishan, L. (2020, December 3). The Long and Tortured History of Cancel Culture. *The New York Times Style Magazine*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/12/03/t-magazine/cancel-culture-history.html>.
- Ng, E. (2020). Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation. *Television & New Media*, 21(6), 621–627. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F1527476420918828>
- Nguyen, B. (2020). (thesis). *Cancel Culture on Twitter: The Effects of Information Source and Messaging on Post Shareability and Perceptions of Corporate Greenwashing*. University of Pennsylvania, Pennsylvania. Retrieved 2021, from https://repository.upenn.edu/wharton_research_scholars/197/.
- Primastiwi, E. (2020, September 17). "Cancel culture" di indonesia: Kesadaran Sosial atau sekedar ikut-ikutan? Whiteboard Journal. Retrieved December 10, 2021, from <https://www.whiteboardjournal.com/ideas/human-interest/cancel-culture-di-indonesia-kesadaran-sosial-atau-sekedar-ikut-ikutan/>
- Ramadhan, F. M. (2021, September 3). *Kronologi Dugaan Pelecehan seksual Dan Perundungan Terhadap pegawai KPI*. Tempo. Retrieved October 13, 2021, from <https://grafis.tempo.co/read/2794/kronologi-dugaan-pelecehan-seksual-dan-perundungan-terhadap-pegawai-kpi>
- Rizal, J. G. (2021, September 11). *Ketua KPI sebut Saipul Jamil Bisa Tampil Di TV Untuk Edukasi, Ini Kata Komisioner Kpai Halaman all*. KOMPAS.com. Retrieved October 13, 2021, from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/11/194500965/ketua-kpi-sebut-saipul-jamil-bisa-tampil-di-tv-untuk-edukasi-ini-kata?page=all>
- Romano, A. (2019, December 30). *Why we can't stop fighting about cancel culture*. Vox. Retrieved October 13, 2022, from <https://www.vox.com/culture/2019/12/30/20879720/what-is-cancel-culture-explained-history-debate>
- Saint-Louis, H. (2021). Understanding cancel culture: Normative and unequal sanctioning. *First Monday*, 26, 5–7. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5210/fm.v26i7.10891>
- Shead, S. (2020, July 8). *JK Rowling criticizes 'cancel culture' in open letter signed by 150 public figures*. CNBC. Retrieved December 10, 2021, from <https://www.cnn.com/2020/07/08/jk-rowling-cancel-culture.html>
- Silverton, L. (2021, March 5). *All the reasons why cancel culture is so toxic for our mental health*. British Vogue. Retrieved December 11, 2022, from <https://www.vogue.co.uk/beauty/article/cancel-culture-toxic-for-mental-health>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Spotify. (2019). Cancel Culture. *Digital Dilemma*. . broadcast, Jakarta, Jakarta.
- Teixeira da Silva, J. A. (2021). How to shape academic freedom in the digital age? are the retractions of opinionated papers a prelude to "Cancel culture" in Academia? *Current Research in Behavioral Sciences*, 2(100035), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.crbeh.2021.100035>
- Velasco, J. C. (2020). You are cancelled: Virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging.

Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities, 12(5).
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s21n2>

Vogels, E. A., Anderson, M., Porteus, M., Baronavski, C., Atske, S., McClain, C., Auxier, B., Perrin, A., & Ramshankar, M. (2021, September 27). *Americans and 'cancel culture': Where some see calls for*

accountability, others see censorship, punishment. Pew Research Center: Internet, Science & Tech. Retrieved June 10, 2022, from

<https://www.pewresearch.org/internet/2021/05/19/americans-and-cancel-culture-where-some-see-calls-for-accountability-others-see-censorship-punishment/>